

Microglobal & Pelco

Nuevo demoroom y ciclos de capacitación para clientes

Afianzando su relación con el fabricante, el distribuidor de tecnología enfoca su estrategia en la capacitación de canales, un showroom totalmente interactivo y el asesoramiento a sus clientes. Hablamos al respecto con representantes de cada compañía.



MICROGLOBAL

+54 11 4370-2100

info@microglobal.com.ar

www.microglobal.com.ar

Microglobal

@vinculoMG



El crecimiento de Microglobal está acompañado de una oferta de productos de más de veinte marcas de reconocimiento mundial, portfolio al que suman a Pelco, uno de los referentes en el desarrollo de tecnología y cámaras de videovigilancia.

“Estamos haciendo nuestra primera experiencia en el rubro de seguridad, específicamente en el segmento de la videovigilancia, a través de un convenio de representación firmado con Pelco, hoy parte del grupo Schneider Electric. La empresa se tomó un tiempo para buscar representaciones y evaluar cuál era la indicada para acompañar en el país, eligiendo como socio de negocios a Pelco, con todo lo que la marca representa en el mercado”, había expresado José San Román, Gerente de producto de la compañía, en una reciente entrevista realizada por Negocios de Seguridad.

Potenciando su alianza con el fabricante de soluciones para videovigilancia, Microglobal llevó a cabo una serie de capacitaciones y certificaciones de la marca, para técnicos e instaladores, en el Centro de Capacitación Pelco, con sede en la empresa Digifix, donde, además, se montó un showroom donde se exponen, en funcionamiento, las soluciones Pelco.

“El showroom de Pelco cuenta con treinta y cinco modelos de cámaras diferentes instaladas, que pueden verse a través de un videowall. La idea es que nuestros clientes puedan acercarse al lugar y ver que todas las soluciones que ofrecemos tienen realmente las prestaciones que decimos que tienen. Es una manera de que el cliente tenga la certeza de que el producto que va a instalar funciona realmente para lo que se requiere”, señaló por su parte Augusto Devesa, Gerente de ventas para Argentina, Uruguay y Paraguay de Pelco.

“La mayoría de los profesionales del sector conocen nuestra marca y sus productos, por lo que también mostramos en nuestro showroom la integración de Pelco con otros productos de Schneider, como los sistemas de videos con BMS (Building Management Systems), control de accesos, control de iluminación y eficiencia energética, entre otras soluciones de la compañía”, amplió Devesa.

La integración de sistemas ya es una tendencia del mercado y todas las compañías comienzan a ofrecer soluciones con estas características. Pelco no es la excepción y a través de la cartera de productos Schneider, logran unificar sistemas en una plataforma

única, capaz de gestionar diferentes subsistemas.

“A través de la integración de distintos sistemas se logra una mayor eficiencia de gestión y control que excede a las soluciones estrictamente de seguridad. Hoy existen aplicaciones que no están relacionadas con las necesidades de seguridad de una empresa pero que requieren de la inteligencia de una cámara o software para ser implementadas”, amplió el directivo de Pelco.

TRABAJO JUNTO AL CLIENTE

El demoroom está pensado para que los clientes de la empresa puedan presentar, a través del distribuidor Microglobal, el abanico de soluciones Pelco a sus propios clientes.

“Estuvimos trabajando el mes pasado con un cliente de nuestra empresa que invitó a doce de sus canales. La idea era que pudieran ver los distintos segmentos verticales a los que pueden aplicarse los productos Pelco y uno de los temas en los que trabajamos fue precisamente las opciones que brinda una cámara por fuera de una solución de seguridad”, explicó San Román.

“Estuvimos mostrando cómo una cámara puede aplicarse en control de procesos o en marketing. Algunas de las empresas que asistieron fueron del

rubro metalúrgico y del comercio minorista. A ellos les mostramos que podían, a través de una cámara, aplicar técnicas de marketing después de evaluar posicionamiento de góndolas y flujo de personas en un local”, amplió el directivo de Microglobal.

“En el caso de la metalúrgica mostramos cómo podían hacer control de producción y evitar accidentes que podrían afectar más al negocio que a la propia seguridad del lugar”, agregó Devesa.

“La idea de este showroom es que pueda ser utilizado en mostrar el potencial y el diferencial de las soluciones Pelco a través de este tipo de iniciativas, poco desarrolladas aún por otras marcas en Argentina”, concluyó José San Román.

Según expresaron ambos directivos, el demoroom fue diseñado con la finalidad de ofrecer charlas y capacitaciones con un agregado: la posibilidad de acceder luego al búnker donde están instaladas las cámaras para ver en vivo el funcionamiento de las cámaras.

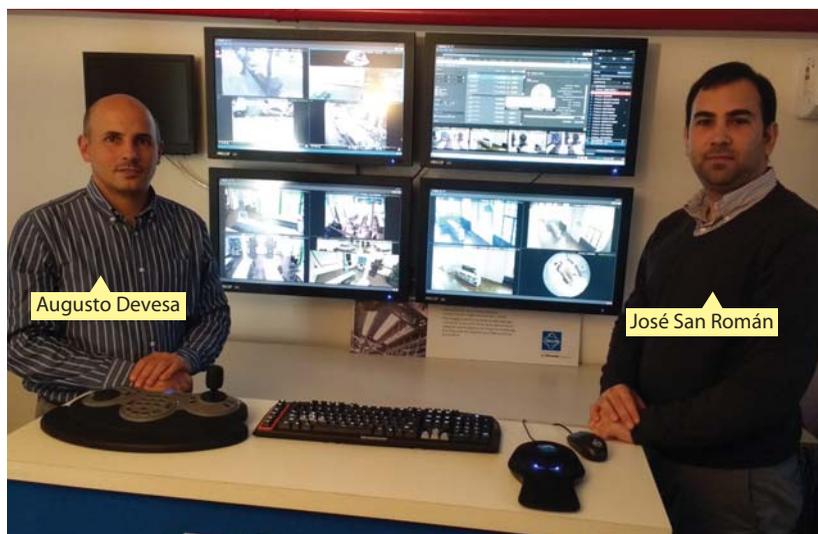
“Todos los clientes que visitan nuestro demoroom, además, recorren las instalaciones de Digifix y pueden comprobar cómo se brinda el soporte técnico, el sector donde se trabaja con las cámaras, que los repuestos para aquellas que necesitan reparaciones están y son originales. Todos estos beneficios que les ofrecemos que terminan por decidir al cliente a implementar una solución Pelco”, describió Augusto Devesa.

CENTRO DE REPARACIONES

Pelco tiene, desde hace casi diez años, su centro de reparaciones y certificaciones donde hoy se encuentra el showroom. Originalmente pensado solo con esa función, la empresa vio cómo sus clientes requerían de mayores servicios y eso motivó la readecuación del espacio.

“Agregarle equipamiento a lo que antes era solo un centro teórico fue una necesidad para nosotros. Si bien dábamos capacitaciones, muchas veces se hacía difícil de explicar a una persona lo que estaba escrito en un folleto comercial, por ejemplo. Eso podía verlo todo el mundo. El desafío pasó a ser, entonces, que nuestros clientes vieran que lo que decía ese material de marketing era real y que la cámara que querían usar podía tener mucho más utilidad y prestación que la que figuraba en un datasheet”, explicó Devesa.

“Hacer una presentación a través de una pantalla o con descriptivos hoy no es útil: el cliente no termina de darse cuenta del potencial que tiene



Augusto Devesa

José San Román

lo que está comprando. Por eso se hizo necesario que pudiéramos mostrarlo en vivo”, detalló por su parte San Román.

En general, las acciones de marketing están pensadas para el usuario final, que puede a través de un video o catálogo ver qué es lo que podría necesitar.

Sin embargo, no es lo mismo cuando se trata de un profesional. “Cuando hablamos de determinada tecnología es necesario mostrarle al integrador cómo se traduce eso en una imagen tomada por una cámara y también nos sirve a nosotros para asesorarlo acerca del producto. Puede suceder que no sea ese el ideal para la solución que está buscando”, graficó.

“Muchas veces sucede que un cliente viene buscando determinado producto y cuando se le consulta qué resultados quiere obtener, resulta que esa cámara que vino a buscar no cumple estrictamente lo necesario. O, por el contrario, excede la prestación deseada. Esto lleva a que por el costo de ese producto pueda perderse el proyecto, por lo cual tratamos de detectar esa necesidad específica para ofrecerle un producto específico, que cumpla con sus necesidades y expectativas”, explicó el directivo de Pelco acerca del proceso de asesoramiento al cliente.

No siempre una cámara de mayor resolución resuelve eficazmente una escena. “El asesoramiento pasa por ahí: por darle al cliente el producto necesario. Si un cliente viene con un proyecto de doscientas cámaras que deben ser aplicadas en distintos entornos, nos tomamos el trabajo de ver qué es lo que se precisa y luego sí recomendar el producto adecuado, evitando así una solución que no cumpla lo requerido”, explicaron desde Microglobal acerca del contacto con el cliente.

“Vender por cantidad no es la filosofía de Pelco. Nos enfocamos en ofrecer los productos adecuados para el proyecto. Y, citando el ejemplo anterior, si tenemos un cliente con un proyecto de doscientas cámaras, difícilmente todas deben instalarse en entornos similares, por lo que debemos determinar si una va a instalarse en una lobby, cuántas en un sótano o bodega, cuántas en un estacionamiento, si éste es al aire libre o subterráneo... En fin, una serie de cuestiones que deben ser analizadas desde el punto de vista de la respuesta del dispositivo ante esa necesidad, para ofrecerle al cliente la mejor opción disponible”, explicó el gerente de Pelco.

“Cuando el canal se acerca a nosotros y hablamos de manera integral de su proyecto puede trasladar la solución de manera más eficaz a su propio cliente, el cual seguramente, una vez implementada, quedará satisfecho con la solución propuesta”, concluyó San Román.

Microglobal y Pelco proponen así, desde el renovado demoroom del fabricante, una propuesta interactiva para sus clientes, a través de la cual no sólo podrán tener un marco teórico y capacitación acerca de las soluciones sino también ver en la práctica el funcionamiento de los equipos que ofrecen ambas compañías. ■

UNIDADES DE NEGOCIOS

- Videovigilancia.
- Conectividad.
- Informática.
- Telefonía.
- Redes.
- Servers y storage.