



digital  **boost**
by stratesys

RAMÓN MONTANÉ

FUNDADOR DE STRATESYS

Ramón Montané es el fundador, junto con su socio Carlos De Pedro, de la consultora Stratesys. Una compañía que en poco más de 18 años ha pasado de ser un proyecto a convertirse en una multinacional presente en 4 continentes. Especializada en tecnología SAP, se ha convertido en uno de los principales partners del gigante alemán. Pero Stratesys, más allá de su propuesta SAP, sigue creciendo y evolucionando y ha hecho una decidida apuesta para acompañar a las organizaciones en sus procesos de transformación digital.

¿Qué es Stratesys?

Stratesys desde 1997 quiere ocupar un papel importante en el desarrollo de soluciones de negocio basadas en tecnología y/o digitales, con una firme apuesta por SAP como fundamento adecuado para el futuro digital de las empresas. Hoy Stratesys aborda la transformación digital en todas aquellas organizaciones que tengan SAP como Core Business, tanto en

España como en otros países de Europa, América y Asia. Contamos con un equipo humano formado por más 700 profesionales especialistas, hemos ejecutado unos 800 proyectos en más de 60 países, colaboramos con más 200 clientes (entre los que se incluyen la mitad del IBEX 35), y facturamos cerca de 40 millones de euros. En Stratesys crecemos y nos adaptamos a las necesidades de

nuestros clientes, y de ahí que en los últimos años estamos especialmente volcados en ayudar a las empresas a alcanzar sus objetivos en el entorno digital. Por este motivo, el pasado año lanzamos Digital Boost, una unidad de negocio constituida por equipo multidisciplinar y especializado en estrategias de marketing digital: Inbound Marketing, gamificación, analítica digital, etc.

¿Cómo entendéis en Stratesys el proceso de “transformación digital” en el que actualmente están inmersas muchas empresas?

La transformación digital afecta a todas las áreas de negocio de las compañías, sobre todo a aquellas que tienen que ver con el factor humano, tanto desde el punto de vista de los recursos humanos, como de cara a los públicos externos: clientes, proveedores, partners, etc. Fundamental es el nuevo papel que está adquiriendo el consumidor actual. El mundo digital ha cambiado radicalmente su comportamiento e interacción con el medio, ahora tiene un rol decisivo y ha tomado las riendas de las relaciones comerciales.

“Captación de tráfico, analítica del portal, Inbound, etc. El éxito para nuestros clientes está asegurado.”

¿Cómo se materializa este enfoque a nivel práctico? ¿Qué es lo que propone Stratesys a sus clientes, especialmente a las grandes compañías con las que trabajáis?

Con Digital Boost y con nuestra Agencia de Innovación acompañamos a nuestros clientes en su transformación digital, mejorando la interacción entre personas, tecnología, negocio y estrategia, tanto dentro como fuera del mundo digital. Transformar no es eliminar, es partir



focalizado en el desarrollo de sus propias disciplinas, sino también fomentando y reforzando las sinergias que puedan surgir entre las distintas áreas.

Hablemos de Ecommerce. ¿Por qué SAP Hybris?

SAP Hybris es la plataforma eCommerce con mayor crecimiento en clientes y facturación en los últimos años, además de ser posiblemente la solución más completa del mercado. Es pionera en ofrecer el concepto de omnicanalidad llevando sus soluciones a todos los canales físicos y virtuales. Cuenta con soluciones preconfiguradas para los principales tipos de comercios B2B y B2C, aceleradores de configuración para diferentes sectores y ofreciendo una programación responsive para cualquier tipo de dispositivo. En definitiva, como expertos, creemos que es una de las mejores opciones del mercado actual, especialmente cuando la acompañamos con el ecosistema de soluciones que aportamos desde Digital Boost: Captación de tráfico, analítica del portal, Inbound, etc. El éxito para nuestros clientes está asegurado.

¿Hacia dónde se dirige el comercio electrónico?

En esta "transformación digital" el usuario es el rey. Por lo tanto, toda la experiencia de venta tiene que estar centrada en el mismo. Tiene mucho que ver con los famosos 'moments-of-truth' y el concepto de customer journey. Los usuarios buscan experiencias personalizadas, que activen sus motivaciones y satisfagan

de lo que tienes y de lo que te genera tu caja actual, y aprovechar las sinergias de este negocio para aportarlas como valor adicional al entorno digital, y de esta forma ocupar el espacio que necesita el nuevo usuario/cliente digital que tiene expectativas de inmediatez en el consumo y en el servicio. Si quieres realizar algo disruptivo, como crear un negocio digital con otras reglas del juego, quizás el mejor enfoque no sea hacerlo por los procesos corporativos tradicionales. Estos negocios, además de inversión, necesitan velocidad de ejecución. Son negocios en los que aprendes equivocándote.

¿Cómo se consigue integrar una línea de marketing digital en una estructura de consultora tecnológica, siendo dos mundos tan diferentes?

Como comentábamos antes, la transformación digital es un proceso de calado muy amplio. Es un cambio tecnológico, pero también estructural y cultural. Stratesys contaba ya con la experiencia y la base tecnológica, y hemos creado un ecosistema de nuevos conocimientos y contratación de talentos digitales, alrededor de herramientas tradicionales.

Contáis con un amplio portfolio de soluciones ¿Cómo se gestiona internamente, en este contexto, el talento?

La clave reside no sólo en contar con un equipo de especialistas muy heterogéneo y especialmente

"El mundo digital ha cambiado radicalmente su comportamiento e interacción con el medio"

sus necesidades. Esas experiencias totalmente centradas en el usuario son la base de lo que en Stratesys denominamos el u-commerce (User commerce). Pronto tendremos novedades alrededor de este concepto.

SAP, marketing digital, ¿en qué otras áreas estáis trabajando desde Stratesys para seguir evolucionando?

Desde su creación, Stratesys se encuentra en permanente evolución. Nuestra presencia en otros mercados más desarrollados, como el norteamericano o el asiático, nos permite estar en contacto con las tendencias de generación de negocio más avanzadas y, en consecuencia, trasladarlas a clientes de otros países. Tenemos sobre la mesa temas como la robótica, programación de bots, blockchains (más allá del bitcoin), etc. Nos encontramos en constante movimiento, por lo que seguro que surgirán nuevas ideas y propuestas ¡Os tendremos informados!

