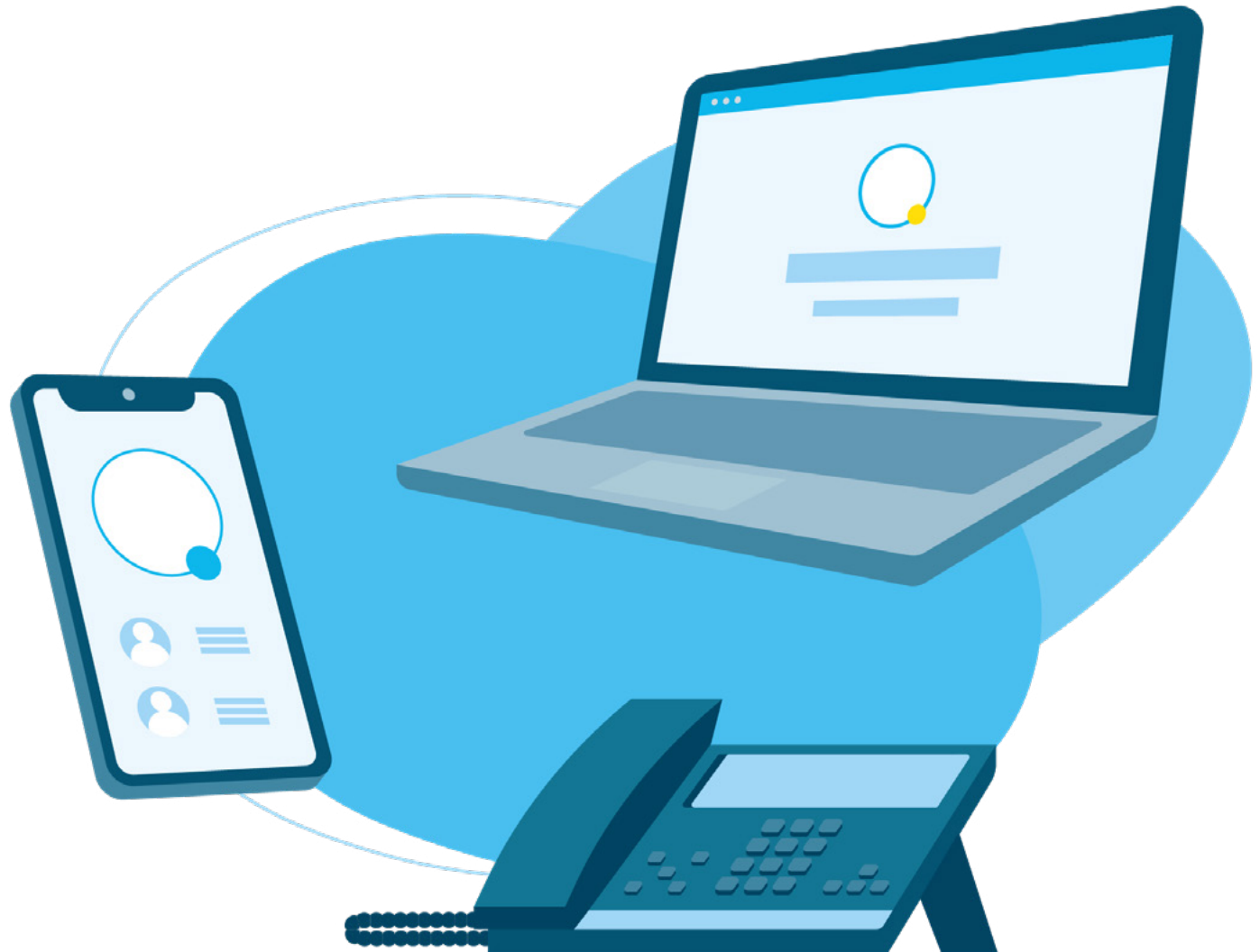


NFON impulsa el **desarrollo** de su canal con **Ngage**

NFON sigue centrado en crear su canal de distribución en España y en extender su propuesta de telefonía en la nube, que mejora las comunicaciones en las empresas y que se torna imprescindible en esta etapa en la que el teletrabajo se está consolidando. Su solución Cloudya, que constituye el eje de su *portfolio*, y el programa de canal Ngage son los pilares de su estrategia y las mejores "armas" que brinda a su red de *partners* para que entren en un negocio rentable.



El primer semestre de 2020, a pesar de la crisis sanitaria y de la ralentización de la actividad por el confinamiento, ha sido positivo para la compañía tanto en términos globales como locales. Los datos de la corporación revelan un incremento de sus ventas superior al 24 % en la primera mitad del año y un aumento de su cartera de clientes. David Tajuelo, director general de NFON Iberia, destaca que durante la pandemia han captado nuevos clientes y, además, se han contratado más soluciones. Este aumento se debe a la fortaleza de su tecnología, que hace que la tasa de abandono de clientes esté por debajo del 0,5 %. "Si se compara con cualquier operador es bajísimo", recalca.

La robustez de su servicio es una de sus grandes ventajas, frente a otras opciones que se basan en el precio. Su plataforma, Cloudya, funciona de manera sencilla, se puede integrar con otras herramientas de la empresa y está en constante evolución para ofrecer



David Tajuelo, director general de NFON Iberia

nuevas funcionalidades. "Acabamos de lanzar una funcionalidad de videoconferencia y otra de compartición de pantalla de manera gratuita", anuncia el directivo como ejemplo de esta capacidad de mejora.

NFON no lanza ninguna funcionalidad sin que esté probada, por este motivo su estrategia no se basa en la anticipación sino en dar prioridad a la investigación. Dentro de esta línea

de trabajo se enmarca el nuevo centro de I+D que acaba de abrir en Lisboa, que contará con un equipo de 30 desarrolladores, para completar su plataforma de comunicaciones unificadas en torno a Cloudya. Esta combinación de tecnología, servicio e I+D marca la diferencia con sus competidores.

Programa Ngage

Junto a su plataforma ofrece a sus *partners* numerosas ventajas que articula en su programa Ngage, que

presentó el pasado mes de marzo, para que sus distribuidores encontraran todos los beneficios que les ofrece trabajar con NFON de una manera sencilla y estructurada.

El programa, cuyo objetivo es aportar ingresos recurrentes, valor añadido y una relación a largo plazo con el fabricante, establece tres categorías de socios: Approved, Certified y Premium. Y, además, los *partners* de

la categoría más elevada tienen la opción de especializarse y acceder al nivel de Solution Partner.

A estos socios, en función de su categoría, les ofrece numerosas ventajas como incentivos, acciones de marketing personalizadas, formación, soporte de ventas, demos y protección de los proyectos. Y para que sea fácil acceder a estos recursos, NFON cuenta con un portal de *partners* que concentra todas estas herramientas.

En este *site*, que se ha convertido en un punto de encuentro con sus *partners*, se notifican las novedades y encuentran todos los materiales que necesitan para su actividad. Por su alta demanda destaca todo lo relacionado con la formación y los documentos comerciales que necesitan para su actividad diaria.

Asimismo, ha estrenado un *blog* para potenciar la comunicación con sus socios y clientes y brindarles otro canal en el que encontrar



información sobre las novedades, tendencias de mercado y claves del negocio.

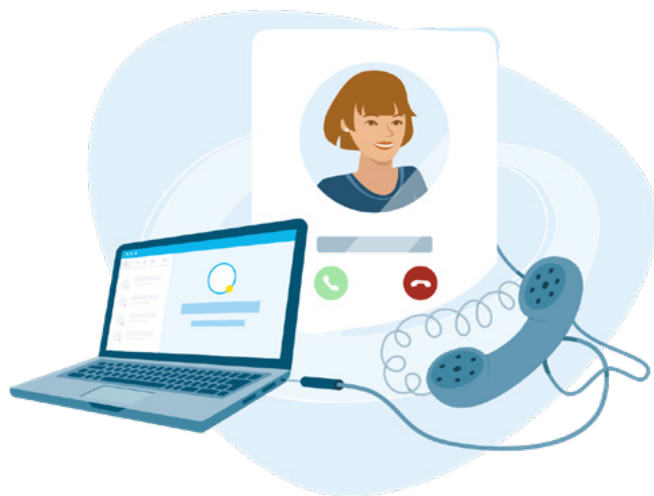
La formación es un aspecto que está cuidando especialmente y, aunque la situación sanitaria le ha obligado a redefinir su proyecto "Academy" planea lanzar una academia global *online*. "Va a ser una plataforma de formación *online* donde va a haber cursos tanto para los *partners* como para los clientes finales", anuncia el directivo. La plataforma, que dará a la formación una orientación diferente a la que se imparte a nivel local, contendrá

un repositorio de documentación para los *partners* y dará la opción de conseguir distintas certificaciones.

Ngage ha sido un revulsivo para ampliar su red de distribuidores que ha crecido un 50 % en el primer semestre, aunque todavía puede incrementarse mucho más. "No ha sido en la categoría más baja en la que más *partners* hemos recibido sino en la más alta. Esto nos hace ser optimistas en cuanto al crecimiento del negocio", apunta Tajuelo.

Mayoristas

A la vez que construye su red de *partners*, está trabajando con sus mayoristas, Wifidom y SPC, que son el otro pilar de su estrategia de distribución. Esta colaboración sigue cumpliendo objetivos, aunque el directivo considera que los modelos de negocio del canal mayorista tienen que evolucionar hacia las fórmulas de ingresos recurrentes y desvincularse de los sistemas actuales ligados



todavía al hardware. Y, aunque su trabajo con estas figuras es bueno, de cara a 2021 no descarta variar su estrategia en este terreno, según anuncia Tajuelo.

Esta cooperación y las acciones para captar *partners*, que se están intensificando tras los meses de confinamiento, están centrando su actividad con el objetivo de fortalecer su red de distribución.

Objetivos

Esta no es la única meta que quiere alcanzar, ya que sus planes pasan por crecer por encima del 25 % y hasta ahora va en línea con lo esta-

Soluciones Prémium

En el catálogo de soluciones de NFON también destacan las soluciones prémium destinadas a segmentos verticales. Durante la pandemia han comprobado como muchas soluciones se han adaptado a las necesidades de las pymes españolas. Por ejemplo, su solución Nmonitoring Queues, combinada con Cloudya, permite una óptima gestión de un *contact center*. "Los pequeños *call center* han encontrado una solución perfecta y nos ha sorprendido", comenta Tajuelo.

La solución Neorecording para grabación también ha funcionado muy bien en esta etapa por las nuevas necesidades y la que ha superado todas las expectativas ha sido Nvoice para Microsoft Teams.

Tajuelo reconoce que la variedad de soluciones que integran su oferta le ha permitido adaptarse a la demanda y cubrir las nuevas necesidades surgidas durante la pandemia. Esta oferta seguirá creciendo y, según anuncia el directivo, está ultimando el lanzamiento de Nconnect Voice 2.0 (SIP Trunk) de cara al último trimestre del año.

blecido a pesar de lo sucedido. "Pese a la pandemia estamos en el camino. Los proyectos y las oportunidades que tenemos nos permiten ser muy optimistas de llegar a los objetivos del grupo tanto en facturación como en número de extensiones", recalca el responsable.

En el mercado español espera incrementar su número de *partners* y sentar la base para disponer de un sólido canal en el año 2021; aunque el objetivo principal es "crecer tanto en número de extensiones como en facturación", concluye David Tajuelo.