



Grupo Visionaria S.A. de C.V.  
Ciudad de México, México  
www.visionaria.com

**Industria:**

Servicios Profesionales

**Ingresos Anuales:**

US\$6 millones

**Empleados:**

75

**Productos & Servicios**

**Oracle:**

Siebel Services  
Siebel Marketing  
Siebel Sales  
Oracle CRM On Demand

**“Grupo Visionaria encontró en Siebel customer relationship management un CRM a la medida de sus necesidades, porque funcionó en la integración del proceso comercial del grupo y aporta a nuestros clientes una herramienta que facilita el seguimiento de los resultados de la consultoría”. – Claudia Aguilar, Directora Comercial, Grupo Visionaria S.A. de C.V.**

**Grupo Visionaria Integra Procesos Comerciales y Mejora Eficiencia Operativa**

Grupo Visionaria S.A. de C.V. es una aceleradora de negocio orientada a promover el crecimiento de las PyMES a través de una metodología propietaria que utiliza las mejores prácticas en las siguientes áreas de negocio: mercadotecnia, ventas, recursos humanos, finanzas, tecnología, y liderazgo estratégico. La empresa cuenta con un portafolio de más de 350 empresas en México y Latinoamérica.

**Desafíos**

- Integrar procesos comerciales dispares para mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones estratégicas
- Crear única base de datos de clientes de fácil acceso que mejore la comunicación y alineación entre las áreas de mercadotecnia y ventas
- Centralizar la información para tener visibilidad operativa de los agentes de venta y dar seguimiento eficaz a las cuentas corporativas
- Contar con indicadores confiable que permitan medir el éxito de las campañas de mercadotecnia
- Crear un modelo tecnológico de fácil acceso a la información actualizada desde cualquier punto geográfico

**Solución**

- Implementó una infraestructura integrada de aplicaciones de Siebel customer relationship management (CRM), permitiendo visibilidad 360 de clientes, lo que mejoró las ventas y los resultados de *marketing*
- Creó una base centralizada de datos de clientes, facilitando la comunicación y alineación entre mercadotecnia y ventas, lo que mejoró la eficiencia operativa del área comercial en un 20%
- Centralizó información comercial, extendiendo visibilidad y seguimiento del proceso de ventas, lo que redujo el ciclo de ventas de cuatro meses a dos meses
- Estableció medidores para el análisis de resultados de ocho campañas de mercadotecnia anuales, facilitando la toma de decisiones oportunas y estratégicas
- Permitió a los agentes de venta crear reportes y actualizar datos en línea y de forma remota, lo que facilitó el acceso oportuno a la información importante del negocio
- Utilizó Oracle CRM On Demand, asegurando la predicción de costos de TI y un alto desempeño de las aplicaciones