



XIRAPHONE

“O CRM é uma ferramenta decisiva numa empresa apostada em fornecer soluções integrais aos clientes.”

Susana Fonseca, Gerente da Xiraphone

RESUMO

Empresa

- Nome: Xiraphone – Serviços de Telecomunicações, Lda.
- Localização: Alverca do Ribatejo
- Sector de Actividade: Serviços de Telecomunicações
- Serviços: Comercialização de produtos e serviços de telecomunicações (agente exclusivo Vodafone)
- Colaboradores: 22
- Website: www.xiraphone.pt
- Parceiro de implementação: RISA

Desafios e Oportunidades

- Optimizar a gestão de contratos, mitigando a elevada duplicação que se verificava anteriormente e potenciando as vendas especialmente com o CRM
- Capacitar a empresa com uma ferramenta que otimiza a articulação e a gestão de objectivos por parte da equipa de vendas
- Tornar mais eficaz a gestão de stocks
- Optimizar a gestão de recursos humanos e processamento de salários

Objectivos

- Potenciar vendas, sobretudo no segmento empresarial
- Eficácia no controlo de stocks e de margens
- Reporting de equipas móveis
- Gestão de contratos

Soluções e Serviços SAP

- SAP Business One

Pontos-chave da implementação

- A reestruturação das bases de dados, especialmente na fase de implementação do CRM
- Articulação da equipa de vendas

Porquê a SAP

- Experiência internacional
- Experiência da Vodafone com a SAP
- Garantia de evolução e apoio nas soluções SAP

Benefícios

- Integração dos vários processos da empresa, nomeadamente vendas, contabilidade e stocks
- Reestruturação da base de dados
- Controlo de custos

Ambiente

- Hardware: HP
- Sistema operativo: Windows Server 2003 R2
- Base de dados: SQL 2005



Num sector cada vez mais concorrencial – as telecomunicações – a Xiraphone focaliza a sua estratégia no segmento empresarial, apostando na optimização de processos internos que favorecem novas oportunidades de vendas.

O foco da Xiraphone centra-se nas soluções de telecomunicações para assegurar a fidelização de clientes no âmbito de uma parceria em exclusivo com a Vodafone. Em 2004, apesar do conhecimento do mercado e da relação com o operador britânico existir desde 1998 (ainda Telecel), foi feito um esforço de reposicionamento no mercado num sector caracteri-

da optimização da gestão de contratos e que facilitasse, em simultâneo, toda a gestão administrativa, desde a facturação ao processamento de salários. A opção pela solução SAP Business One foi uma decisão devidamente ponderada, uma escolha em que pesou o facto de a Vodafone já ter uma experiência anterior semelhante.

A opção pela solução SAP Business One foi uma decisão devidamente ponderada, uma escolha em que pesou o facto de a Vodafone já ter uma experiência anterior semelhante.

Susana Fonseca, Gerente da Xiraphone

zado por uma crescente concorrência, não só em termos dos operadores mas, sobretudo, em termos de agentes. Assim, esse reposicionamento procurou apostar fortemente no segmento empresarial, que, actualmente, absorve a maior parte das vendas.

Com escritórios em Portimão e uma loja em Vila Franca de Xira, a responsável da empresa, Susana Fonseca, considerou fundamental dotar a Xiraphone de uma ferramenta de gestão que potenciase as vendas através

Para Susana Fonseca, a “anterior solução de que dispunhamos não resolvia grande parte dos problemas que sentíamos”, na medida em que “tínhamos várias aplicações separadas, o que provocava alguma duplicação de contratos em termos de base de dados”.

Numa empresa em que há uma dezena de vendedores “na rua, é fundamental ter a capacidade de aferir, atempadamente, as necessidades de compra e as vendas efectivadas”. Acresce que como o negócio passa

por uma “facturação directa dos equipamentos à Vodafone, que é quem realiza a entrega directamente aos clientes”, é imprescindível “um eficaz controlo da gestão”.

No caso da loja, em que o cliente final é normalmente particular, torna-se fundamental aferir “o tipo de produtos mais comercializados, também para optimizar a gestão de compras e stocks”, anui Susana Fonseca. Por isso mesmo, o processo de implementação foi concebido em três etapas distintas, começando precisamente pela Loja e Vendas, em que foi decisiva a “tarefa de migração da solução anterior para a ferramenta SAP”. Aliás, nessa fase de concepção do processo, o parceiro de implementação, a RISA, tinha alertado “para o aspecto central de reconstruir a base de dados”.

Ainda em 2007, a segunda fase do processo incidiu sobre os módulos administrativos e, na última fase, que acaba de ser implementada, o objectivo prioritário foi operacionalizar o CRM (Customer Relationship Management), a ferramenta que responde definitivamente à estratégia da empresa de satisfazer as necessidades dos seus cliente.

Implementação em três fases

Com o “CRM do SAP Business One, não só temos uma visão global de todos os pontos de contacto com o cliente, e dos respectivos canais de interacção, como há os recursos analíticos, que nos permitem não só aferir as nossas margens como re-

“Num sector muito concorrencial, o crescimento das vendas impõe um eficaz controle de custo, que é facilitado pela solução SAP.”

Susana Fonseca, Gerente da Xiraphone



De acordo com Susana Fonseca, com o CRM do SAP Business One, a Xiraphone não só tem uma visão global de todos os pontos de contacto com os seus clientes, e dos respectivos canais de interacção, como ainda dispõe de recursos analíticos que lhe permitem aferir as suas margens e reportar a evolução do negócio à Vodafone.

portar a evolução do negócio à Vodafone”. Ainda há “algumas correcções a fazer, na sequência da base de dados anterior”, mas o processo de tomada de decisões está agora consideravelmente agilizado.

Esta implementação SAP surge numa altura em “que os objectivos estabelecidos para 2008 não serão facil-

te-nos gerir as funções essenciais do nosso negócio num único sistema e permite-nos também obter de imediato uma visão completa e actualizada ao minuto da nossa empresa e dos seus respectivos negócios. Permite-nos atingir, no fundo, o que é mais importante para todas as empresas de todas as áreas de actividade – responder eficazmente e com quali-

Por isso mesmo, o processo de implementação foi concebido em três etapas distintas, começando precisamente pela Loja e Vendas, em que foi decisiva a “tarefa de migração da solução anterior para a ferramenta SAP”.

Susana Fonseca, Gerente da Xiraphone

mente alcançados”, salienta Susana Fonseca. As dificuldades no plano macro-económico começam a evidenciar-se ao nível micro, com as “empresas – o nosso principal target – a não quererem assumir muitos compromissos”.

Uma realidade bem distinta da de 2004, quando se verificou um grande ‘boom’ na actividade do sector. Mas a Xiraphone está decidida a crescer, mantendo o optimismo para 2009, e antecipando a possibilidade de aumentar a estrutura da empresa em termos de força de vendas, agora que o controlo de custos interno é mais eficiente.

E “porque o SAP Business One é uma aplicação de software de gestão de negócios acessível e fácil de utilizar, especificamente concebida para pequenas e médias empresas, permi-

dade aos nossos clientes e expandirmos o nosso negócio de forma mais rentável e lucrativa”, conclui Susana Fonseca, para quem a aposta em melhores práticas e em ferramentas inovadoras é o caminho a seguir no domínio da gestão empresarial activa e frutuosa para todas as partes envolvidas.



(Novembro, 2008)

©2008 by SAP AG. All rights reserved. SAP R/3, mySAP, mySAP.com, xApps, xApp, SAP NetWeaver, Duet, Business ByDesign, ByDesign, PartnerEdge, and other SAP products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of SAP AG in Germany and in several other countries all over the world. All other product and service names mentioned are the trademarks of their respective companies. Data contained in this document serves informational purposes only. National product specifications may vary.

These materials are subject to change without notice. These materials are provided by SAP AG and its affiliated companies ("SAP Group") for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and SAP Group shall not be liable for errors or omissions with respect to the materials. The only warranties for SAP Group products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty.