

“Damos un servicio 360° a cualquier cliente”

El negocio de las soluciones audiovisuales de MCRPRO es una de las piezas claves de la división profesional del mayorista. En su trayectoria, de poco más de un lustro, ha logrado hacerse un hueco en el mercado AV profesional, gracias a la combinación de un completo catálogo de soluciones y una amplia cartera de servicios.

Rosa Martín

La unidad de negocio dedicada al mundo audiovisual comenzó su andadura dentro de MCRPRO hace casi seis años y, aunque partió casi desde cero, su progresión ha sido exponencial. Enrique Hernández, di-



rector de B2B de MCR, destaca que “muchas de las marcas de primer nivel confían en nosotros”. Esta confianza es un aval para su crecimiento dentro de la división profesional del mayorista y su mejor baza para avanzar en un mercado que todavía depende de los grandes proyectos. “Nos encontramos con muchos “dientes de sierra” en el mercado, que todavía tiende a esos grandes proyectos”, explica Hernández. A pesar de esto el mercado de AV sigue creciendo a doble dígito, lo que está impulsando su negocio, pero también exigiendo un esfuerzo mayor para responder a todas las necesidades y estrechar la colaboración con sus *partners*.

El directivo de MCR reconoce que, a pesar de las dificultades que se han encontrado este año, su estrategia se ha basado en el esfuerzo y la constancia para convertirse en una pieza clave a la hora de acompañar a los integradores en el desarrollo de los proyectos. “La constancia, el trabajo del día a día y, algo fun-

damental, que el equipo vayamos unidos”, así resume Hernández las claves de la estrategia que están desarrollando este año y que les obliga a ser “mejores y más eficientes”.

Oferta

Esta autoexigencia de mejora continua se ha reflejado en su oferta que sigue creciendo y ampliándose para ser más completa y llegar a nuevos clientes. Durante el primer semestre sumó a su catálogo las soluciones de PPDS-Philips Professional Display Solutions, AVer, Newline Interactive y Creston gracias a su alianza con estas marcas. Estos acuerdos, que se enmarcan dentro de su estrategia para configurar un ecosistema de soluciones más amplio, están desarrollándose de manera óptima, gracias a la colaboración con todos los fabricantes, pero no son los únicos que ha sellado este año.

Según anuncia el responsable, acaba de cerrar otro acuerdo con Unilumin con el fin de



Enrique Hernández, director de B2B de MCR

convertirse en su mayorista global para todas sus líneas de producto. Esta incorporación, que refuerza la alianza con este fabricante, con el que colaboraba para su segunda mar-

Sectores

La unidad de AV de MCRPRO no se dirige a un segmento del mercado en concreto porque tiene capacidad para trabajar con todo tipo de *partners* tanto con los que están enfocados a un nicho de mercado específico como con los de perfil generalista. Esta capacidad le permite trabajar en “muchos y diversos proyectos”, aunque este año está ejecutando grandes proyectos en el sector del *retail* y en el segmento corporativo.

El sector educativo también está siendo una fuente de negocio gracias a la incorporación de un nuevo profesional, Alfredo Núñez Ramírez, que es el encargado del desarrollo de este entorno. “Estamos en todos los ámbitos”, subraya Hernández. “Creemos que cada día nuestro equipo tanto técnico como comercial estará más preparado para dar soluciones globales a casi cualquier mercado”.

ca, es una muestra de su enfoque actual para desarrollar una oferta completa.

“Seguimos trabajando para seguir incorporando productos que sumen a nuestra oferta y que nos dejen seguir complementando las necesidades del mercado”, recalca Hernández.

En este momento en su *portfolio* de soluciones audiovisuales se encuentran más de 30 marcas, aunque este amplio catálogo no es su único valor. Para el responsable la única forma de trabajar con éxito es la especialización de su equipo comercial y de preventa.



Este *expertise* le permite ofrecer a los integradores tranquilidad y fiabilidad a la hora del desarrollo y ejecución de los proyectos.

Servicios

Otra de las grandes ventajas que ofrece MCRPRO es la capa de servicios, que presta a sus *partners*. Hernández reconoce que esta parte la han ido “trabajando poco a poco” con el fin de incorporar distintos servicios para poder hacer “ese traje a medida que cada cliente puede necesitar”.



En ese sentido, el directivo recalca que la gran virtud del mayorista, como empresa consolidada, es su “respeto hacia el canal”, lo que le proporciona confianza y capacidad para ir afrontando las distintas necesidades que tiene su red de *partners* para ir aportando los servicios necesarios para cada integrador o proyectos. Entre los servicios que

presta figuran los financieros, técnicos y comerciales. “Podemos dar un servicio 360°, prácticamente global, a cualquier cliente”, recalca el directivo.

Planes

El negocio de AV es una de las piezas claves de MCRPRO y el objetivo es consolidar su pro-

puesta tanto dentro de la división como en el negocio general del mayorista. El director de B2B de MCR avanza que “el año que viene es muy importante” para la compañía. Por tanto, está preparando diferentes iniciativas para diferenciar su propuesta que incluyen desde acciones de marketing hasta el refuerzo de su *portfolio*.

Planea seguir mejorando su catálogo para crecer en las líneas en las que tiene menos marcas y su foco estará en “conseguir un par de marcas importantes en el mercado audiovisual”. Además, según comenta el directivo, “estamos trabajando para incorporar marcas en el mundo del *broadcast*”.

*El respeto al canal,
pilar del trabajo
de MCR*

“Las marcas de primer nivel confían en MCRPRO”

La confianza de las marcas es uno de los avales del trabajo de la unidad de negocio dedicada a las soluciones AV de MCRPRO, según explica Enrique Hernández, director de B2B de MCR. Este apoyo junto con la constancia y el trabajo en equipo han hecho posible que sea un motor del crecimiento de la división.

Esta evolución al alza eleva su autoexigencia para mejorar su propuesta y responder a todas las necesidades de sus clientes. Dentro de esta estrategia planea la configuración de un “ecosistema de soluciones cada vez sea más amplio”.

