

Transición hacia un Modelo de Suscripción y la Tecnología Oracle

El modelo de negocio por suscripción se basa en la venta de un producto o servicio mediante un pago mensual o anual generando estabilidad en los ingresos. Este modelo consiste en vender productos, servicios o contenido a una cartera de clientes de manera recurrente, a cambio del pago de cuotas periódicas, que normalmente son mensuales.

El modelo de suscripción ayuda a conseguir ingresos más predecibles y recurrentes; brinda mayor flexibilidad para

realizar ventas adicionales y cruzadas; y ayuda a establecer relaciones sólidas con sus clientes, logrando su fidelización.

La suscripción no es algo nuevo, es un modelo que siempre ha existido, desde hace años en muchos modelos de negocio de servicios, tales como, gimnasios o en la venta de diarios y revistas. Sin embargo, actualmente está teniendo un gran crecimiento en el mundo digital y también en el B2B (*Business-to-Business*). La transición hacia un modelo de negocio por suscripción

ha sido impulsada por los avances tecnológicos, los cambios en las preferencias de los consumidores y la necesidad de las empresas de mantenerse competitivas.

Los negocios por suscripción requieren un replanteamiento de las operaciones. De acuerdo a Forrester, una empresa debe obsesionarse con los clientes para poder transformarse de manera exitosa en un modelo de suscripción: "Lo que parece sencillo en la teoría puede en realidad no serlo en la práctica. Para la mayoría de las marcas tradicionales, implica volver a diseñar su ADN operativo."¹ Para adoptar un modelo de negocio por suscripción las empresas deben tener en cuenta los siguientes factores:

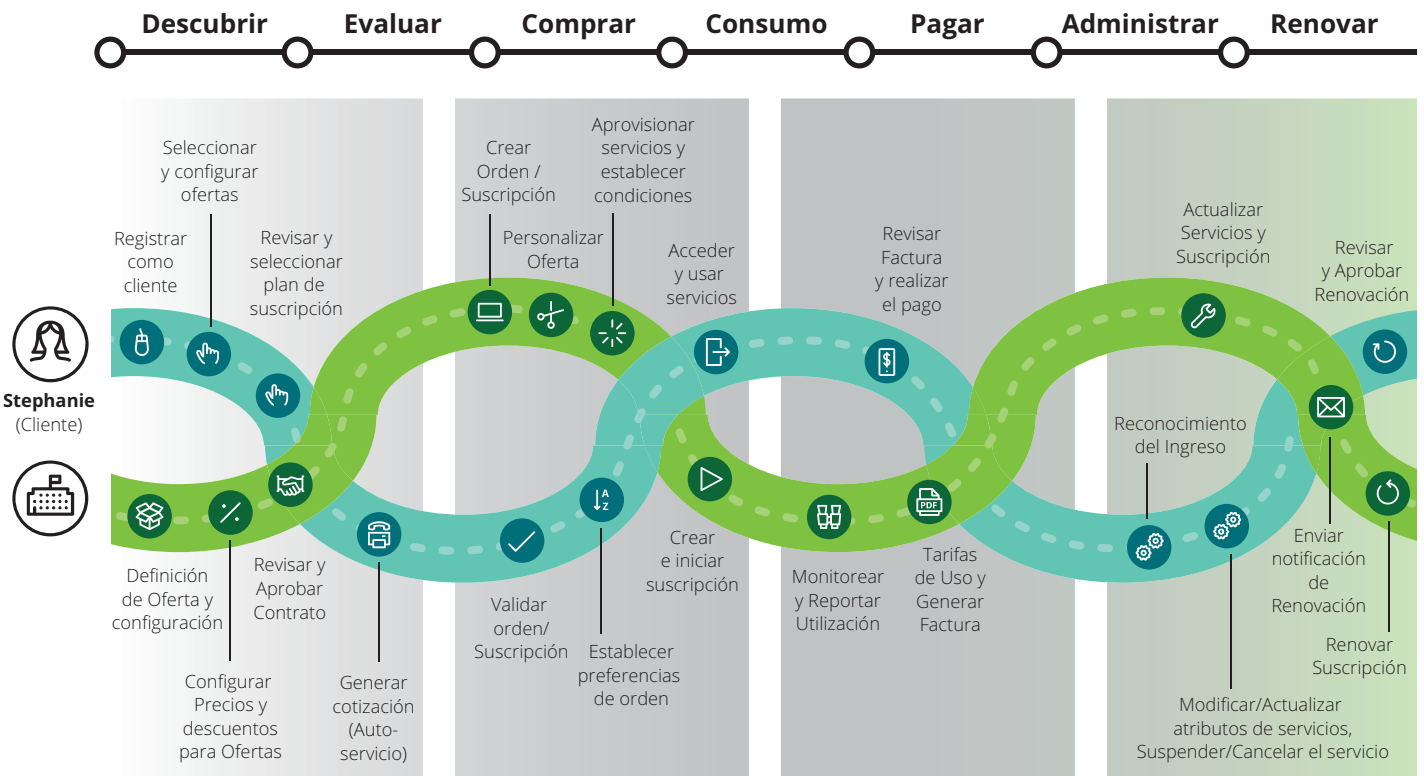


¹ The Rise of the Subscription Business Model. Forrester Research.

1. OFRECER SERVICIOS DE SUSCRIPCIÓN	Los servicios de suscripción brindan a los clientes acceso bajo demanda a bienes y servicios, y a las empresas ingresos recurrentes. Las empresas pueden ofrecer suscripciones para productos como software, medios e incluso bienes físicos. Existen distintos modelos de suscripción, entre los cuales se distinguen: el modelo por reposición, este modelo automatiza la compra de artículos de uso o consumo recurrente como ser alimentos, bebidas y cuidado personal; el modelo de acceso, el cual ofrece al cliente la posibilidad de acceder a contenidos de manera ilimitada; y el modelo de suscripción para SaaS, en el cual el software se distribuye como un servicio (SaaS) a elección del usuario, ya sea de manera mensual o anual.
2. ADOPTAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	Las empresas necesitan adoptar nuevas tecnologías como la computación en la nube, la analítica de datos y el internet de las cosas para ofrecer modelos de consumo flexibles. La transformación digital puede ayudar a las empresas a optimizar sus operaciones, mejorar la experiencia del cliente y proporcionar nuevos servicios. Oracle Billing Revenue Management (BRM) proporciona una solución completa de extremo a extremo para la gestión de facturación e ingresos para modelos de negocio por suscripción.
3. PROPORCIONAR OPCIONES DE PERSONALIZACIÓN	Los clientes buscan cada vez más experiencias adaptadas a sus propias necesidades, y las empresas pueden satisfacer esta necesidad proporcionando opciones de personalización. Esto puede ser a través de productos, servicios o planes de precios personalizados.
4. CREAR COLABORACIONES	Las empresas necesitan colaborar con otras empresas para ofrecer servicios integrados o soluciones conjuntas. Esto puede ayudar a las empresas a ofrecer servicios más completos y mejorar la experiencia al cliente.
5. CENTRARSE EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE	Las empresas deben priorizar la experiencia del cliente. Esto incluye ofrecer interfaces intuitivas, planes de precios fáciles de entender y soporte continuo al cliente.

Habilitar la Experiencia del Cliente sin fricciones

Moverse al modelo por suscripción requiere un cambio fundamental de la forma actual de hacer negocios e impacta todas las etapas en el viaje de un cliente



Ejemplos de requisitos del cliente a ser considerados por la Compañía

"... Productos y Servicios personalizados	"...Flexibilidad para crear un paquete personalizado y ver los precios en tiempo real"	"...Convertir una cotización en pedido sin contacto"	"... Agregar, cambiar, cancelar, renovar, suspender y reactivar suscripciones"	"...Ver todos los productos y servicios en la misma factura"	"...Recibir notificación automática de renovación, proceso de renovación simplificado.
---	--	--	--	--	--

Como conclusión, la transición hacia los modelos por suscripción requiere un cambio de mentalidad de propiedad a acceso, y un enfoque en brindar experiencias convenientes y personalizadas para los clientes.

Al adoptar la transformación digital, ofrecer servicios de suscripción, proporcionar opciones de personalización, crear colaboraciones y centrarse en la experiencia del cliente, las empresas podrán facilitar esta transición.

Optimiza la gestión de facturación e ingresos con Oracle

Oracle Billing and Revenue Management (BRM) es un sistema de gestión de ingresos, facturación y mediación nativo en la nube con la flexibilidad y la variedad de capacidades para facturar y gestionar suscripciones, cobros, cuentas a cobrar y liquidaciones. Es una plataforma que permite a las empresas administrar la facturación y el cobro de servicios y productos en un modelo de suscripción. La solución de Oracle BRM automatiza los procesos de facturación y gestión de ingresos, lo que permite a las empresas simplificar sus operaciones, reduciendo el tiempo y los recursos necesarios para llevar a cabo estas tareas.

Con Oracle BRM las empresas pueden gestionar una amplia variedad de servicios y productos que se ofrecen a los clientes a través de suscripciones. Esto incluye servicios de telecomunicaciones, servicios de entretenimiento, servicios en la nube, servicios financieros y muchos otros. Adicionalmente, con la solución es posible gestionar precios y planes de suscripción, es decir, crear planes de precios personalizados para diferentes tipos de

clientes, basados en sus necesidades y preferencias, lo que puede mejorar la experiencia del cliente y aumentar la lealtad a la marca.

Por otro lado, Oracle BRM se integra fácilmente con otros sistemas empresariales (ERPs), simplificando las operaciones del negocio, mejorando la eficiencia y la toma de decisiones. La plataforma de BRM proporciona información detallada sobre el uso y los gastos de los clientes, lo que puede ayudar a las empresas a tomar decisiones informadas sobre la estrategia de precios y la oferta de servicios en tiempo real.

En resumen, Oracle BRM es una plataforma de gestión de facturación e ingresos que permite a las empresas gestionar los servicios y productos que se ofrecen a los clientes a través de un modelo de suscripción. Al utilizar Oracle BRM, las empresas pueden administrar los precios, planes de suscripción, facturación y cobro de pagos de los clientes, así como personalizar la experiencia del cliente para mejorar la satisfacción, retención y fidelización de clientes.

Referencias

Deloitte (2021). Transforming business models for the digital age.

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-tmt-d-transforming-business-models-digital-age-201910-en.pdf>

Forbes (2020). The future of flexible consumption models in the age of COVID-19

<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2020/06/24/the-future-of-flexible-consumption-models-in-the-age-of-covid-19/?sh=385a7ca94ab2>

“Oracle Communications Billing and Revenue Management” en la página de productos de Oracle

<https://www.oracle.com/industries/communications/products/billing-revenue-management/>

5 Reasons why you should consider Oracle BRM for telecom billing” en la página de blogs de MGI Research

<https://mgiresearch.com/5-reasons-why-you-should-consider-oracle-brm-for-telecom-billing/>

<https://www.forbesargentina.com/liderazgo/cuando-conviene-tener-modelo-suscripcion-tu-negocio-casos-exito-n13050>

<https://www.oracle.com/ar/a/ocom/docs/industries/communications/comms-brm-modernizing-monetization-info.pdf>

<https://www.oracle.com/pe/a/ocom/docs/ignite-subscription-management-co.pdf>

<https://www.oracle.com/ar/industries/communications/5g-monetization/billing-revenue-management/>

Contactos

Alan Berman
Socio

alaberman@deloitte.com

Betiana Ventrice
Gerente Senior

bventrice@deloitte.com

Deloitte se refiere a una o más de las firmas miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas (en conjunto, la “compañía Deloitte”). DTTL (también denominada “Deloitte Global”) y cada una de sus firmas miembro son entidades legalmente separadas e independientes, las cuales no pueden obligarse o comprometerse mutuamente con respecto a terceros. DTTL y cada una de sus firmas miembro y entidades relacionadas son responsables únicamente de sus propios actos y omisiones, y no de los de las demás. DTTL no presta servicios a clientes. Visite www.deloitte.com/about para obtener más información.