



SOHO (Small Office & Home Office)

Vender a las PYMES

Cada día más, aparecen en el mercado de la electrónica nuevos productos con una clara vocación: entrar en la pequeña empresa. Esta gama amplía el posible negocio de la tienda que lo vende, ya que hace posible abarcar un segmento de consumo poco investigado hasta ahora.

La tecnología sigue avanzando día a día, y pone al alcance de las compañías privadas, públicas, grandes o pequeñas, multitud de recursos que revierten en las corporaciones y generan economías de escala, mayor potencial colaborativo entre los trabajadores y mayor eficiencia de medios.

Sin embargo, el avance tecnológico requiere una gran capacidad de adaptación e inversión por parte de las empresas, que debe ser directamente proporcional a su volumen. El nuevo concepto de "renovar o morir" llega a las antiguas tiendas de electrodomésticos. Donde se encontraban cafeteras o útiles de cocina, ahora tienen que surtir a estas empresas de lo medios y tecnologías de vanguardia que necesitan, dando soluciones digitales e innovadoras a las PYMES de su zona de influencia.

Con las mismas características técnicas, con el mismo equipo y estructura que requiere una empresa profesional, muchas oficinas pequeñas, o los empresarios que trabajan desde casa, necesitan recursos tecnológicos punteros (videoconferencia, red inalámbrica, conectividad, etc.), a un coste menor que el que puede invertir una gran empresa. Estas pequeñas empresas no pueden depender de

equipos profesionales caros, que no amortizarán ni a largo plazo. Es por esta tendencia por la que la tendencia de las tiendas de electrodomésticos optan por un nuevo concepto, haciéndose capaces de proveer al usuario de estos apartados con capacidades propias de una gran empresa, pero recortadas en precio. Las tiendas de electrodomésticos intentan entonces dar soluciones dotando de una infraestructura más barata, que habilite a la pequeña empresa para dar el mismo servicio a los clientes que una empresa de grandes oficinas, encontrando en los dispositivos que adquiere un punto intermedio entre el usuario tradicional, de pocos recursos, y el usuario profesional, superior en volumen y coste.

Este nivel intermedio de aparatos requiere un planteamiento adaptado para un sector empresarial con infraestructuras y oficinas de nivel menos profesional pero igualmente cualificadas. De hecho, es tanta la demanda que los fabricantes han generado una completa gama intermedia de productos, denominada SOHO, acrónimo de Small Office-Home Office (Pequeña Oficina-Oficina en Casa). Este término se usa para denominar a los aparatos destinados a un uso profesional o semiprofesional pero que, a diferencia de otros modelos, no están pensados para asumir un gran volumen de trabajo, aún ofreciendo calidades de ámbito superior que las requeridas por el usuario tradicional. Entre ellos pueden encontrarse dispositivos para el acceso a Internet, centralitas privadas de telecomunicaciones, estructuras inalámbricas, dispositivos de comunicación como teléfonos móviles o PDAs, etc., aunque este segmento no consta solo de

hardware, sino también de aplicaciones destinadas a proveer de videollamadas, red de datos de alta velocidad, escritorio remoto, contabilidad a pequeña escala, entre otros.

Pensado para la PYME

El primer servidor para la pequeña y mediana empresa es Windows Small Business 2003, hasta ahora la plataforma más funcional para la PYME española. Microsoft se adelanta y ofrece una nueva versión de su producto con avances en las bases de datos, correo electrónico y gestión centralizada de software de los PCs y del servidor de la red SBS. Se convierte en una de las soluciones más demandadas por compañías con menos de 50 empleados. Ofrece beneficios, como mayor visibilidad ante los clientes, especialista en pequeña empresa en el directorio de recursos, al igual que una gama completa de oportunidades de formación y preparación especializada para mejorar las capacidades técnicas y consultivas.

Tecnología para todos

Para proveer con eficiencia a las PYMES del radio de influencia de la tienda de electrodomésticos, lo que puede suponer un negocio alternativo y beneficioso, ésta debe disponer de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) cuyos precios sean asequibles, y sistemas de comunicación instantánea que permitan compartir con altísima eficiencia, de manera prácticamente simultánea y en tiempo real textos, imágenes fijas, sonido y servicios audiovisuales cada vez más interactivos. La existencia de este tipo de dispositivos no sólo proporciona a las empresas de este perfil realizar sus labores de una forma más eficiente, y que se adapte a los nuevos modelos de mercado, sino reducir el coste de los mismos proporcionando infraestructuras y soluciones tecnológicas de bajo presupuesto a sus clientes. Ahora la tecnología se posiciona como una de las necesidades básicas, por lo que hoy se requieren tiendas de electrónica de consumo e informática donde se encuentren aparatos que combinen rendimiento y precio.

La red ha sido una revolución en muchos aspectos y también ha abierto nuevas oportunidades de negocio. En el ámbito de la empresa, la red ofrece muchas ventajas y una nueva fórmula para relacionarse con sus clientes. Sin embargo, las PYMES arrastran un



gran retraso en incorporar nuevas tecnologías y utilizar Internet para hacer negocio. Para paliar este déficit tecnológico, el Gobierno ha puesto en marcha el Plan Avanza 2006 - 2010, que pretende conseguir, entre otros objetivos, que el 99 % de las empresas con más de 10 empleados tengan conexión a Internet, y el 55% realice comercio electrónico.

A esta situación no escapa el canal de distribución. Mayoristas y minoristas han tomado parte activa en este sentido, y son ya las tiendas de electrodomésticos las que intentan actualizar los métodos de trabajo de las pequeñas y medianas empresas para así optimizar sus recursos. Por lo tanto, cabe decir que el enfoque de la venta de equipamiento SOHO es el de generar una nueva oportunidad comercial, tanto para la tienda como para sus posibles clientes.

Soluciones corporativas

Las tiendas de electrodomésticos permiten dar soluciones a las necesidades del trabajo en grupo y, para ello, han de vender hoy equipos informáticos más potentes, con discos duros de mayor capacidad, tarjetas gráficas con más rendimiento, con accesorios fundamentales para el funcionamiento de las PYMES como impresoras multifuncionales, switches de redes, etc.. En definitiva, aparatos informáticos y aplicaciones que aprovechen estas pequeñas estructuras tecnológicas al máximo.



Los grandes volúmenes de información a los que también se enfrentan las empresas de este segmento hacen necesario buscar fórmulas que garanticen todo el proceso de gestión de datos, las tecnologías basadas en protocolos FCIP (Fibre Channel over IP) e iSCSI (Internet Small Computer System Interface) que permiten la interconexión de redes de almacenamiento rápidas de forma fiable y segura.

De la tienda a la PYME

- Asumir el coste de un personal especializado para visitar clientes, que propongan soluciones a las necesidades que les puedan surgir, es otra de las tareas de las tiendas. Buscar un perfil especializado que les proporcione conocimientos tanto en el campo técnico de los productos que venden, como en las labores de venta.

- Hacer consciente al cliente de que tiene una necesidad en un campo concreto y poder proporcionar en ese momento la solución al problema.

- Comercial especializado que sea conocedor de las características técnicas y aplicaciones que puede proveer un aparato concreto. Un comercial que no vende lo que un cliente no necesita.

- Detectar qué necesidades tiene esa empresa y poder cubrirlas con eficiencia, aportando razones de conocimiento tecnológico.

- Es un servicio de valor añadido, porque no sólo se vende sino que se asegura y garantiza al cliente que lo que compra le va a ser útil con un rendimiento elevado. El usuario sabrá que su producto está bien configurado gracias a una mano experta que da, en este caso, la tienda de electrodomésticos.

- Una atención al cliente, porque la tecnología se escapa al conocimiento del usuario final, y porque ahora ese usuario no sólo busca comprarlo sino que funcione, que le sea útil.

- Es un servicio posventa. Un claro ejemplo: se vende un ordenador con aplicaciones preinstaladas, que cubra necesidades, software, ofimática, antivirus, etc., y luego una asistencia técnica que aún siendo un gasto, es un servicio cada vez más requerido para aprovechar el mayor rendimiento del aparato y sacarle el máximo partido.

Estar capacitado para ofrecer un servicio a la PYME es vital. Las PYMES no solo demandan el producto a buen precio, sino también el mantenimiento del mismo, solución a problemas que puedan surgir, velocidad de respuesta... Un valor que hará a la tienda más competitiva.

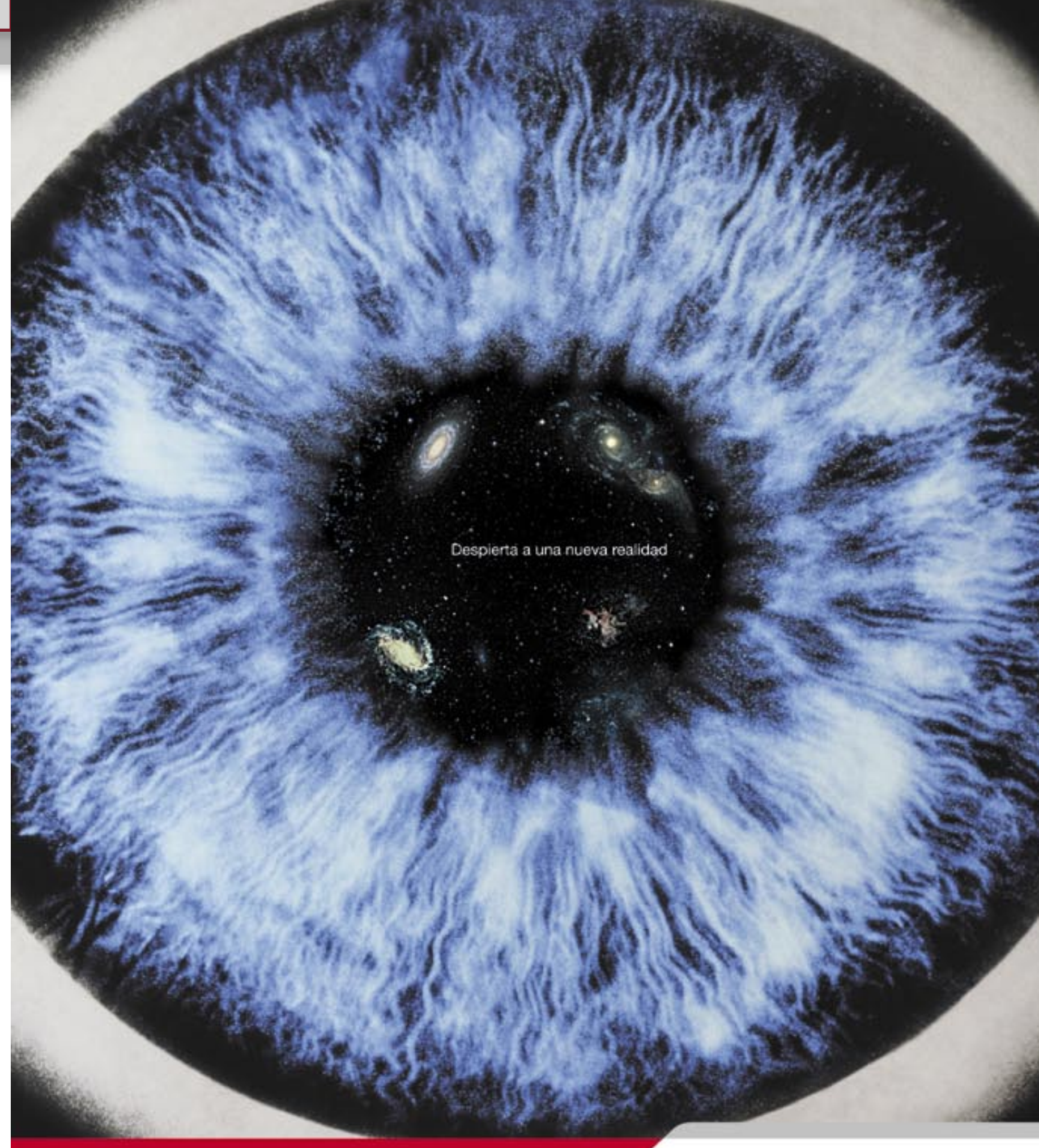
Las tiendas pueden ofrecer

Hardware: La informática es el recurso más solicitado. Ordenadores de sobremesa, portátiles, impresoras, soluciones de conectividad y redes son necesarios para el desarrollo de cualquier trabajo en grupo. Además, la informática tiene una gran ventaja para la tienda: que es perecedera y en poco tiempo se queda obsoleta, por lo que existe una constante necesidad de actualización por parte de las empresas que quieren avanzar.

Software: Desde el sistema operativo al antivirus, pasando por la gestión de clientes, contabilidad, agendas... Todo lo que antes se hacía a mano hoy se puede realizar con el ordenador, de forma más simple y automatizada, que ahorra tiempo a la empresa y que, por supuesto, da negocio a la tienda que lo vende.

Gadgets: quizá de entre todos los dispositivos, el más adquirido hoy por empresarios de cualquier nivel es la PDA. Estos diminutos ordenadores de bolsillo ejecutan muchos de los programas de sus hermanos mayores, y la incursión en este segmento del GPS y del teléfono móvil no ha hecho otra cosa que incrementar su funcionalidad y sus ventas.

Servicios: mantenimiento de PCs, instalación de redes, soluciones informáticas a empresas, venta de servicios de ADSL o telefonía móvil (intermediario del operador)... La tienda de electrodomésticos es hoy capaz, si quiere, de ofrecer una solución global y de confianza a las PYMES de su zona de influencia: un único proveedor de tecnologías siempre es mejor y más rentable que tener un proveedor por servicio.



La nueva generación de DVD.

La alta definición llega al DVD. Sólo Toshiba puede superar a Toshiba. Diez años después de crear el DVD, inauguramos una nueva generación tecnológica con el primer reproductor HD DVD del mercado. Rompemos los límites de la experiencia multimedia con la más Alta Definición de imagen jamás lograda, una calidad de Audio superior e insospechadas opciones de interactividad con películas, contenidos e incluso Internet. Y todo ello, respetando la compatibilidad con los sistemas de DVD actuales.



www.toshiba.es

Toshiba Informa: 902 332 234

HD DVD
TOSHIBA