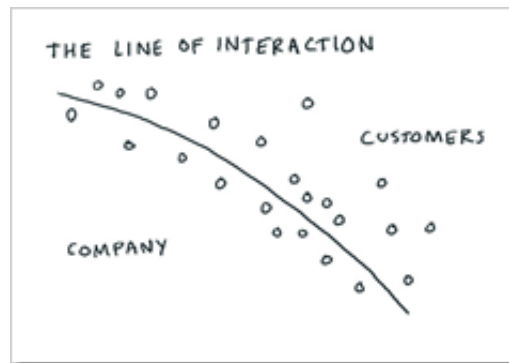


## La nube



La mayoría de las empresas que están vendiendo productos SaaS están condicionadas en su modelo de venta a una serie de cuestiones que las hacen rígidas. Fundamentalmente cuestiones tecnológicas o de visión empresarial.

Estos condicionantes provocan la necesidad de cambiar de mentalidad en los clientes como bien apunta **Jose Carlos Moreno Martín** en su último post:

<http://www.saasmania.com/blog/2013/02/06/que-debes-de-prever-si-vas-a-implantar-saas>.

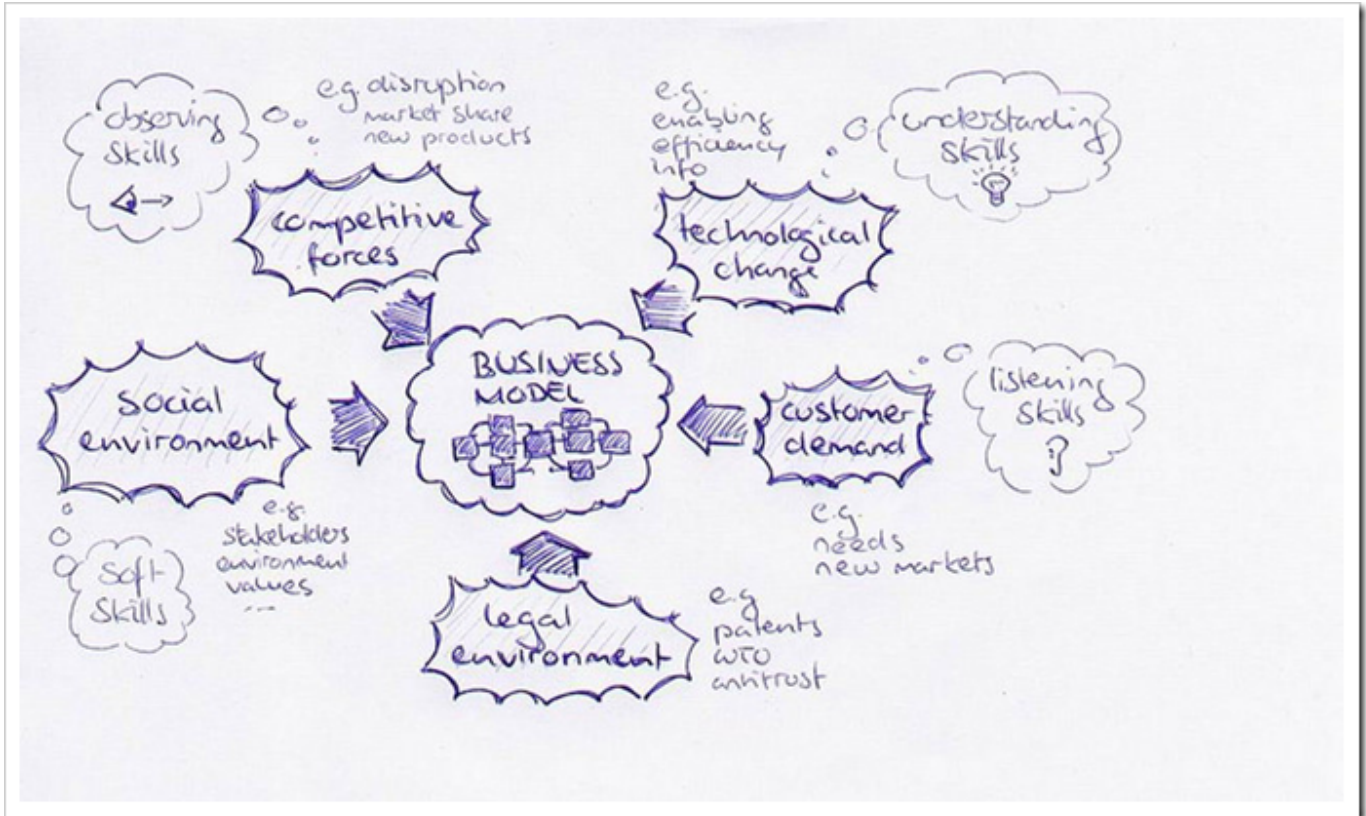
Hay que ser conscientes de que los cambios de mentalidad normalmente llevan mucho tiempo, es raro que sean abruptos.

En muchas conversaciones con empresas que están vendiendo productos en “La Nube” percibo los mismos mensajes, los mismos patrones de conducta, los mismos modelos comerciales y de servicio. Puede que me confunda (como casi siempre), pero me da que no están teniendo en cuenta “el factor X”, se están olvidando del cliente!!!. Piensan solo en el volumen y no focalizan. Esto no tendría que ser malo por si solo, pero sin darse cuenta, añaden otro importante condicionante “no tienen hábitos de venta por volumen”.

**Los clientes de hoy no son muy distintos a los clientes de ayer, ni a los clientes de hace un año, ni a los de hace diez. Todos ellos necesitan mejorar sus negocios mediante inversiones adecuadas a sus necesidades.**

El primer software contable que desarrollé generó un gran valor para la empresa que lo compró. Este software (8 años después) se rehízo para mejorar ciertas cuestiones tecnológicas y para adecuarlo a los nuevos sistemas y volvió a generar un nuevo valor empresarial (hace ya 9 años). Este segundo desarrollo fue más caro (pagaron gustosamente 10 veces más), pero seguramente esta segunda inversión fue mucho más beneficiosa para la empresa (muchas más automatizaciones que ahorran cientos de horas de gestión). Muy probablemente a día de hoy se estén planteando otra nueva inversión (pronto haré la visita de rigor) y muy probablemente hablaremos de SaaS y de sus beneficios. Haceros unas preguntas **¿acaso creéis que el cliente comprará sin evaluar los verdaderos beneficios? ¿solo evaluará el precio? ¿querrá un producto estándar o más bien un “a medida”?**

Bueno, vale de batallitas!!!... Si quiero vender “La nube” a mi **cliente, el tendrá que tener en cuenta esos puntos clave** y la verdad es que si no quiero engañarle, tendré que contárselos... con puntos y comas. Y me da, que no admitiría ninguno de ellos.



Pero... ¿y si cambiamos la formula?... ¿y si somos capaces de sumar las ventajas, de no abandonar de golpe el modelo tradicional?

Preparando la reunión.... ¿Qué le diremos a nuestro cliente?

- **Que podrá acceder a sus datos directamente.** Podrá usar Apache para consumirlos como servicio Web o desde ODBC.
- **Que Internet le ayudará a ahorrar costes de infraestructuras hard/soft, pero que no es estrictamente necesario** (tendrá que asumir un sobrecoste si lo quiere en modo tradicional).
- **Que en cualquier momento podrá trasladar el servicio y los datos a un servidor propio** (asumiendo ese sobrecoste hard/soft).
- **Que el mantenimiento podrá hacerlo en el momento que le venga bien.** Muchas tecnologías usadas para la entrega de [SaaS](#) son web [multitenancy](#) y eso hace que las actualizaciones se hagan en conjunto no permitiendo al cliente decidir el momento.
- Respecto a la LOPD y LSSI el problema es el mismo que en cualquier otra SaaS alojada en servidores fuera de España/Europa/EEUU, la gran diferencia es que el

cliente **puede trasladar el servicio y los datos a un servidor en España** (asumiendo cierto sobrecoste) reduciendo la problemática en caso de ser necesario.

- **Que primero es el servicio y luego el producto**, justo la inversa a la planteada típicamente en SaaS. Si mi cliente no puede adaptar la solución a su necesidad entonces no querrá mis productos. Los clientes no se inventan sus necesidades, simplemente quieren cubrirlas. Nuestro enfoque permite que el cliente obtenga software vertical y adaptado a bajo coste.
- **Que será igual de sencillo cambiar de proveedor** que en el mundo tradicional.
- **Que el cambio de mentalidad no es tan importante**, solo es una cuestión de enfoque.

¿Seremos capaces?. Nosotros creemos en ello.

Bueno, pido disculpas a **Jose Carlos** por la osadía de dar la vuelta a su artículo, pero ayer tuve otra de esas conversaciones y empieza a ser un mal sueño (al final me despierto por ver como mis amigos no venden lo suficiente).