

Caso de Éxito

FIRA Barcelona. Proyecto eCommerce

FIRA de Barcelona es una de las entidades feriales líderes en Europa en cuanto a organización y captación de Salones, Congresos y Eventos. 15 de sus ferias son referentes en Europa, figurando entre las tres primeras de su especialidad. La apuesta por la innovación, la calidad y la internacionalización, ha supuesto la modernización de las instalaciones e infraestructuras de sus dos recintos y la creación e implementación de nuevas líneas de negocio y herramientas para mejorar el servicio a organizadores feriales, visitantes y expositores.



The screenshot shows the Fira Barcelona eCommerce website. At the top, there's a navigation bar with the Fira Barcelona logo, a customer service number (902 233 200), and language options (Ayuda, Català, Castellano, English, Salir). Below this is a header section titled 'GUIA DEL EXPOSITOR - eCOMMERCE' with contact information for the 'Saló Internacional del Turisme a Catalunya 2007'. The main content area features a sidebar with 'Mis ubicaciones' (listing the Montjuïc stand), 'Lista de compra activa' (2 units for 461.00 €), and 'Mis pedidos' (3 orders). A search bar is labeled 'Buscador de productos'. The main content area is titled 'Todo cuanto pueda necesitar...' and features a large advertisement for 'Stand de diseño' with contact details and a 3D rendering of a stand. Below this are smaller thumbnails for 'Stands' and 'Estructuras, suelos y mobiliario stands'.

Entre estas herramientas o facilidades se encuentra el Canal del Expositor, y la aplicación de eCommerce, un portal de compra de los productos y servicios de FIRA de Barcelona.

La filosofía de total atención a las necesidades de un expositor, desde unas tapas servidas a un cliente en el stand, a la gestión completa de la participación en un Salón, encuentra su máximo exponente en este nuevo canal de venta.

Una facilidad para el Expositor

A través del nuevo Canal del Expositor, un cliente que participe en un Salón de FIRA de Barcelona, podrá repasar el catálogo de productos y servicios de FIRA a través de Internet, contratarlos o solicitarlos asociados a un stand, configurarlos, proponer la colocación de cada producto en el espacio contratado e incluso proceder a su pago por medio de una tarjeta de crédito o transferencia.

Se trata de una aplicación de fácil aprendizaje y uso, que cualquier tipo de usuario pueda utilizar sin problemas en cualquiera de los idiomas en los que está disponible (castellano, catalán e inglés).

La navegación a través del proceso de compra de productos y servicios es totalmente intuitiva: desde la selección de los productos y servicios del catálogo, hasta el pago de los mismos mediante tarjeta, pasando por funcionalidades como la gestión de Listas de la Compra, generación y tracking del Pedido, consulta de últimos Pedidos, etc.

El expositor se evita así la necesidad de disponer del catálogo en papel, rellenar pesados formularios, enviarlos por fax, comprobar que han llegado correctamente y verificar la facturación asociada pasado un tiempo. Al final redundará en un mejor servicio y atención al cliente. El canal "Internet" podrá ser utilizado como única fuente de datos, o bien servir de "sustento" a los canales tradicionales.

Elevada Rentabilidad

Desde el punto de vista comercial, se espera que la aplicación aproveche mejor los "momentos de compra" de los expositores, pudiendo hacer ofertas adecuadas a cada situación del Expositor y fomentando el uso de los servicios de FIRA.

Por lo tanto, ofrecer un mejor servicio al expositor no es la única ventaja de este nuevo canal de venta sino que, además, es un proyecto altamente rentable para la organización ya que incrementa los ingresos y reduce los procesos y gastos asociados a la

gestión y tramitación de pedidos. Libera a los comerciales de la carga que suponen los procesos administrativos y el seguimiento telefónico de los clientes, evita el traspaso de la información del pedido del fax a SAP, el envío de fax de comunicación, la emisión y envío de catálogos en papel a los clientes (o en un número más reducido), etc.

Además de dicha reducción de costes, proporciona una herramienta más ágil a la organización para la gestión comercial, ya que facilita la incorporación de nuevos productos al catálogo de una edición, la segmentación por tipo de salón o cliente, la posibilidad de ofrecer promociones en corto espacio de tiempo (a nivel de salón, edición, cliente,...)etc.

La solución provista permite incrementar de manera ágil la funcionalidad del Canal, así como extender los procesos implementados a nuevas áreas de negocio y otras gamas de productos y servicios. Incluso ofrecer también la aplicación en modo ASP a organizadores externos que deseen dar dicha funcionalidad a sus propios expositores.

Integración de Sistemas

Durante la fase de análisis, a la hora de plantear un enfoque de solución, se valoró que el sistema backoffice de la FIRA, SAP ECC 6.0, ya contenía toda la información de ventas, maestro de materiales, productos, servicios, clientes, gestión de espacio, y la lógica de negocio con la tramitación de pedidos, facturación, etc. De este modo no tenía sentido apostar por un producto ad-hoc de eCommerce que obligara a replicar la misma información en diferentes sistemas.

La solución entonces fue desarrollar un aplicativo sobre el servidor de aplicaciones de BEA (Weblogic), que se integrara de manera online, mediante la Plataforma EMX de Consultia, con SAP ECC 6.0 y el resto de aplicaciones corporativas.

De este modo, la solución integra de manera sencilla dos productos de mercado, líderes en sus respectivos sectores, aprovechando las ventajas que ofrece cada uno:

- **SAP ECC 6.0:** como sistema backoffice de la gestión comercial donde reside toda la información y la lógica de negocio: maestros de clientes, productos, condiciones comerciales, etc.; así como la gestión de ofertas, pedidos, facturas, cobros,...

- **BEA Weblogic:** como sistema de presentación, orientado a potenciar la simplicidad y "usabilidad" de la aplicación, permitiendo al expositor trabajar directamente en online con la información de

Productos

Stands
Stands de diseño

Estructuras,suelos y mobiliario stands
Estructuras para stand modular blanco
Estructuras para stand modular haya
Estructuras y mobiliario carpentería
Mobiliario de diseño
Tarimas y moquetas

Complementos y servicios
Marketing promocional y regalo empresa
Informática y aparatos de fax
Audiovisuales
Azafatas, seguridad y personal soporte
Decoración fotográfica
Jardinería

Suministros de contratación exclusiva
Acceso a internet
Líneas de teléfono y fax

Complementos y servicios

Productos > Complementos y servicios



Marketing promocional y regalo empresa



Informática y aparatos de fax



Audiovisuales



Azafatas, seguridad personal soporte



Decoración fotográfica



Jardinería

De un vistazo

- **Proyecto:** Portal de Ecommerce para Expositores
- **Sistema Backend:** SAP ECC 6.0
- **Integración:** Plataforma EMX 2.0 de Consultia
- **Web:** BEA Weblogic
- **Partner Tecnológico:** Consultia IT

PERFIL

Miguel Ángel Iglesias



Nacido en Barcelona en 1974, Miguel Ángel Iglesias es director de Tecnologías de la Información y Comunicaciones en Fira de Barcelona. Licenciado en Ingeniería Informática y MBA por la Universidad Politécnica de Catalunya, su carrera se ha desarrollado en torno a la gestión de proyectos de nuevas tecnologías. Como consultor y director de proyectos, ha pasado por diferentes empresas relacionadas con la Consultoría, Banca y la prestación de servicios Tecnológicos. Actualmente, su actividad se centra no sólo en la gestión del plan TIC para Fira, sino también en la definición e implantación de metodologías de gestión y reingeniería de procesos para toda la organización.

SAP de una manera totalmente transparente para él a través de su navegador web cuando, por ejemplo, realiza operaciones de consulta del catálogo de productos y servicios o crea y paga un pedido.

- **Plataforma EMX de Consultia:** como componente integrador de entre SAP ECC 6.0 y BEA Weblogic. EMX permite la operativa del Portal online contra SAP, gestionando y monitorizando las llamadas que realiza el Portal a SAP.

Este enfoque de solución ha permitido:

- Evitar los dobles mantenimientos ya que la gestión del contenido del portal se realiza desde un único sistema, SAP.

- Evitar sistemas disjuntos con la lógica de negocio distribuida, la lógica de negocio reside en un único sistema.

- Evitar duplicar información, permitiendo a todos los actores del proceso comercial (Clientes/Expositores, Vendedores, Administrativos de Ventas,...) consultar en tiempo real la misma información, al utilizar un único repositorio de información.

- Simplificar la solución, permitiendo reducir los tiempos de implantación y puesta en producción.

- Optimización del TCO, en la incorporación de de nuevas funcionalidades y en la extensión de los procesos comerciales a otras áreas de negocio.

Segunda Fase

Actualmente se está procediendo a la realización de la segunda fase del eCommerce, con la extensión a todas las áreas de negocio de FIRA (GastroFIRA, Participación,...), y la mejora en la gestión del catálogo, la posibilidad de ofrecer sugerencias, recomendaciones en función del perfil del expositor o de su compra actual o pasada, efectuar bundles de productos exclusivos para el canal electrónico, o realizar cross-selling con otras líneas de negocio o productos de terceros. ■