

Grupo Baumüller: Las empresas modernas necesitan herramientas modernas y digitales

02 de agosto de 2021

El Grupo Baumüller, ubicado en Núremberg, Alemania, es uno de los principales fabricantes de sistemas de automatización y accionamiento eléctrico. La empresa familiar, fundada en 1930, cuenta actualmente con unos 2.000 empleados en más de 40 centros de todo el mundo, quienes se dedican a desarrollar soluciones de sistemas inteligentes para ingeniería mecánica y movilidad eléctrica. La compañía tiene centros de producción en Alemania, Eslovenia, la República Checa y China.

En esta entrevista, hablamos con Leonhard Kemnitzer, jefe de marketing de Baumüller, sobre la digitalización, la importancia de las ferias presenciales y la exitosa implementación de snapADDY en la empresa. Leonhard cuenta con una larga trayectoria en el mercado B2B y CRM y anteriormente trabajó para el Grupo Berner y Xeomed GmbH, entre otros.



Stand de la empresa Baumüller

Procesamiento de leads en Baumüller

En los últimos años, Baumüller se ha dedicado profundamente a digitalizar sus procesos de marketing y ventas y, con ello, ha logrado posicionarse óptimamente de cara al futuro. Los pilares elementales para generar leads en la empresa son el centro de contenidos Baumüller Insights, el stand ferial virtual Baumüller Motion Arena, estrategias orientadas a las redes sociales y participación en ferias y eventos, ya sean digitales, híbridos o presenciales. Todos los canales están completamente conectados con el software de automatización de marketing Pardot.

“Uno de los primeros temas de procesamiento en mi área fue la optimización para capturar leads en las ferias. El hecho de tener que procesar posteriormente las clásicas hojas de papel llevaba demasiado tiempo y exigía mucho esfuerzo a la empresa”, afirma Leonhard Kemnitzer antes de haber implementado snapADDY.

Durante el proceso de selección, se consideró a snapADDY como uno de los posibles proveedores.

“Pudimos probar el software independientemente y contamos con el cordial apoyo del equipo de asistencia, lo cual nos fue de gran ayuda para el proceso de selección y ejecución. El excelente reconocimiento de datos de contacto nacionales e internacionales (escaneo de tarjetas de visita) y la capacidad de trabajar fuera de línea nos convencieron definitivamente.”



Leonhard Kemnitzer, Jefe de Marketing en Baumüller

Captura digital de leads desde la SPS 2018

La nueva herramienta se utilizó por primera vez en la feria SPS 2018 (Smart Production Solutions) de Núremberg. Los colaboradores de la empresa utilizaron la aplicación en sus smartphones junto con otros dispositivos terminales, como tabletas y teclados, para facilitar la introducción de los informes. Antes de la feria, una parte de los colaboradores seguía dudando respecto al buen funcionamiento del software, pero después del primer día de la feria sus dudas se desvanecieron. La usabilidad y el fácil manejo fueron definitivamente la clave para poder convencerlos. Ya no era necesario digitar los bocetos o cálculos adicionales escritos a mano, sino que simplemente bastó con fotografiarlos. Al poder transferir las notas directamente al informe en PDF se puede acceder a ellas inmediatamente para seguir con su procesamiento.

¿Vale la pena invertir en los productos snapADDY?

La respuesta contundente es “Sí” en razón a:

- La agilidad: Al poder realizar un seguimiento más rápido de las solicitudes y las citas se ha podido mejorar el servicio.
- La eliminación del trabajo manual: Antes de implementar [snapADDY VisitReport](#), era necesario volver a procesar y digitalizar manualmente cientos de registros de leads después de cada feria. El nuevo proceso es mucho más fácil y eficiente.
- La atención moderna y digital en el punto de venta: Los colaboradores tuvieron la oportunidad de utilizar la aplicación e implementar la mejor manera de captar leads en el stand. Muchos visitantes de la feria reaccionaron positivamente al hecho de que la empresa trabajara con modernas herramientas digitales.

¿Cómo evolucionarán las ferias presenciales después del COVID?

Al igual que otras empresas, en el 2020 el Grupo Baumüller tuvo su primera experiencia con ferias en formato digital, seminarios web y stands virtuales. A pesar del buen desarrollo de las mismas, las ferias plenamente virtuales no logran sustituir completamente los eventos presenciales, puesto que el contacto personal con los clientes es un elemento clave, especialmente en el campo de ingeniería mecánica y, en este caso, para Baumüller.

Así pues, muchos en la compañía esperan con ansias el reinicio de la actividad ferial en otoño y poder asistir a las ferias más importantes del próximo año. En cualquier caso, desde ahora, los seminarios web, los eventos digitales, el stand virtual de la feria y el Baumüller Motion Arena, seguirán sirviendo de apoyo permanente a las ferias presenciales.

Nueva estrategia de cooperación entre Baumüller y snapADDY

Desde hace algún tiempo, Baumüller confía en el CRM de Salesforce, basado en la nube, y en la completa integración del software de automatización de marketing Pardot. Teniendo en cuenta los cambios presentados, las interfaces de utilización de Salesforce son de gran importancia para fomentar el trabajo en conjunto.

“Todo lo que se ha realizado junto con snapADDY ha salido muy bien hasta ahora. Desde la transformación digital de las hojas de papel analógicas hasta le enlace al CRM”, afirma Leonhard Kemnitzer.

Gracias al contacto eficaz con el cliente, estos y los próximos proyectos se seguirán llevando a cabo con rapidez y éxito. Para snapADDY es un gran gusto poder seguir colaborando exitosamente con la compañía durante muchos años más.