

## **Antonio Gómez Sevillano**

Responsable de Marketing de Aryan Comunicaciones.

**“La Formación y el soporte preventa, es sin duda la mejor herramienta para generar valor”.**

**Según se comentaba recientemente en una nota de prensa, Aryan disponía de una amplia capacidad técnica para ayudar a los partners a generar y mantener negocio con sus clientes. ¿A qué se refería exactamente?**

Aryan está desarrollando su estrategia con el único propósito de convertirse en una mayorista de Valor añadido y poder ser un referente en el mercado. Por ello, y tras un análisis de situación, nos dimos cuenta de que el partner, aparte de demandar productos o soluciones tecnológicas, lo que necesita es estar formado y seguro de lo que realmente está ofreciendo a sus clientes y por ende, dotar de las soluciones necesarias para generarles negocio. ¿Y cómo hacemos esto? Contando con un equipo preventa especializado en cada área de negocio, cuyos esfuerzos se están centrando en el asesoramiento a los distribuidores de la correcta selección de las soluciones que ofrece el mayorista.

**Una biblioteca de formación online al canal. ¿De dónde parte esta idea y para qué se ha generado?**

A raíz de los cursos que realiza Aryan al canal, más de 30 al mes, nos dimos cuenta que no bastaba con solo la formación online o la presencial impartida en un momento determinado, ya que los partners necesitan estar continuamente formándose. Con la formación no basta. Tiene que estar apoyado por un soporte preventa que le haga conocer, a posteriori, lo mejor para cada una de las soluciones que demanda su cliente.

Si a esto le añadimos que pueden estar consultando las formaciones en una biblioteca online, descargándose presentaciones de producto, revisando vídeos del fabricante en la misma plataforma y en contacto directo con el ponente que impartió la formación, le estamos ofreciendo la mejor herramienta para generar valor.

**¿Cuáles son las oportunidades de negocio que más se demandan en cuanto a formación?**

Las oportunidades de negocio en servicios gestionados, introducción a la consolidación de datos, Cloud Computing y Virtualización, así como respaldo de los sistemas, seguridad gestionada desde la nube, aparecen como los temas más demandados en cuanto a la formación.

Es más, desde Aryan tenemos las puertas abiertas para que cualquier distribuidor pueda informarse y localizar la solución de formación más adecuada para sus necesidades de Valor (Virtualización y DataCenter, Seguridad, Infraestructuras IP y Networking, Imagen Digital y AIDC), así como para la amplia gama de productos de la línea de negocio de Volumen (Computer, Impresión, Imagen e Impresión y Redes).

### **Han mejorado la página web. ¿Cómo han visto mejorado la afluencia y como la valoran sus clientes tras el cambio?**

Desde marzo, Aryan cuenta con una nueva web. Una web que se reestructuró para ofrecer un área nueva de valor. Para ello, se realizó un completo rediseño de la página con el objetivo de crear un espacio más cercano y práctico, sobre todo, un entorno idóneo donde ofrecer a los distribuidores la información, los productos y el servicio adaptado a las necesidades de su negocio. En definitiva, una web pensada para ofrecer y dotar de valor a los partners que la utilicen.

Como he comentado anteriormente, Aryan entiende que la formación y especialización continua del canal de distribución es un elemento imprescindible; Desde la home y en cada una de las líneas que aparece en la web, se ofrece información detallada de los numerosos eventos, cursos, presentaciones, webinars y seminarios que Aryan ofrece al distribuidor, con el objetivo de continuar con el desarrollo para este 2011 de un canal de distribución sólido, muy profesionalizado y que aporte a sus clientes valor añadido y una gran calidad en las soluciones ofrecidas.

Recientemente hemos realizado una encuesta y hemos visto reflejado que con este cambio ha servido para que el 59,6% la considere nuestra web como de mayor utilidad para su negocio, un 26,3% le resulte más interesante por la información que muestra, así como que el 14% restante, la considera que se ha mejorado en la identificación de acceso a productos y a las soluciones de valor que ofrece la mayorista.

### **En definitiva, la apuesta de Aryan será la de aportar valor. ¿No es así?**

Así es. El desarrollo de esta nueva área de valor, la nueva web, incorporación de nuevas líneas de negocio, como la última que se incorporó de Identificación Automática, obedece a la apuesta decidida de la compañía por aportar valor añadido a sus soluciones de negocio, así como de satisfacer las cada vez más exigentes necesidades y expectativas de sus clientes, tanto en productos de volumen como en las diferentes soluciones de valor.

Es más, para poder hacer frente a la crecida demanda en Soluciones de Valor, Aryan ha reestructurado recientemente el Departamento de Marketing en dos unidades, Volumen y Valor, para ofrecer una mayor operatividad del departamento y poder colaborar positivamente en el propósito de convertirse en un Mayorista especializado en Valor añadido.