

Rosatel superó récord de ventas online en la campaña por el Día de la Madre

La unidad de negocio de la compañía GRAMECO apostó por el soporte digital de Americatel y superó su meta comercial. Llegó a alcanzar un 40% más de ventas online respecto al año pasado.

El mercado del comercio electrónico sigue creciendo a pasos acelerados. Solo el 2016, el sector movió US\$2.800 millones, 198% más que el año anterior, según la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (Capece). En ese ámbito, el Grupo Americano de Comercio (GRAMECO), mediante su unidad de negocio Rosatel, fue una de las empresas que dio mayor impulso a las nuevas tecnologías.

Para lograrlo, la empresa replanteó su estrategia digital el 2016 y pasó de ser soportada tecnológicamente por diversos proveedores de servicios (Cloud, Hosting e Internet), a confiar en un único socio integral de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y continuar transformando digitalmente el negocio. “Cambiamos a Americatel porque responde a la flexibilidad que requiere Rosatel por los picos estacionales de nuestra demanda de clientes”, dice Raúl Torres, gerente de TI de GRAMECO.

Antes de migrar a Americatel, GRAMECO sentía que tenía una barrera tecnológica para su crecimiento. “No contábamos con la capacidad de respuesta ante la necesidad y expectativa del negocio”, afirma Torres. Fue así que toda la plataforma tecnológica de las marcas de Grameco, en la que está incluida Rosatel, migró a Americatel. Con este cambio, se logró implementar



Raúl Torres, gerente de TI de Grameco; César Taboada, gerente de la unidad de restaurantes de Grameco; Raúl del Pino, gerente general de Rosatel, y Víctor Valle, gerente comercial de TI de Americatel.

el e-commerce en aplicativo móvil y superar las expectativas de venta durante la campaña por el Día de la Madre, donde solo en el día pico se logró hasta un 40% más de ventas que el 2016.

Soporte digital de primera “Americatel nos da la flexibilidad de un soporte digital que contribuye a la consecución de nuestras metas comerciales y nos alienta a la transformación digital a todo nivel”, explica Raúl del Pino, gerente general de Rosatel. Este respaldo se ha traducido en un crecimiento comparativo del 15% respecto a la campaña

por el Día de la Madre del año pasado. Mientras que, con sus anteriores proveedores, tener un mayor tráfico de consumo del servicio desde su portal web podía hacerla colapsar; con Americatel existe total flexibilidad para hacer upgrades de ancho de banda y de recursos en infraestructura TI durante las necesidades estacionales del negocio, explica Torres.

Además, el negocio no solo aborda el servicio online, sino que incluye la mejora tecnológica de la experiencia en tienda. Por ello, en esta campaña, Rosatel lanzó un aplicativo para smartphones para

facilitar la compra presencial. “Las vendedoras tenían una tableta con la que asesoraban a los clientes para que solo tengan que dirigirse a caja a pagar”, explica Del Pino. “Fue un trabajo conjunto de meses que se aplicó a toda la división Rosatel y un gran logro para la campaña”, concluye.

Hoy, la seguridad de un buen soporte los alienta a seguir con nuevas optimizaciones e innovaciones, por lo que ya se encuentran trabajando en la geolocalización del estado del pedido para su servicio de delivery como un servicio de valor agregado a sus clientes.

Un outsourcing de TI para todos los rubros

Tener un aliado tecnológico estratégico resulta una decisión acertada para muchas empresas. Así, Americatel permite a sus clientes contar con un soporte digital de primer nivel a un precio razonable y alineado al negocio. Según señala Víctor Valle, gerente comercial de TI para Americatel Perú, contratar un outsourcing integral TIC que brinde los servicios de data center, cloud computing y conectividad, reduce los costos operativos del área hasta en un 40%. Además, “un buen soporte incide en que el negocio sea ágil en la entrega del servicio y, así, se logren mayores ingresos alineados a los objetivos comerciales de nuestros clientes”, sostiene.

Por ello, si bien el contar con los elementos tecnológicos y de soporte para un solo cliente demandaría una inversión económica importante para la empresa, la tercerización de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) se convierte en la opción ideal a medida del crecimiento y demanda del negocio de manera ágil y segura.