



# PDM Marketing, el valor de la integración

El Grupo PDM se funda como empresa de publicidad directa y servicios al marketing directo. A lo largo de estos años han evolucionando con el mercado, ampliando sus servicios en función de las necesidades de los clientes. Con una facturación aproximada 18,5 millones de Euros, esta compañía se convierte en referencia “para todas aquellas entidades que busquen un añadido en sus acciones de marketing”, tal y como indica **Honorino Álvarez de la Mata, Director del Área de Negocio CRM Solutions de PDM.**

**Describe cuáles son los servicios que ofrece PDM.**

PDM ofrece el abanico más amplio de Servicios o Soluciones de Marketing del mercado español. Estas son:

- CRM Solutions: Contact Center multicanal, Quality Data Entry, Outsourcing de tareas de backoffice, Bases de Datos de Marketing, etc.
- Mailing Solutions: Consultoría Postal e implementación de comunicaciones postales, Higiene de Datos, Asesoría en materia de LOPD y LSSI.
- Data Solutions: BBDD de particulares, inmigrantes y empresas.
- Analysis Solutions: Análisis de respuesta, predictivo de ventas, geomarketing, enriquecimiento de BBDD, etc.
- Mobile Solutions: SMS/MMS Pull-Push, plataforma propia envío/recepción DIDIMO, etc.

**¿En qué año se crea esta empresa pionera del marketing directo en España?** PDM es una empresa 100% de capital español que se crea en el año 1976, en aras de impulsar alianzas estratégicas con socios internacionales, orientando siempre su actividad hacia la prestación de servicios de marketing directo. Para llevar a cabo su labor en España, cuenta con una plantilla cercana a 190 personas que se encargan de satisfacer las necesidades de sus clientes. Nuestra compañía tiene su sede en Madrid y cuenta con plataforma en Barcelona

**¿A través de qué firmas del grupo ofrecen soluciones integrales de marketing directo? ¿en qué están especializadas cada una de ellas?** El grupo PDM está constituido por 3 compañías:

- PDM, Marketing y Publicidad Directa: la primera compañía que se formó para dar Soluciones a las acciones de Marketing Directo. Incluye las áreas de negocio CRM y Mailing Solutions.
- PDM Digital: que incluye las áreas de Data, Analysis y Mobile Solutions.
- Schober PDM Iberia: BBDD de empresas y Directorios.

**¿Cómo nace el contact center de PDM? ¿desde qué año lleva en marcha?** El contact center en PDM nace en el año 2000 como una necesidad más a satisfacer a nuestros clientes dentro de la totalidad y complejidad de acciones que rodean a las campañas de marketing de las empresas que confían en nosotros. Por sí solo no tiene sentido si no es dentro del paquete de soluciones que ofrece nuestra compañía a sus clientes “bajo el mismo techo”.

**¿Cuáles son las principales prestaciones que ofrece el centro de contacto?** Gestionamos todo tipo campañas tanto de emisión y de recepción, aunque estamos más especializados en acciones B2B. Tenemos una clara vocación multicanal, e internamente manejamos el concepto de “interacción” para alejarnos un poco de la típica idea de llamada emitida/recibida y cubrir, bajo esa concepción, cualquier tipo de contacto

“El contact center en PDM nace en el año 2000 como una necesidad más a satisfacer a nuestros clientes dentro de la totalidad y complejidad de acciones que rodean a las campañas de marketing de las empresas que confían en nosotros”

independientemente de su canal de comunicación originario.

#### ¿Cuántos profesionales garantizan la calidad de los servicios del contact center de PDM?

Tenemos plataformas en Madrid y Barcelona. A través de ellas, ofrecen prestaciones unos 60 puestos operativos.

#### ¿Qué valores les han permitido consolidarse en este sector y contar con más de 30 años de experiencia?

Sin lugar a dudas, formar parte de la globalidad de soluciones del Grupo. Dicho de otra forma, para nosotros la fuerza está en el todo y no en las partes.

Asimismo, una cualidad esencial que nos caracteriza es que estamos en el cliente que busca un añadido a sus acciones de marketing. Nuestro valor es la integración, no la especialización. Como he indicado anteriormente, dar servicios bajo un mismo techo, brindando en cada momento un valor añadido.

#### ¿Cómo ha sido su trayectoria en el mercado nacional? Tanto en el sector de los centros de contacto como en el resto.

Soy un recién llegado al sector, aunque tengo más de 15 años de experiencia profesional, primero en multinacionales de reconocido prestigio (American Express, Reader's Digest Selecciones, Telefónica) hasta después una experiencia empresarial propia. En todo caso siempre ha habido un nexo común: empresas con clara vocación de Servicio y tener como proveedor a la que ahora es mi empresa.

#### ¿Qué facturación obtuvieron el año pasado en el sector de contact center? ¿Cómo ha sido la evolución de sus ingresos desde sus comienzos? ¿Qué posición ocupan en la actualidad?

El año 2008 facturaremos alrededor del millón de Euros. No somos, ni pretendemos ser, la gran plataforma contact center. Al contrario, queremos centrarnos en campañas más limitadas en dimensión pero de un mayor valor añadido para nuestros clientes, a ser posible aportando soluciones que involucren a más de una de nuestras áreas de negocio. Es ahí donde entendemos que maximizamos, para nuestros clientes, las soluciones operativas que PDM integra.

#### PDM se caracteriza por una innovación constante, ¿qué transformación aprecia en los servicios ofrecidos por la compañía a lo largo del tiempo?

Nuestra compañía ha crecido en paralelo a las necesidades de comunicación de nuestros clientes con sus consumidores, además de concretar de forma eficiente las nuevas formas de comunicación surgidas en los últimos años.

Fruto de esta realidad es la creación por parte de nuestra área de Mobile Solutions de la plataforma DIDIMO, para que nuestros clientes gestionen directamente sus comunicaciones SMS con sus clientes finales. También pueden encargarnos este servicio que está conectado a nuestro contact center.



#### ¿A qué clientes se dirigen? ¿qué empresas confían en PDM para sus externalizar su centro de contacto

Nos nutrimos de los clientes de otras unidades del Grupo y de otros que directamente contratan nuestros servicios. Entre las empresas que podemos citar destacan: Procter&Gamble, Grupo Cortefiel, Coca-Cola, Sacyr-Vallehermoso, General Motors (Opel, Saab), Grupo DHUL, KRAFT, etc. Nuestra labor para ellos se centra en la Atención al Cliente para promociones, gestión de los envíos o la información comercial, entre otras.

Las compañías que trabajan con su entidad son empresas que buscan la misma atención que ellos les confieren a sus clientes ¿Con qué herramientas de fidelización cuentan para mantener una cartera de clientes tan amplia y selecta como la suya? Ante todo, somos una compañía de servicios integrales de marketing a empresas. Por eso, la fidelidad de nuestros clientes se debe a los excelentes servicios que les prestamos de forma regular y, sobre todo, al gran nivel profesional de nuestros emplea-

“Queremos centrarnos en campañas más limitadas en dimensión pero de un mayor valor añadido para nuestros clientes, a ser posible aportando soluciones que involucren a más de una de nuestras áreas de negocio.”

dos y su gran vocación hacia el servicio y la búsqueda proactiva de soluciones.

Adicionalmente, y como soporte de todo ello, también contamos con nuestro propio CRM/ERP basado en una herramienta de primer nivel como es Microsoft Axapta, desde donde gestionamos, desde principio a fin, las relaciones con nuestros clientes.

**Una gran parte de la atención a los clientes se realiza vía telefónica. ¿Cómo es el contact center de PDM? ¿Cómo es el contact center de PDM?** Nuestro centro de contacto, según lo anteriormente dicho, es un contact center multicanal. Presupuestamos por interacción. Las vías de acceso más frecuentes son los emails y el teléfono. Para sustentarlos, contamos con la plataforma propia DIDIMO, desde la que se centralizan los SMS y los MMS.

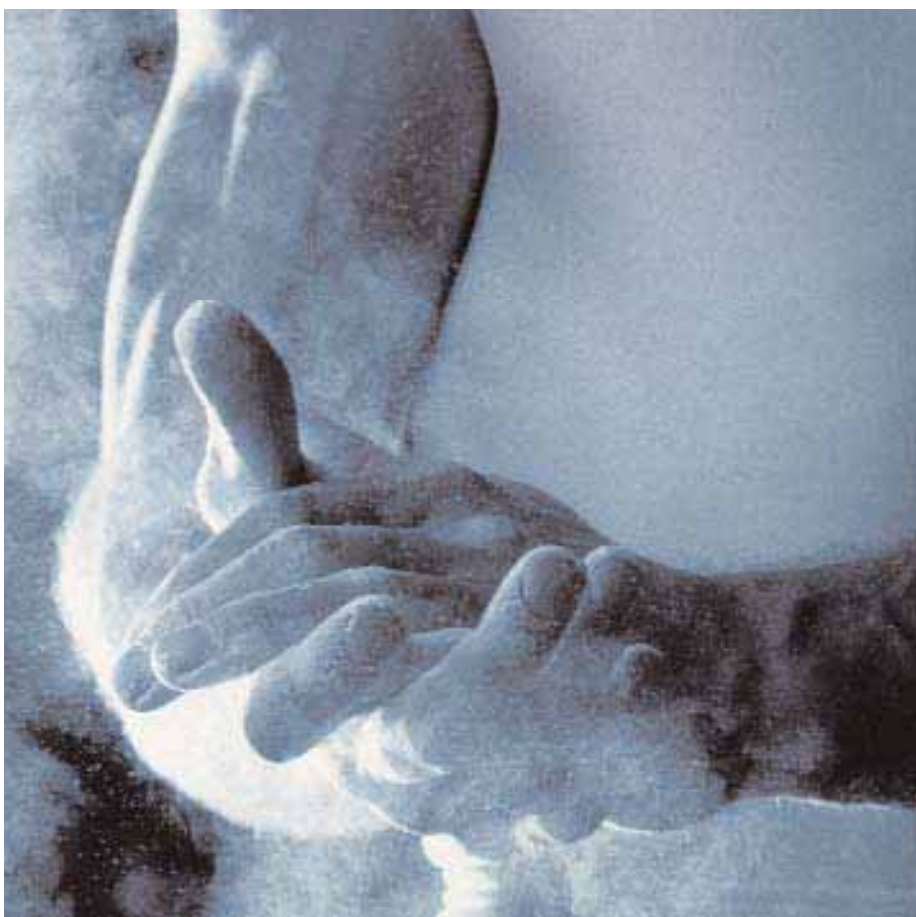
Nuestros servidores se encuentran en Madrid, aunque en breve serán desplazados a un Datacenter para incrementar la seguridad y rapidez. La plataforma de Barcelona se encuentra ligada a la de Madrid, para de este modo, aunar los esfuerzos en una única sede.

Respecto a la organización, contamos con: un Responsable de plataforma, dos Supervisores y los agentes, evidentemente. Gracias a ellos ofrecemos nuestros servicios a entre 10-12 clientes de forma ordinaria, a los que se suman otros 10 estacionales.

**¿Con qué tecnología cuenta su plataforma para ayudarle a diseñar sus campañas?** Contamos con la suite de soluciones de Zasylogic, AibeSystem, que permite una rápida y eficiente puesta en marcha de las acciones.

**¿Qué valor confieren a la innovación tecnológica en el contact center? ¿Cuál ha sido la última implementación tecnológica que han realizado en este?** Pensando en nuestros clientes, creemos más en las personas (nuestro equipo) que en las máquinas pero, sin duda, la tecnología debe dar unos mínimos que soporten todas las necesidades que nuestros usuarios nos plantean. Esta nunca debe ser un freno a los planteamientos funcionales de las campañas que nuestros clientes nos confían.

Desde principios de año hemos realizado la migración de la antigua centralita Alcatel que teníamos por una nueva basada en Asterisk y con tecnología VoIP.



**Recientemente han incorporado AibeSystem, el software de call center de Zasylogic. ¿Cómo valora su incorporación?**

A la par que realizamos el cambio de centralita implementamos la solución Aibe de Zasylogic. Cualquiera que tenga experiencia en este tipo de migraciones sabe que no es fácil, ya que involucra a diferentes factores: área de tecnología de la empresa, equipo humano, proveedor (Zasylogic) y campañas/clientes en curso.

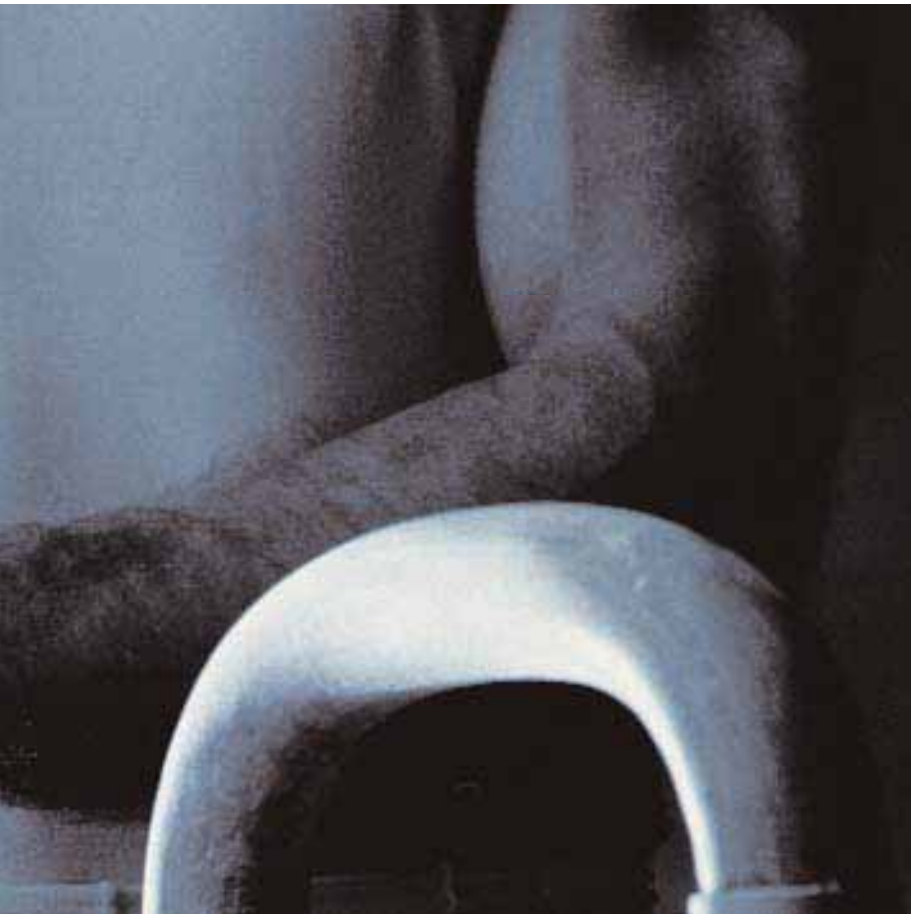
Aunque es obvio que en todo el proceso hay siempre incidencias, he de valorar muy positivamente tanto la involucración y vocación de Servicio de Zasylogic como la buena adaptación de nuestro equipo humano y nuestros clientes.

**¿Cómo es la calidad de este sistema?** Para nosotros la principal ventaja del sistema es que nos permite una rápida y eficiente puesta en marcha de las campañas. La herramienta es lo suficiente potente y, a la vez, flexible para permitirnos asumir prácticamente cualquier tipo de campaña que el cliente necesite en cada momento.

Además, proporciona una gran autonomía a los coordinadores, permitiéndoles realizar las tareas de preparación, carga/exportación de ficheros, y ampliar o reducir los argumentarios, incluso una vez iniciada la campaña. Estas tareas antes dependían de los desarrolladores informáticos, lo que implicaba tiempos de puesta en marcha más largos y costosos.

**¿Qué ventajas ha obtenido tras esta implementación?** Han sido varias:

- Unos menores costes de arranque que trasladamos a nuestros clientes.



“En Zasylogic encontramos una compañía flexible en lo humano, en lo económico y en lo tecnológico, con una solución lo suficientemente potente para nuestras necesidades.”

- Un enfoque absolutamente multicanal de la herramienta, lo que está totalmente en consonancia con nuestro planteamiento como empresa.
- Un soporte adicional externo y de calidad.
- Posibilidades tecnológicas que las antiguas herramientas no nos permitían, como puede ser la grabación de las conversaciones telefónicas.
- Posibilidad de contar con agentes trabajando en remoto.

#### ¿Qué diferencias aprecia tras su integración?

La principal es que ya no tenemos ninguna limitación o freno ante las necesidades que nos plantean nuestros clientes.

**Esta suite de productos ¿cómo le ayuda al desarrollo de su negocio?** Yo lo plantearía de otra forma, no contar con esta suite nos hubiera dejado absolutamente fuera del mercado, por lo que ha sido esencial para mejorar los servicios de nuestra compañía.

**¿Cómo evalúa el asesoramiento recibido por Zasylogic? ¿Y la labor de sus profesionales?** Ya he anticipado antes que han sido y son meses complicados y difíciles. Al cambio de plataforma tecnológica hemos de añadir implementaciones complejas y específicas para nuestros clientes.

Por parte de Zasylogic he encontrado una compañía “gemela” a la nuestra. No son los más grandes, pero sí tienen un fenomenal enfoque de servicio y apoyo ágil en las soluciones que necesitamos y les vamos apuntando.

**¿Qué motivos le han impulsado a confiar en él? ¿qué servicios le ha prestado?** Yo llevo en la compañía aproximadamente un año. Al entrar me encontré

con el proyecto de migración tecnológica absolutamente paralizado. Para mí era esencial el encontrar una solución rápida ante esta situación, ya que el mercado y nuestros clientes nos estaban demandando soluciones, a un coste asumible, que PDM no podía facilitarles. Por eso, una de mis prioridades en esos primeros meses fueron evaluar diferentes suites, similares a las de Zasylogic, y su adaptación a nuestra filosofía como compañía, incluyendo también el aspecto financiero. En Zasylogic encontramos una compañía flexible en lo humano, en lo económico y en lo tecnológico, con una solución lo suficientemente potente para nuestras necesidades.

**¿Cómo se han desarrollado las fases de su migración a la plataforma? ¿cómo valora su integración con el resto de herramientas que ya disponía?** Realmente nuestra implantación ha sido un tanto atípica ya que, debido al déficit tecnológico que traíamos, decidimos arriesgadamente hacer un cambio puntual con respecto a las herramientas de las que ya disponíamos. Únicamente necesitamos que la suite de Zasylogic permitiera un adecuado interface con algunos aplicativos desarrollados anteriormente y a medida para nuestros clientes.

Lo que sí estamos asumiendo gradualmente es la migración de dichos aplicativos a otros desarrollados íntegramente en Aibe.

**¿Tiene previsto realizar alguna otra modificación en el contact center? ¿Volverá a contar con Zasylogic?** Estamos “forzando” a Zasylogic y su herramienta Aibe para que pueda gestionar las operaciones de otra parte de nuestra plataforma que no tiene interacciones de comunicación. Para ello este proveedor está desarrollando un módulo específico que permita que tengamos una herramienta común de trabajo en toda la plataforma. De lograrlo exitosamente, como espero, se producirían unas sinergias que irían en nuestro beneficio y el de nuestros clientes.

Otro reto importante para los próximos meses será la integración de Aibe con nuestro nuevo ERP/Microsoft Axapta.

Obviamente, para todo ello contamos, y mucho, con Zasylogic para que actúe como el partner que necesitamos y seguro que vamos a tener.