



COL

www.periferiaitgroup.com



Periferia IT
Group

HIGH TECHNOLOGY,
BETTER EXPERIENCES

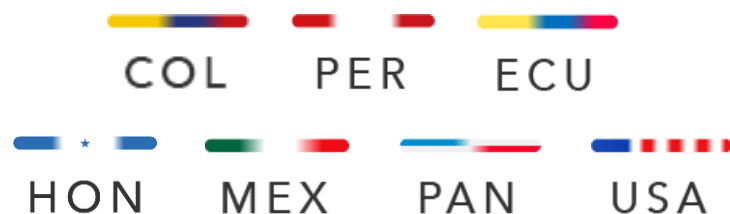
Colombia | Perú | Ecuador | Panamá | México | Estados Unidos



Universidad de
los Andes

Caracterización

Presencia global
y oficinas en 7 países



+ de 19 años

de experiencia en el sector de la tecnología

+ de 1300 colaboradores

RESPALDO DE:



ISO
27001:2022



ISO
9001:2015



ISO/IEC
27032:2023

Periferia IT Group:

empresa que acompaña procesos de transformación digital.

En la primera entrega:

analizamos el modelo de negocio, canales y CJM.

En esta entrega:

Ajustamos ese análisis con mejoras.

Proponemos tácticas para optimizar la experiencia del cliente.

Enfoque: integrar ERP, CRM y plataformas de soporte con mercadeo, ventas y post-servicio.

Introducción

Aliados de negocio: partners



Modelo de negocio



Propuesta de valor

Acompañar a las empresas en su transformación digital ofreciendo servicios de TI ágiles e innovadores, que combinan metodologías flexibles, tecnologías de punta y métricas en tiempo real. El objetivo es ser un socio estratégico que impulsa la evolución del negocio, y no simplemente un proveedor.



Canales

Digitales: sitio web, redes sociales, email y webinars.

Presenciales: oficinas en 7 países, eventos tecnológicos, ferias tecnológicas, asociaciones con partners.

Post-servicio:

- Help Care: soporte diario y proactivo.
- Customer Experience Lab: mide la satisfacción global de los clientes.

Relaciones con el cliente



Relación B2B de largo plazo, basada en células de trabajo especializadas: software factory, testing factory y consulting.

Enfocada en confianza, fidelización y acompañamiento continuo en innovación y soporte.



Segmentos de mercado

Empresas referentes de mercado, en su mayoría con operaciones en Latinoamérica.

Sectores: financiero, asegurador/AFP, logístico, retail, salud, educación, petróleo y gas, entre otros.

Clientes con altos presupuestos de TI y áreas tecnológicas consolidadas, que buscan proveedores innovadores, con experiencia comprobada.

Canales de Venta

Objetivo: concretar negocios y mantener relaciones de largo plazo.

Hunters (Cazadores)

- Ejecutivos comerciales que buscan **nuevos clientes**.
- Impacto: representan el **35% de las ventas totales**.
- Rol clave: expansión y apertura de nuevos mercados.
- Métricas: número de nuevos clientes y oportunidades cerradas.

Farmers (Mantenedores)

- Account managers que cuidan y hacen crecer las **cuentas actuales**.
- Impacto: generan el **65% de las ventas totales**.
- Rol clave: fidelización, up-selling y cross-selling.
- Métricas: retención, satisfacción de clientes y ventas adicionales en cuentas existentes.

Canales de Post-Servicio

Objetivo: garantizar continuidad, soporte y satisfacción.

Help Care

- Soporte diario y proactivo a equipos desplegados en clientes.
- Evita interrupciones y asegura la continuidad operativa.
- Métricas: número de incidentes resueltos, tiempo de respuesta, satisfacción post-soporte.

Customer Experience Lab

- Evalúa integralmente la experiencia del cliente mediante encuestas y análisis.
- Genera estadísticas sobre satisfacción, quejas y sugerencias.
 - Importancia: retroalimenta a la organización para mejorar procesos y fidelizar.
- Métrica principal: satisfacción global de clientes (**92% en Q2 2025**)

Customer Journey Map

Customer Journey Map: Canales pre-venta

		Canales Antes de la prestación del servicio.				
		Referidos	Redes sociales	Mailchimp	Web	Search Engines
Departamento/Área encargada	Experiencia del usuario actual	Excelente: sigue siendo la fuente más efectiva de clientes	Bueno: Clientes reaccionan positivamente a las	efectivo en generar leads que se transformen en ventas	Buena: los clientes comentan respecto a su completitud y variedad.	Neutral: Incrementa el tráfico de las plataformas web
	Hunter	Crucial, es el encargado de conectar con un cliente potencial para desarrollar el servicio	En el caso de eventos (motivados o divulgados por redes), son el punto de contacto con los clientes	N/A	N/S	N/A
	Farmers	Recibir el flujo del cliente y adoptarlo, introducirlo a la empresa y la vasta variedad de producto	N/A	Ofrecer su correo como punto de contacto. En caso de posible interés y responder a leads.	Recibir tráfico que pueda surgir de los clientes por las plataformas web	N/A
	Customer Experiene Lab	Monitorear satisfacción de los clientes con este canal. Y proveer soluciones veloces	Monitorear satisfacción de los clientes con este canal	Monitorear satisfacción de los clientes con este canal	Monitorear satisfacción de los clientes con este canal	Monitorear satisfacción de los clientes con este canal
	Helpcare	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución
	Digital Marketing officer	Facilitar la consecución de conexiones entre clientes satisfechos y clientes potenciales por medios digitales	Genrar campañas de marketing, productos nuevos, relaciones públicas y manejo de imagen	Diseñar estrategias de mercadeo por correo y manejo de la base de clientes	Publicidad en las redes sociales que logren incrementar el tráfico de la página	Definir criterios de búsqueda, buscadores y plataformas a usar.

Customer Journey Map: Canales durante el servicio

		Canales durante la prestación del servicio				
		Correo	Telefono	Whatsapp Bussiness	Video Conferencia	Oficinas
Departamento/Area encargada	Experiencia del usuario actual	Comunicaciones buenas pero más lentas	Excelente: Operarios atentos y experiencia personalizada	Excelente: Operarios atentos y experiencia personalizada	Excelente: Operarios atentos y experiencia personalizada	Excelente: Operarios atentos y experiencia personalizada
	Hunter	Contestar preguntas de los servicios y posibles palnes sencilloss de los clientes , en miras de conectar con un Farmer	Contestar preguntas de los servicios y posibles palnes sencilloss de los clientes , en miras de conectar con un Farmer	Contestar preguntas de los servicios y posibles palnes sencilloss de los clientes , en miras de conectar con un Farmer	Contestar preguntas de los servicios y posibles palnes sencilloss de los clientes , en miras de conectar con un Farmer	N/A
	Farmers	Contestar preguntas, agendar reuniones, referir a diversas áreas y organizar el servicio.	Atender dudas e inquietdues, asesorar, Modificar el servicio, responder preguntas e iterar en el proceso según las necesidades del cliente	Atender dudas e inquietdues, asesorar, Modificar el servicio, responder preguntas e iterar en el proceso según las necesidades del cliente	Ofrecer un servicio más personalizado y atender dudas más urgentes o que requieren de una mayor clairificación .	Ofrecer un servicio personal, asesorar en el desarrollo del servicio y ofrecer tranquilidad al cliente.
	Customer Experiene Lab	Monitorear la satisfacición del clietne con el canal de correo electrónico	Monitorear satisfacción de los clientes con este canal. Y proveer soluciones veloces	Evaluar el desempeño y la efectividad de este canal, con el fin de ofrecer soluciones veloces	Monitorear satisfacción de los clientes con este canal. Y proveer soluciones veloces	Monitorear la efectividad en la experiencia de clietne de las oficinas física y evaluar el desempeño
	Helpcare	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución, delegando a otras áreas, generando soluciones por si mismos.	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución, delegando a otras áreas, generando soluciones por si mismos.	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución, delegando a otras áreas, generando soluciones por si mismos.	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución, delegando a otras áreas, generando soluciones por si mismos.	Recibir pqrs y procurar por su pronta solución, delegando a otras áreas, generando soluciones por si mismos.
	Digital Marketing officer	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Customer Journey Map: Post- Venta

		Canales después de la presatación del servicio		
		PeriTicket	Microsoft Dynamics	Microsoft Forms
Departamento/Area encargada	Experiencia del usuario actual	Regular: Tiempos de respuesta lentos par algunos tipos de pqrs	Neutro	Neutro: Los clientes no muestran inconformidad
	Hunter	N/A	N/A	N/A
	Farmers	Estar pendiente de posibles reclamos de su base de clientes	N/A	N/A
	Customer Experiene Lab	NA	Almacenar resultados y utilizarlos para análissi futuros	Mandar encuestas, recibir resultados, analizarlos y poder conluir respecto al pipeline de la empresa.
	Helpcare	Recibir y gestionar las soluciones a los pqrs	Almacenar resultados y utilizarlos para análissi futuros	N/A
	Digital Marketing officer	Analizar quejas o inconformidades sobre las campañas de marketing para mejorar su efectividad	N/A	N/A

Mejoras del Customer Journey Map

Caracterización : Después de indagar respecto a los usos de SI...

- Customer Experience Lab no es un punto de contacto
- Helpcare tampoco es un punto de contacto
- Los canales realmente son diferentes

Debilidades : Indagando respecto a las encuestas de los canales...

- Las encuestas no reflejan la realidad
- Los canales de marketing pueden ser "recibidos" pero no se traducen en leads

Sistemas Empresariales Actualmente Implementados

Intra-organizacionales.

SAP Business One (ERP)

- Desarrollado en ABAP, sobre SQL Server.
- Integra compras, operaciones, ventas, finanzas y nómina.
- Personalizado con desarrollos específicos en ABAP.

Microsoft 365

- Word, Excel, PowerPoint y Forms → soporte administrativo y documentación.

Azure DevOps

- Planificación y gestión ágil de proyectos.

Inter-organizacionales.

Microsoft Dynamics 365 (CRM)

- Gestión de leads, oportunidades y cuentas.
- Uso por equipos **Hunters** y **Farmers**.

Periticket (sistema propio)

- Gestión de PQRs, incidencias y asignación de recursos.
- Seguimiento de beneficios a colaboradores.

Portales de partners (Microsoft, Google, AWS, etc.)

- Registro de oportunidades, soporte y licenciamiento.



Soporte de Sistemas Empresariales a los Canales

Canales de Mercadeo

- **Microsoft Dynamics 365 (CRM):** centraliza info comercial.
- **Voz a voz (referidos):** registro de empresa y sector económico en CRM.
- **Redes sociales:** Hootsuite para monitoreo de interacciones.
- **Email marketing:** Mailchimp para campañas.
- **Limitación:** integración manual con CRM (no automática).

Canales de Ventas

- **Hunters & Farmers:** uso de Dynamics 365 + Office 365.
- **WhatsApp Business:** comunicación y envío de propuestas.
- **Flujo de gestión:**
- Oportunidad en CRM + Office 365.
- Integración con **SAP** → proceso financiero.
- Conexión con **Periticket** → asignación de recursos y costos.
- Seguimiento en **Azure DevOps** → planificación y monitoreo del servicio.

Canales de post-servicio

- **Periticket:** gestión de PQRs, incidencias y soporte.
- **Experience Teams (in-house):** evaluaciones de desempeño, integrado a CRM + Office 365.
- **Help Care:** soporte diario y proactivo, conectado a CRM.
- **Customer Experience Lab:** encuestas vía Microsoft Forms → datos en CRM.
- **Objetivo:** retroalimentación en tiempo real → mejora continua y fidelización.

Conclusiones

Periferia IT tiene un ecosistema robusto de sistemas, pero con brechas de integración que afectan la trazabilidad.

Los mayores retos están en Help Care y Customer Experience Lab (oportunidad, calidad y eficiencia).

La clave es fortalecer ejecución y post-servicio, más que ampliar canales de preventa

Con integraciones sólidas (CRM–SAP–Periticket–Azure), métricas objetivas y prácticas ágiles, la empresa podrá mejorar fidelización y potenciar el voz a voz.