

OFICINA REGIONAL

Visión 2025-2030



“ Porque no seremos cocodrilos...
es momento de evolucionar ”

Maximiza el potencial



OBJETIVO del grupo de directores regionales :

Estructurar un grupo de trabajo donde se estandaricen los diferentes procesos que requiere una dirección regional para cumplir con las nuevas funciones y una visión al 2030.

Debe existir una coordinación con los lineamientos estratégicos del corporativo, para tener una “Alineación Total” y aportar valor a la organización.

Back to basics...

Visión :

- Ser una organización que liderea la transformación digital de las empresas en México para contribuir a su desarrollo económico sostenible.
- Aportar valor a la organización Microsip.
- Consolidar una red profesional de Partners y Afiliados que busque el éxito de los clientes.

Misión :

- La dirección regional es una organización enfocada en buscar el éxito de los clientes con el uso eficiente del ERP Microsip a través del reclutamiento, desarrollo y profesionalización de una red de Partners y Afiliados, que puedan prestar un servicio de excelencia al usuario final, garantizándoles una rentabilidad y una realización personal a través de consolidarse como empresarios de sus negocios.



Valores:

- Muestra profesionalismo en todo lo que hace.
- Trata a todos con respecto.
- Promueve el trabajo en equipo.
- El bien del partner es el bien del regional.
- Honestidad e integridad.
- Es alegre.
- Atiende al cliente sobre todas las cosas .

Dejando **CLARO** nuestro **QUÉ:**

Dar VALOR a los Partners con el objetivo de garantizar el éxito de nuestros clientes.

Nuestros Clientes son los Usuarios Finales y los Partners cuidan a nuestros clientes.



¿CÓMO lograr esto ?

A través de **estrategias específicas orientadas al éxito del cliente**.
Clasificadas en 5 PILARES:

- Filosofía CS (CUSTOMER SUCCESS) .
- Administración Eficiente.
- Soporte y Capacitación.
- Consolidación de Mercado (Marketing).
- Reclutamiento y desarrollo.

1

Institucionalización y Sucesión:

Tener un plan claro de sucesión para cada OR, buscando la ejecución adecuada de las estrategias, la comunicación y liderazgo que se requiere con los Partners, dando una imagen que vaya de acuerdo a la evolución del corporativo Microsip.

2

Reclutamiento:

Tener un proceso global de reclutamiento que abarque desde la generación de prospectos, su evaluación, propuesta de plan de carrera y crecimiento con el objetivo de generar una nueva generación de consultores, así como definir y estructurar los tipos de Partners, los requisitos que solicitaremos y los que se les ofrecerá.

3

Evaluación de los Partners:

Se propone el COVA (Contribución de Valor), que es una forma clara de mediar al Partner Microsip en base al plan de carrera, considerando su capacitación en la Universidad Microsip, su crecimiento personal, su aportación a la marca, sus ventas y el éxito de sus clientes.

4

Difusión de Información a Partners y Clientes:

Garantizar que los Partners y Clientes tengan información de tipo: comercial o técnica, que sea clara y oportuna, sirviendo como una extensión del corporativo que posicione la marca y aporte valor, reducción costos de los Partners y pueda ser customizada por región para su éxito.

Estas Acciones podrían ser: Juntas Virtuales, Webinars en vivo, Zooms Internos, Estrategias de marketing digital como Mailing o WhatsApp a BIR.

5

Plan de Carrera Integral para Consultores

Concretar un plan de carrera integral que sirva de argumento para lograr el convencimiento y compromiso de una nueva generación de consultores, que logre transmitir como Microsip puede ser una excelente opción para lograr un negocio rentable, una realización personal, crecimiento y bienestar con el siempre objetivo de lograr el éxito de los clientes.

6

Recursos Humano

Motivar a que se utilicen los servicios de Recursos Humanos del corporativo u ofrecer estos servicios que ayude a los Partners a la sustitución rápida de un empleado de manera profesional, apoyándonos de herramientas con este fin y entrevistas personales con el fin de entregar un candidato de calidad y talento dentro del presupuesto.

7

Customer Success

Estructurar los procedimientos del éxito del cliente de manera sencilla y eficiente entendiendo y difundiendo los procesos del CS:

- Segmentación del Cliente.
- Medir el éxito de los Clientes (KPIs).
- Solucionar proactivamente posibles problemas.
- Formación y Capacitación Continua de los Usuarios.
- Identificación de Oportunidades de Venta.
- Fidelización del Cliente en el Centro de la Estrategia Comercial.
- Vocero del Cliente Dentro de la Organización Microsip.
- Recuperación de la Base Instalada Abandonada.



Veremos en donde encajan las funciones de un
CUSTOMER SUCCESS MANAGER (CSM)



¿CÓMO lograr esto ?

Nosotros también nos EVALUAREMOS...

Se propone también una evaluación de la Oficina Regional en base al Cumplimiento de las Estrategias Específicas y la evaluación del éxito de los clientes.


¿QUÉ sigue...?

En coordinación con el Corporativo se estructurarán los ¿CÓMOS?, los procesos simplificados para lograr la implementación eficiente mediante nuestro equipo de trabajo

¡ Muchas Gracias !



Maximiza el potencial

A large, stylized orange graphic in the bottom right corner, resembling a hand or a series of overlapping shapes pointing upwards and to the right.