

Case study

lea más



Rodobens crea una estratégica plataforma de APIs y empodera el ecosistema de negocio

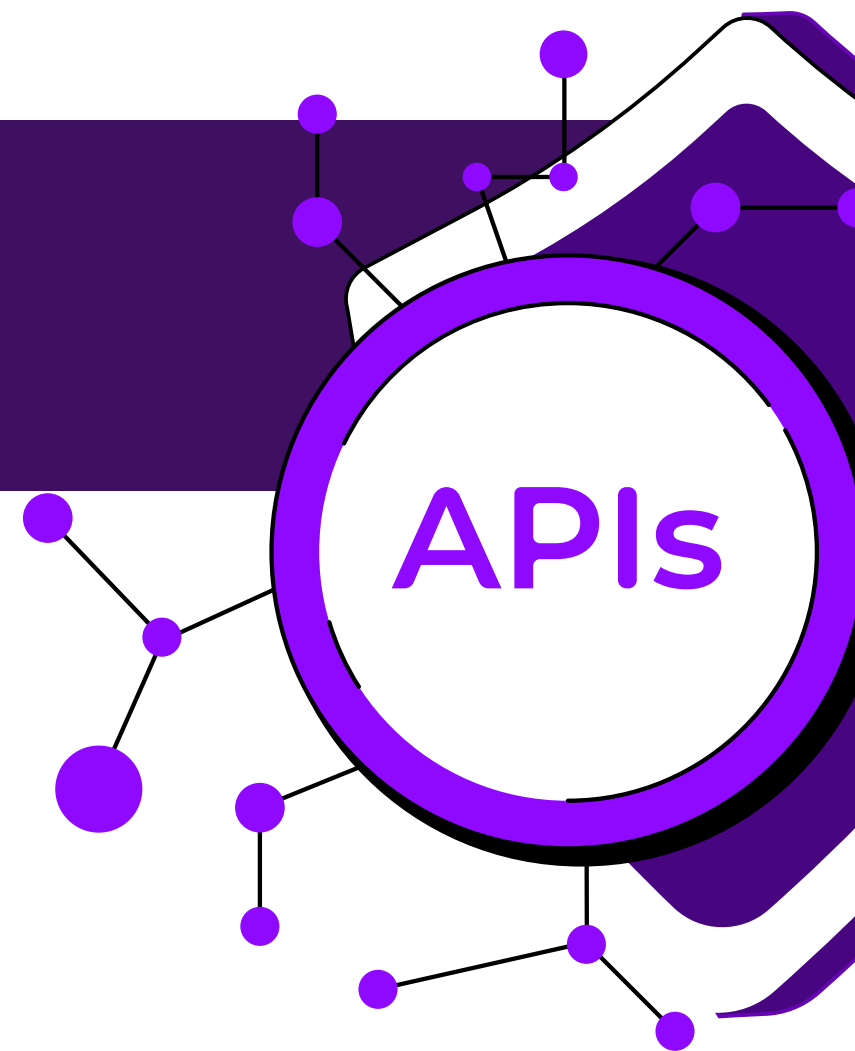
Más allá de la tecnología, la arquitectura de servicios y datos de Sensedia lleva al grupo a otro nivel de desempeño en el mundo digital.

Rodobens, uno de los administradores de consorcios independientes y grupo de concesionarios más grande de Brasil, ha tenido un camino de evolución desde 2010 para desarrollar nuevos canales centrados en el usuario.

“Para ese momento ya habíamos entendido que el cuello de botella de nuestra estrategia eran los sistemas múltiples, las multiplataformas, las transacciones y la información de nuestros sistemas heredados”, recalca Daniela Zanfolin, Gerente general de Ti de Rodobens.

De acuerdo a la ejecutiva, su primer movimiento de transformación, estuvo enfocado en entender la data, para así, obtener una visión más amplia del negocio en el que debían comprender “¿Quiénes eran los clientes del concesionario, quienes pasaban por los minoristas y quienes realizaban negocios directamente con el banco?; Teníamos que entender los diferentes puntos de contacto con ellos para luego llevarlo a nuestras plataformas B2B y B2C de acuerdo a nuestra estrategia de analítica”.

La primera fase del viaje de transformación digital comenzó en 2018, cuando el grupo decidió incrementar sus esfuerzos en su estrategia multicanal. En esta, debían entender e interactuar con todos los puntos de contacto de los clientes en una forma mucho más orquestada.

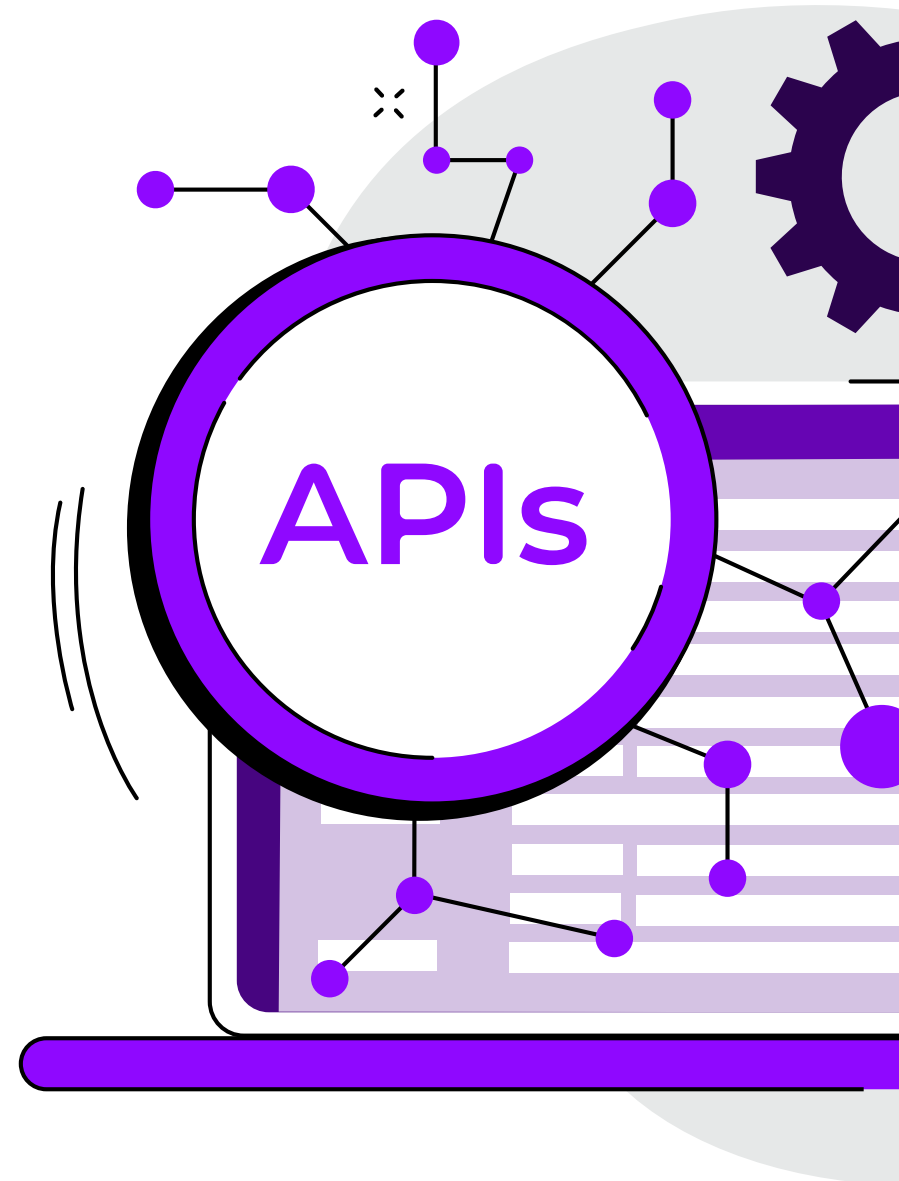


Rodobens, comenzó entonces a tener una visión de 360° de sus clientes para poder empoderar a su equipo de atención al cliente desde la apertura de nuevos canales y diseñar nuevos servicios digitalizados.

“Buscábamos un socio que nos apoyara en la planeación estratégica de la plataforma de APIs. Sensedia fue nuestra elección no solo por su alto nivel de capacidad sino también, por su arquitectura de servicios” dice la directora de TI, agregando que es un socio que genera soporte oportuno, servicios de API y arquitectura de microservicios.

“En 2019 estudiamos la mejora de procesos, integraciones y futuras posibilidades para la digitalización de Rodobens. Ellos tenían el proceso, principalmente para las ventas, el soporte y los sistemas heredados y nosotros teníamos la oportunidad de mejorarlos” dice Adilson Cavati, Director de negocios de Sensedia.

Debido a la pandemia, la digitalización de los negocios ganó aún más relevancia, acelerando nuevos modelos más imperativos que trabajan junto con el equipo de Rodobens para alcanzar sus objetivos. “Cada integración es un reto completamente nuevo para Sensedia, pues envuelve sistemas heredados y ecosistemas de negocios con socios. Nuestra gran contribución, fue la aceleración de los viajes del cliente interno de Rodobens.”

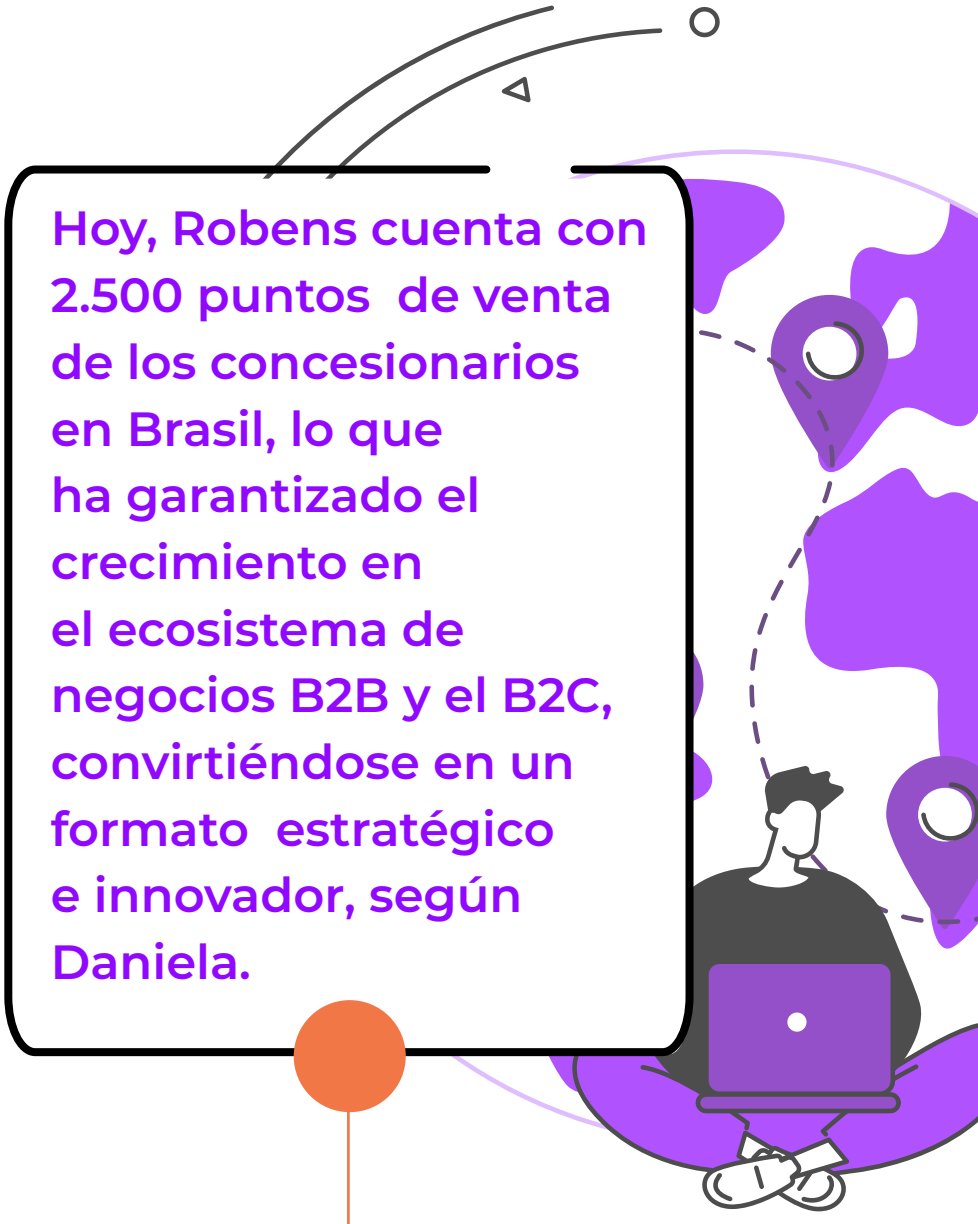


La evolución del ecosistema de negocios, un ojo para el futuro

Esta implementación de la evolución de los ecosistemas de negocios y el emprendimiento del proyecto comenzó en 2019, al mejorar las bases de datos, las integraciones y la creación de activos especiales. Adicionalmente, el reto real se impuso gracias a la pandemia en 2020 cuando se debió acelerar todo el proceso.

“Pero esta transformación ha sido muy rápida. Hemos visto cómo se apalancan nuestros activos, de hecho, porque nuestros canales digitales han crecido y la demanda multicanal se ha incrementado mucho” reporta Daniela. “ Desde que finalizó el 2020 también hemos tenido experiencias positivas de transformación importantes, como una fuerte demanda de aliados en especial en el B2B”.

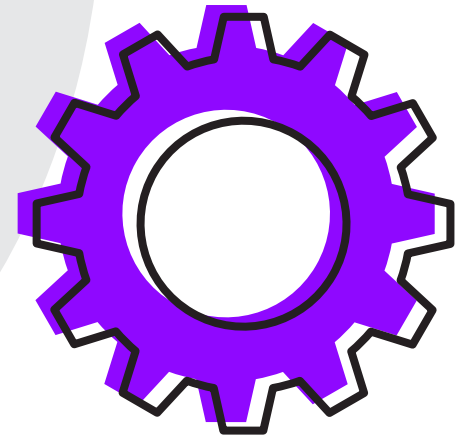
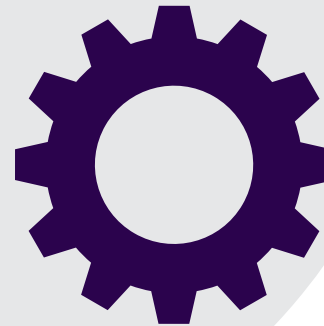
Rodobens, ha desarrollado APIs por mucho tiempo, pero necesitaban construir una plataforma de APIs que garantizara una implementación en donde estas se pudieran monetizar y diferenciar para generar valor en el negocio. “Esa fue la clave. Encontramos en esta alianza muchos puntos comunes, pues permitían una plataforma robusta de tecnología, lista para desarrollar y evaluar bien el mercado”



Hoy, Robens cuenta con 2.500 puntos de venta de los concesionarios en Brasil, lo que ha garantizado el crecimiento en el ecosistema de negocios B2B y el B2C, convirtiéndose en un formato estratégico e innovador, según Daniela.



Artículo original publicado en



Conectando ideas, negocios y personas.

Para más contenidos como este, acceda aquí: