

BMW España estandariza sus sistemas de comunicación

El traslado a la nueva sede central de Madrid llevado a cabo por BMW Group España durante el pasado año, hizo que la dirección de la compañía optase por nuevas soluciones tecnológicas que han proporcionado al

DESDE BMW España, el director de Informática de la compañía, Benito Rodríguez, explica las diferentes soluciones tecnológicas implantadas en la filial española, en una nueva sede central de Madrid, que aloja a los 500 empleados que anteriormente estaban distribuidos entre su sede social, su dirección financiera y las oficinas administrativas.

Con una estrategia totalmente enfocada hacia el cliente, Rodríguez destaca que la infraestructura implantada en el nuevo edificio incorpora el centro de contacto de llamadas centralizado que se basa en tecnología IP.

El objetivo es que este sistema aumente la productividad en toda la organización, gracias a la centralización de su administración en una única plataforma PBX, además de la integración en un solo sistema de todas las herramientas, tanto para las llamadas internas como para las externas.

Según los responsables del proyecto, la compañía obtendrá ahorros adicionales a través de la integración del departamento de atención al cliente, dentro de la sede central de la compañía. Esta solución de *contact center* la utilizan 80 agentes a través de teléfonos IP con los que pueden acceder a perfiles de clientes, información sobre los concesionarios de BMW, así como otros datos relativos al negocio.

El año pasado, la compañía optó por una solución integral de comunicaciones IP (Internet Protocol). ¿Cuál es la infraestructura implantada?

Aprovechando la mudanza a la nueva sede de la avenida de Burgos, que centraliza todas las oficinas del Grupo BMW en España (BMW Iberica, BMW Finance EFC, Alphabet), en el mes de marzo del pasado año implantamos la solución



Hendrik von Kuenheim, presidente de BMW España.

VoIP de Cisco. Esta tecnología también se usa para las necesidades específicas de nuestro Call Center que incluyen la distribución automática de llamadas (ACD) y la integración ordenador-teléfono (CTI).

Este sistema nos permite controlar los costes de comunicaciones y contratar a los operadores solamente el ancho de banda que necesitamos. La información de control de uso del sistema es muy completa y nos ha permitido adaptarnos a nuestras necesidades reales reduciendo al mismo tiempo los costes.

La tecnología aplicable a las funciones típicas de los Call Center (como ACD y CTI) es una de las más avanzadas y completas del mercado, lo cual ha permitido a nuestro departamento de Relaciones con Clientes (CRM, *customer relationship management*) reestructurarse y optimizar el servicio (*premium*) de atención a nuestros clientes y futuros clientes.

¿Quiénes han sido sus principales proveedores?

Cisco ha colaborado en este proyecto con sus socios, Scorpion

Grupo nuevas aplicaciones, comunicaciones, sistemas de almacenamiento, seguridad y nuevos servicios que le posicionan a la vanguardia del sector automovilístico. Por Carolina Sánchez.

Networking, especializado en telefonía IP y seguridad, y con Cystalcom, integrador de soluciones de contact center. La compañía ha desplegado los conmutadores de la serie 6500 y 2950 y soluciones de telefonía IP con soporte para el router de la serie 3700, Call Manager 3.3, y más de 500 teléfonos IP.

Además, se proporciona mensajería unificada a todos los usuarios a través de Cisco Unity.

¿Qué ventajas supone este sistema para clientes y empresa?

En resumen, un servicio óptimo o *premium* a nuestros clientes, con una mejor estructura de costes para nosotros.

¿Se han conseguido los objetivos esperados?

Los resultados han sido los esperados, sin ser una sorpresa ya que antes de implantar el sistema en nuestra nueva sede hicimos un proyecto piloto con nuestro nuevo almacén de recambios de Cabanillas de Campo.

¿Qué otras novedades tecnológicas se han implantado con el cambio al nuevo edificio?

Además de implantar el sistema VoIP, hemos integrado la gestión de los almacenes de las concesiones con nuestro almacén y con los almacenes centrales en Alemania. Este sistema de aprovisionamiento automático de las concesiones ha tenido muy buena acogida por nuestra red de concesionarios debido a sus excelentes resultados.

Asimismo, en el área comercial, hemos realizado diversos proyectos de datawarehouse y datamining.

¿Cómo están organizados los sistemas entre dirección, fabricación y distribución?

Nuestra estructura productiva y comercial se basa en tres niveles:

fabricación y distribución en BMW AG, venta al por mayor o *wholesale* en BMW Ibérica, y venta al por menor o *retail* a través de nuestra red de concesionarios, que es nuestro canal de ventas al cliente final.

Obviamente, la arquitectura de los sistemas está basada en estos tres niveles. Existen sistemas centrales específicos para la fabricación, otros para las funciones de *wholesale* como venta y distribución a nuestros concesionarios (coches y recambios), y para la red de concesionarios existe un sistema de gestión de la concesión (*DMS dealer management system*) que nosotros recomendamos y mantenemos.

También tenemos un sistema de pedidos a fábrica que permite configurar los coches con las especificaciones del cliente y que confirma la fecha de fabricación en tiempo real. Para BMW, el poder satisfacer las demandas de nuestros clientes es muy importante; por eso, se diseñó y puso en funcionamiento este sistema de fabricación bajo pedido en el año 2000.

Una de las ventajas de este diseño es la gran estandarización que se ha conseguido en los sistemas que utilizamos, ya que prácticamente en todas las subsidiarias utilizamos los mismos sistemas con las mínimas adaptaciones locales (legales, fiscales o imposiciones del mercado).

Por supuesto que todos estos sistemas están debidamente conectados e integrados a través de una red de comunicaciones corporativa que nos permite tener acceso a cualquier sistema, con las debidas autorizaciones, desde cualquier ubicación del grupo. Con la red de concesionarios, la integración se consigue con una extranet que les permite comunicarse tanto con nosotros como con los sistemas de BMW AG.

¿Cuál es la estructura del sistema?

La estructura de los sistemas de

información y su integración con la red de comunicaciones corporativa es compleja, ya que existen la infraestructura de los centros de investigación y diseño, la estructura específica de las fabricas y los sistemas comerciales de distribución centrales y locales.

El centro de investigación y diseño es un gran usuario de sistemas de diseño asistido por ordenador (programas específicos como CATIA) y de cálculo avanzado.

Los sistemas de fabricación y aprovisionamiento están basados en mainframes clásicos, conectados a los servidores de propósito específico de las fábricas, que incluyen robots integrados en la cadena de montaje.

Los sistemas comerciales centrales y locales también están basados en mainframes consiguiendo economías de escala y, sobre todo, una gran integración entre los distintos departamentos funcionales involucrados.

Por último, localmente en nuestra subsidiaria, tenemos una granja de servidores multipropósito que incluyen los distintos sistemas de control, simulación y económico-finan-



Nueva sede de BMW Group en España.

en una buena utilización de las TIC.

¿Cómo utilizan la telemática en la empresa?

La palabra telemática proviene de los términos telecomunicaciones e Informatik, término de origen alemán que significa tecnología de la información. En la industria del automóvil, la telemática designa el

telemático que les proporciona información actualizada sobre las condiciones del tráfico y avisos sobre los atascos.

En caso de producirse una emergencia, el sistema determina con precisión la situación del automóvil y envía automáticamente una petición de ayuda. El servicio de información también facilita a los pasa-

nuestra preocupación por el medio ambiente, han hecho que BMW se sitúe entre los líderes del Índice Global de Empresas Sostenibles (*Sustainability Group Index*) del Dow Jones, la lista más importante del mundo de empresas sostenibles. La increíble rentabilidad de este índice es una evidencia de que las políticas verdes son una buena inversión.

“Los buenos resultados de la compañía no podrían haberse conseguido sin una correcta utilización de las tecnologías de la información en todas las áreas”.

ciero (SAP) que nos permiten controlar nuestro día a día, así como la integración con los sistemas de nuestros concesionarios

EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO

¿Cuál ha sido la evolución del negocio a partir de la aplicación de las TIC?

Afortunadamente, el negocio en nuestra subsidiaria ha crecido todos los años desde 1996 sin interrupción, supongo que no sólo por la aplicación de las TIC sino por nuestra gama de productos. También el resto del Grupo BMW está teniendo unos resultados excelentes año tras año.

Obviamente estos resultados no podrían haberse conseguido sin una correcta utilización de las TIC en todas las áreas, desde la investigación y el diseño hasta la optimización de los sistemas de fabricación incrementando la flexibilidad de nuestras fábricas.

Por otra parte, todos los sistemas de comercialización, distribución y logística sólo pueden estar basados

envío de información hacia y desde los automóviles y el uso de tecnología de simulación de la voz. Mediante este sistema, BMW se ha propuesto mejorar la movilidad y, al mismo tiempo, incrementar la seguridad en carretera.

El servicio telemático inteligente BMW Assist es una clara apuesta por el confort y la seguridad.

¿Qué ventajas proporciona este servicio?

BMW ha desarrollado el concepto *ConnectedDrive*, una innovadora idea que posibilita que todos los sistemas de información, comunicación y ayuda dentro y fuera del automóvil queden totalmente interrelacionados entre sí en una sola red. Esto ofrece tres ventajas: seguridad, comodidad, y lo que se conoce como *infotainment* (información y entretenimiento a un mismo tiempo).

Los conductores también quedan integrados, conectados, dentro del sistema de control del automóvil, gracias a BMW Assist, un servicio

jeros datos sobre hoteles, restaurantes y atracciones locales. Además, por medio de BMW Online los conductores pueden hacer una pausa en su trayecto y acceder al correo electrónico, las noticias o la bolsa. También se pueden conectar PCs y teléfonos móviles a los automóviles BMW.

¿Qué medidas está tomando la compañía con respecto al medio ambiente?

Empleando una gama restringida de materiales sintéticos reciclables, tecnología de unión inteligente y etiquetaje de las partes, BMW trabaja para minimizar el impacto medioambiental de nuestros productos en todo su ciclo de vida. De esta manera, también se hace posible que los automóviles con más antigüedad puedan ser reutilizados correctamente por nuestros socios autorizados.

Este concepto que está teniendo tanta aceptación, es único en la industria automovilística. Valores como una sólida base económica y

¿Quiénes son sus principales proveedores? ¿Cuál es su inversión en TIC?

El fabricante tecnológico es Cisco, con quien existen acuerdos corporativos. Para los servicios de consultoría e implementación, hemos utilizado los servicios de Scorpion y de Cystalcom.

Con Scorpion, la relación es de hace años, siempre con excelentes resultados. Para la tecnología de IPCC, específica de call centers, la colaboración de Cystalcom ha sido imprescindible debido a su experiencia en este campo.

Aunque son cifras no públicas, la inversión es similar a las del resto de fabricantes. Anualmente, varían bastante con los proyectos que se realizan.

¿Proyectos para 2005?

La sustitución de la extranet con los concesionarios por una nueva basada en Internet con mejores prestaciones y menores costes. También tenemos que optimizar la gestión de nuestros almacenes, y mejorar los sistemas de nuestra red de concesionarios de motocicletas.

También estamos trabajando en la sustitución del sistema de gestión de las concesiones. ☒