

WebEx Historia de Éxito del Cliente

WebEx Meeting Center une a los equipos internacionales de Peugeot-Citroën.

“A diferencia de otras soluciones examinadas, WebEx podíamos ponerla en marcha de un día para otro y usarla de forma externa sin necesidad de instalar un servidor o de un coste importante.”

Emmanuel Bulard, Director de Proyectos de TI, Domaine Enterprise Etendue, PSA Peugeot Citroën.

PSA Peugeot Citroën, uno de los fabricantes de automóviles más importantes del mundo, tiene el fuerte respaldo de dos marcas mundiales, Peugeot y Citroën. Como el segundo fabricante de automóviles más grande de Europa, con una cuota de mercado de 14,6% en el 2004, la compañía tiene 207.200 empleados y está presente en 140 países. Con un enfoque en la innovación y en una mejora continua de las líneas de los vehículos, PSA Peugeot Citroën vendió 3,38 millones de coches en el 2004 e ingresó 56,8 billones de euros. El crecimiento del grupo también incluye el funcionamiento de sus subsidiarios: Banque PSA Finance, dedicado a la financiación de los automóviles; Faurecia, el fabricante de equipos para automóviles y Gefco, la compañía de logística y transporte.

El desafío

Con 50 sedes en todo el mundo y personal de soporte y socios industriales en todos los continentes, PSA Peugeot Citroën está buscando constantemente un camino para mejorar la comunicación entre sus equipos internacionales y así poder acelerar la puesta en marcha de sus proyectos.

“La globalización se hace algo necesario: los equipos están creciendo de forma dispersa geográficamente y la cooperación industrial con socios estratégicos como Toyota o Mitsubishi está en auge. En todas las áreas de la compañía esta evolución requiere que los miembros de los departamentos hagan numerosos viajes de negocios, muy costosos en tiempo y dinero”, explicó Emmanuel Bulard, Director de Proyectos de TI, Domaine Enterprise Etendue, PSA Peugeot Citroën.

En el 2004, PSA empezó a analizar las soluciones de conferencia online disponibles en el mercado. Pensaron que las reuniones en Internet podían ayudarles a mejorar el trabajo de colaboración de sus equipos dispersos por todo el planeta y al mismo tiempo minimizar la cantidad de viajes de negocios.

Habíamos estado utilizando WebEx desde julio del 2004, y al principios de 2005 llegamos a la conclusión de que WebEx Meeting Center era la mejor opción para

nuestras necesidades y también la más flexible en términos de despliegue”, según Bulard. “A diferencia de otras soluciones contempladas, WebEx se podía poner en marcha de un día para otro y usarla de forma externa sin la necesidad de instalar un servidor o de un coste importante.”

La solución

WebEx Meeting Center ha estado en funcionamiento en PSA Peugeot Citroën desde julio del 2005. Para promover un uso más amplio de WebEx dentro de la compañía, los empleados tienen total libertad de acceso a la solución; no se impone ninguna restricción. Se completó la implementación en conjunción con una campaña conocida como “Mieux collaborer” (Colaborar mejor).

Todas las herramientas de comunicación internas existentes fueron empleadas para promover la solución entre los usuarios potenciales: boletines de noticias electrónicos, diarios de grupo, cartas de la dirección de TI y por supuesto el portal de Intranet.

“Trabajamos internamente y colgamos videos en el portal para demostrar qué fácil y aconsejable es el uso de WebEx,” agregó Emmanuel Bulard. “Priorizamos el hecho de dirigirnos a los directores de proyecto, pero también tuvimos éxito al llegar el resto de los empleados.”

En la adaptación de WebEx Meeting Center se observó durante los meses iniciales que WebEx respondía de verdad ante una necesidad concreta. Además de estas sesiones de prueba, se mantuvieron cerca de 1.500 reuniones WebEx entre julio de 2005 y febrero de 2006, lo que representan unas 3.500 horas.

De media estas reuniones duraron dos horas e incluían a tres participantes. “En ocho meses, el número de usuarios dispuestos a crear reuniones online se ha multiplicado por ocho”, explica Bulard. “Hacia finales de febrero del 2006, había unos 800 usuarios, principalmente del departamento de TI, pero también de la división de fabricación, que había estado implicada en el estudio inicial. También, los usuarios de los departamentos técnicos y de compras (quienes desarrollan los coches), y el personal de RRHH comenzaron a utilizar las reuniones WebEx. Una vez que nuestros empleados tuvieron la ocasión de usar WebEx, comprobaron de forma inmediata sus ventajas. Utilizaron la solución y hablaron de ella, lo que provocó el efecto de la bola de nieve.”

Los beneficios

Las ventajas más obvias de usar WebEx Meeting Center eran los aumentos del tiempo y de la productividad experimentados por los empleados de PSA. Según Emmanuel Bulard, la “funcionalidad de WebEx permite que repasemos proyectos y que dirijamos reuniones online. La principal ventaja es que los participantes no pierden tiempo y energía en los viajes. Para nuestros equipos franceses que trabajan con Japón e India la ventaja es muy significativa. Los ahorros de costes del recorrido son considerables, aunque no eran la razón principal para implantar WebEx.”

Las funciones más conocidas son las de poder compartir el escritorio y las aplicaciones así como poder realizar un diagnóstico alejado. “En PSA Peugeot Citroën, como en muchas otras grandes compañías”, explica Bulard, “existe la necesidad de hacer la programación de las reuniones internas más fáciles y las reuniones en sí tan interactivas como sean posibles. Las funciones de dirección de reunión y de invitación a WebEx han simplificado considerablemente las cosas y deberían animar a nuevas aplicaciones”, explica Emmanuel Bulard.

El futuro

PSA Peugeot Citroën anima de forma muy convencida a toda la compañía para que utilice las conferencias online de WebEx. Por primera vez en noviembre del 2005, WebEx fue usado en un seminario de marketing para la marca Peugeot con directores de marketing procedentes de Asia y Sudamérica. En esa ocasión, utilizaron la opción de la videoconferencia WebEx y los participantes la encontraron muy satisfactoria.

“El éxito de este seminario ha abierto nuevas posibilidades. El principal departamento de marketing usará WebEx en su trabajo diario para acordar recomendaciones con las agencias de comunicación, el grupo de compras y los directores de publicidad y empresas subsidiarias de Peugeot de todo el mundo. “No hemos fijado límites. La solución es accesible para todos y puede ser utilizada desde cualquier lugar. Deseamos que todos los colegas confíen en WebEx como una herramienta para su trabajo diario”, concluye Emmanuel Bulard.