

***Julio Tomé es un destacado directivo con más de 20 años de experiencia en áreas comerciales y de alta dirección. En la actualidad, se desempeña como Vice President of Sales & Marketing en H&CO Technologies, donde lidera estrategias regionales de ventas y marketing para Florida y Latinoamérica. Anteriormente, Julio fue Gerente General y co-fundador de Empresas Inxap, donde desempeñó un papel crucial en el desarrollo e implementación de soluciones de transformación digital para empresas medianas en Argentina y Chile. Su sólida trayectoria incluye una vasta experiencia en la implementación de SAP Business One, además de haber ocupado roles clave en ventas y dirección comercial. Julio es Ingeniero en Telecomunicaciones por el Instituto Superior Politécnico José Antonio Echevarría de Cuba y ha construido una destacada carrera en consultoría tecnológica y desarrollo de negocios.***

**- Situación:** Durante el proceso de expansión inorgánica, que abarca el rediseño y la integración de operaciones comerciales en más de ocho países de Latinoamérica, y considerando que nuestro negocio de venta de ERP está en una fase de madurez en el mercado, la empresa debe fortalecer su competitividad. Para ello es necesario mejorar la propuesta de valor con intangibles que vayan más allá del producto básico, con el objetivo de captar, retener y rentabilizar clientes de manera superior a la competencia.

**- Solución:** Una de las soluciones adoptadas consistió en integrar la Experiencia del Cliente como un pilar fundamental en la propuesta de valor de H&CO Technology. Esto permitió mercado maduro de ERP, transformando este intangible en una ventaja competitiva sólida y sostenible. La estrategia promovió el aprendizaje y la mejora continua. Adoptar un enfoque centrado en el cliente requirió co-crear estrategias, procesos e interacciones junto con ellos, involucrándolos en cada punto de contacto para satisfacer sus necesidades a lo largo de su ciclo de vida.

**Un modelo de experiencia alineado con estrategias empresariales y gobernanza adecuada optimiza la gestión y operación del negocio. Nuestro modelo de experiencia permitirá que nuestra propuesta de valor garantice que cada interacción con el cliente sea positiva, coherente y alineada con los valores y objetivos que hemos definido. Esto, a su vez, facilitará la misión de otras unidades como Customer Success, que se centra en construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes.**