

Optimización de la gestión de proveedores:

Una guía para crear un portal de proveedores eficaz



Introducción

Los proveedores, o vendedores, son clave para el éxito de tu negocio. Cuanto más eficientes sean a la hora de suministrar los materiales, piezas y servicios que necesitas, mejor y más rápido podrás atender a tus propios clientes. La optimización de la gestión de proveedores también puede ayudarte a reducir los costes operativos, hacer que la previsión de inventario y envíos sea más precisa y reducir el riesgo de volatilidad de los precios.

Sin embargo, a medida que las redes de proveedores se vuelven más internacionales, aumenta su complejidad, lo que requiere una variedad de sistemas y EDI diferentes que gestionar. No obstante, los compradores pueden tener dificultades para conseguir la visibilidad de estas interacciones, ya que hay poca información sobre lo que está sucediendo en el back-end.

Sin esta transparencia, estas tecnologías pueden ser insuficientes y los equipos seguirán teniendo que manejar algunos procesos manualmente, lo que ocasionará desajustes, pérdidas de recursos y de oportunidades.

Lo que necesitas es una vía de acceso a tus sistemas que te proporcione visibilidad para agilizar los procesos y trabajar de manera más eficaz: un portal de proveedores.

En este ebook, exploraremos cinco casos de uso clave que un portal de proveedores puede ayudar a resolver para aumentar la eficiencia tanto de los equipos internos como de los proveedores:

- 1 Automatizar el proceso de onboarding**
- 2 Un único lugar para la comunicación y la colaboración**
- 3 Capacitar a los proveedores con capacidades de autoservicio**
- 4 Digitalización y automatización de procesos**
- 5 Supervisión y mejora del rendimiento de los proveedores**

Cómo crear un portal que tus proveedores quieran usar

Como ya hemos visto, un portal de proveedores eficaz debe situarse encima de los sistemas existentes como una ventana a lo que ocurre en el back-end. Para lograrlo, crea tu portal de proveedores con una solución flexible, como una [plataforma de experiencia digital \(DXP\)](#).

Un DXP es un software empresarial que proporciona la base para que las empresas ofrezcan experiencias digitales conectadas y contextualizadas a través de múltiples puntos de contacto para todo el recorrido del cliente. Los DXP proporcionan capacidades out-of-the-box para apoyar y acelerar la creación, gestión y optimización de experiencias digitales, entre las que se incluyen:



Gestión de activos digitales



Gestión de múltiples sitios



Capacidades commerce



Capacidades cloud



Personalización



Control de acceso y protección de la privacidad



Búsqueda y navegación

Pero lo que diferencia a los DXP es su capacidad para integrarse con otras tecnologías y actuar como interfaz para aportar datos relevantes. Así, no solo puedes utilizarlo para crear un portal de proveedores más rápido, sino que también puede ayudarte a consolidar datos de sistemas externos para ofrecer visibilidad de los procesos comunes directamente desde el portal de proveedores.



Entre los proveedores de DXP, Liferay ha sido reconocido por su capacidad de integración, su idoneidad para escenarios B2B complejos y su bajo coste total de propiedad.

Empresas de todo el mundo confían en Liferay DXP por su:

- **Alta capacidad de personalización y flexibilidad para integrar sistemas.** Liferay permite interacciones sencillas con canales y aplicaciones de terceros. El marco de integración, los conectores y la biblioteca API facilitan las personalizaciones e integraciones e incluso pueden configurar los usuarios sin conocimientos técnicos.
- **Fuerte gestión de identidad y usuarios para experiencias personalizadas seguras.** Las experiencias autenticadas son uno de los puntos fuertes de Liferay. Liferay te permite crear y gestionar fácilmente diferentes roles de usuario, utilizando derechos de acceso personalizados para garantizar que el contenido que se muestra a los usuarios es relevante y está autorizado para su uso.

Descubre más acerca de Liferay DXP [aquí](#).

1. Optimiza el proceso de onboarding

La selección y contratación de los proveedores adecuados es fundamental para el éxito de la cadena de suministro. Pero este proceso puede llevar mucho tiempo, a veces hasta seis meses en las grandes organizaciones.¹ **En lugar de utilizar reuniones en persona, teléfono, correo electrónico o fax para encontrar y formar a nuevos proveedores, puedes usar la tecnología para eliminar las ineficiencias y ofrecer una mejor experiencia de onboarding.**

A continuación, te indicamos cómo un portal de proveedores puede facilitar el onboarding de tus proveedores y equipos de soporte:



Validar y aprobar proveedores. Los proveedores potenciales pueden registrar primero su interés a través de un formulario y completar toda la información necesaria sobre sus precios y productos. Pueden validar automáticamente sus números de identificación fiscal y otros datos esenciales con flujos de trabajo personalizados. Por ejemplo, puedes automatizar la detección de fraudes y verificar a los proveedores con las listas de sanciones comerciales de las Naciones Unidas y otras bases de datos de proveedores no recomendados.



Define recorridos paso a paso basados en segmentos y roles de usuario. El onboarding no es una experiencia única para todos. Tu negocio puede trabajar con una variedad de proveedores diferentes. Dentro de esas organizaciones hay diferentes equipos y roles de usuario que necesitan un onboarding especializado.

Utiliza una plataforma que pueda modelar grupos de usuarios en función de criterios de segmentación, como el tipo de trabajo y proveedor, el nivel de prioridad, etc. Agrupar a los usuarios en segmentos te permite establecer diferentes niveles de acceso a través de roles y permisos. Una vez definidos estos segmentos, también puedes establecer flujos de trabajo específicos para cada uno. Dentro de estos flujos de trabajo, puedes definir todos los pasos necesarios y su secuencia, asegurándote que se ajustan a las necesidades específicas de cada segmento.

¹ La métrica mensual: tiempo de onboarding a un nuevo proveedor

6 meses

es el tiempo que se tarda en incorporar a un nuevo proveedor en muchas organizaciones.

Parte de ese proceso podría incluir el diseño de una experiencia de onboarding que requiera que los responsables de ventas acepten una política de privacidad o reciban la capacitación requerida. Es posible que incluso tengas que diseñar una experiencia en la que un administrador tenga que cerrar sesión antes de pasar toda la cuenta al siguiente paso.



Dar a los proveedores la información que necesitan. Los recorridos y las funciones de segmentación también se pueden utilizar para seleccionar contenido, guiando a los proveedores hacia los recursos adecuados (videos, demos, manuales, e-learning y otros contenidos) a medida que avanzan en su onboarding. Por ejemplo, puedes diseñar un flujo de trabajo para el equipo financiero de tus proveedores que les muestre videos de demostración sobre cómo rastrear y monitorear los estados de facturas y pagos. O podrías crear una experiencia independiente con documentación que explique cómo los administradores de inventario pueden utilizar datos en tiempo real con que tomar decisiones informadas.

Además, agrupa las preguntas frecuentes, los enlaces visitados frecuentemente, el acceso a las bases de conocimientos y la documentación importante en paneles personalizados. Todo esto ayudará a los proveedores a entender tus procesos de compra sin necesidad de que nadie les guíe.

En lugar de introducir a los proveedores en el proceso de venta, asegúrate de que tengan las herramientas y los recursos para aprender por sí mismos a hacer negocios contigo. **Un onboarding adecuado es el primer paso para establecer una relación a largo plazo con tus proveedores.**

Descubre cómo puedes ofrecer experiencias más relevantes y personalizadas a tus proveedores con Liferay [aquí](#).

2. Un único lugar para la comunicación y la colaboración

Según Gartner el principal problema empresarial que los portales de proveedores abordan es una comunicación ineficiente.² Especialmente con una red de proveedores en crecimiento, ya que puede ser difícil proporcionarles información precisa y actualizada.

Al ser una solución única en la que los proveedores pueden confiar para obtener información puedes aprovechar el portal para:



Almacenar y gestionar documentos importantes, como contratos, certificaciones fiscales y comerciales, listas de precios, especificaciones de productos, políticas de devoluciones y garantías, y acuerdos de cumplimiento. Dado que la gestión de documentos se simplifica a través de una plataforma que sirve como única fuente de información, los proveedores sabrán dónde cargar la documentación. Asimismo, los equipos internos pueden buscar y explorar, de forma eficiente, en los documentos cargados.



Comunicarte con los proveedores antes de que los datos se introduzcan en sistemas back-end. Por ejemplo, puedes negociar precios y contratos con proveedores antes de cumplimentar esa información en tus ERP. O, para distribuidores y resellers, puedes ajustar la información y descripciones de los productos de los proveedores antes de ingresar tu PIM.



Resolver problemas sin necesidad de usar el teléfono o el correo electrónico. Por ejemplo, si tus proveedores necesitan ajustar una factura, pueden editar directamente o dejar un comentario en el portal de proveedores, eliminando la necesidad de llamadas telefónicas o correspondencia por correo electrónico.



Innovar y colaborar más estrechamente con los proveedores. Por ejemplo:

- **Los fabricantes** pueden hablar sobre productos e ingeniería para piezas nuevas utilizando herramientas de mensajería y comentarios.
- **Las empresas de logística** pueden recopilar comentarios e ideas de sus proveedores para mejorar los procesos.
- **Las organizaciones sanitarias** pueden negociar pedidos personalizados para suministros y dispositivos médicos, suministros de laboratorio, equipos de protección y descuentos para grandes compras

Descubre por qué los CMS de Liferay son reconocidos por los analistas.

Descubre [aquí](#) cómo tus equipos comerciales pueden crear, organizar y administrar sus **activos digitales** de manera más eficiente.

3. Facilita a los proveedores capacidades de autoservicio

Con un portal de proveedores, puedes proporcionar a tus proveedores una funcionalidad de autoservicio que les permita completar muchas tareas de forma autónoma, lo que permitirá a tu equipo realizar un trabajo más estratégico.

Sin embargo, el autoservicio no solo consigue que los procesos sean más fáciles y eficientes para proveedores y compradores. También ayuda a garantizar el cumplimiento y la precisión. Un sistema digital garantiza el seguimiento y la comprobación de todos los factores de cumplimiento para que no surjan problemas legales más adelante. Y dado que los proveedores tienen que introducir menos información manualmente, los sistemas digitales pueden limitar los errores humanos que podrían provocar retrasos en los pagos o disputas.

¿Qué funciones de autoservicio necesitan los proveedores? Los proveedores deben ser capaces de:



Gestionar sus propias cuentas. Una vez que los proveedores tienen acceso tras el registro, deben poder editar y controlar sus propias cuentas sin necesidad de ponerse en contacto con el equipo de asistencia. Esto resultará especialmente útil cuando los proveedores tengan nuevos usuarios que se incorporen o se den de baja. Asignar un rol de administrador permite a alguien del equipo de proveedores gestionar los permisos de usuario, las cuentas y las contraseñas.



Accede al portal en múltiples dispositivos y canales. Los proveedores no siempre estarán en su escritorio u ordenador. Si están en fábrica o en las instalaciones, tendrán que acceder al portal en otro tipo de dispositivo. Proporciona acceso multicanal ininterrumpido en cualquier dispositivo, independientemente de la ubicación del proveedor.

15 al 20%

del total de llamadas que responde una organización corresponden a preguntas rutinarias sobre temas como el estado de sus facturas, pagos, etc.³



Accede y encuentra información relevante rápidamente. Puedes utilizar la tecnología de múltiples maneras para ayudar a los proveedores a descubrir y aprovechar con éxito los recursos disponibles y avanzar en la cadena de suministro. Además, permitir que los proveedores encuentren información como pedidos, facturas y pagos reduce rápidamente la carga de soporte de tu personal con herramientas como:

- **Bases de conocimiento y preguntas frecuentes.** Reúne las preguntas y los temas más frecuentes sobre las reglas de contratación en una base de conocimientos o una página de preguntas frecuentes y permite a los proveedores buscar y filtrar fácilmente las respuestas según sus necesidades.
- **Resultados de búsqueda y recomendaciones personalizados.** Obtén resultados de búsqueda relevantes al aprovechar las funciones de segmentación. Puedes mostrar determinados resultados en función del puesto, el tipo de proveedor, el historial de búsqueda anterior, la ubicación, etc. Al ofrecer respuestas más personalizadas, los proveedores deberían poder obtener toda la información que necesitan sin ponerse en contacto con un equipo de soporte. Por ejemplo, si un proveedor vende principalmente chips semiconductores a un fabricante de teléfonos inteligentes, puedes priorizar el contenido y los resultados de búsqueda relacionados con los semiconductores.
- **Las herramientas modernas,** como AA/IA aplicada, también facilitan la segmentación de los resultados y el contenido en función del comportamiento de búsqueda de los usuarios que tienen un rol o segmento similar.
- **Vinculación de documentos e información relacionados.** En lugar de los proveedores buscando documentación en sus correos electrónicos o sistemas externos, un portal de proveedores debería ser capaz de compilar y vincular información relacionada. Por ejemplo, si un proveedor busca fácilmente un pedido específico, también debe ser capaz de acceder a las comunicaciones relacionadas.
- **Foros.** Ofrece a los proveedores la posibilidad de publicar preguntas y buscar entre los problemas ya resueltos. Los foros no solo permiten a tus proveedores interactuar con tu organización, sino que también te permiten ver los desafíos y las preguntas que pueden tener. Por ejemplo, si varios proveedores publican información sobre cómo acceder a las predicciones de las previsiones, es posible que desees cambiar el lugar en el que se muestra esta información o ajustar el proceso de onboarding para destacar mejor esta función.

Descubre [cómo](#) cómo utilizar las funciones de búsqueda nativas de Liferay para guiar a los usuarios en la búsqueda del contenido que necesitan más rápido.

4. Digitaliza y automatiza los procesos de los proveedores

Sin una única interfaz que muestre las interacciones con los proveedores, puedes recurrir a los procesos manuales para gestionar tareas como el aprovisionamiento y el pago. Una DXP sólida integra herramientas importantes, incluidos tus ERP y CRM, lo que te permite digitalizar y automatizar estos procesos y mejorar la transparencia en general.

Una forma eficaz de automatizar es crear flujos de trabajo personalizados para tu exclusiva red de proveedores. Estos flujos de trabajo pueden pasar información a diferentes sistemas sin necesidad de que salgas del portal de proveedores. Por ejemplo, puedes crear flujos de trabajo para:



Captar las respuestas a los pedidos de compra y hacer un seguimiento de su estado para ver si han sido aceptados o rechazados.

Por ejemplo, puedes crear un flujo de trabajo para seguir el progreso de los pedidos de compra, generando un acuerdo de nivel de servicio que active recordatorios automáticos para los proveedores si no hay respuesta en cinco días laborables. Si transcurren otros cinco días laborables, el sistema puede volver a generar y redirigir automáticamente el pedido de compra a un proveedor alternativo.



Permitir que los proveedores puedan ver los cambios requeridos en una factura. Si rechazas una factura o necesitas hacer modificaciones, los proveedores pueden ver qué se debe cambiar y efectuar las actualizaciones necesarias sin salir del portal de proveedores.



Dividir automáticamente los pedidos que requieren preparación de pedidos de diferentes proveedores. Al enviar una orden de compra que necesita la atención de varios proveedores, puedes establecer un flujo de trabajo con el que dividir sin problemas el pedido en subpedidos para que los preparen de forma independiente.

5. Supervisa y mejora el rendimiento de proveedores

¿Sabes cuáles de tus proveedores tienen un buen rendimiento y con cuáles te gustaría continuar tu relación laboral?

Un DXP sólido puede ayudarte a obtener información sobre el rendimiento de los proveedores para y ayudarte a tomar decisiones estratégicas:



Definir acuerdos de nivel de servicio y proporcionar métricas para flujos de trabajo, como se mencionó en el caso de uso anterior. Si los proveedores no cumplen los acuerdos de nivel de servicio o los objetivos establecidos, puedes decidir si mantener la relación o buscar un proveedor alternativo capaz de alinearse con los acuerdos establecidos.



Información de EDI, que muestra métricas como el tiempo de cumplimiento y la precisión. El uso de información EDI integrada te permite identificar y priorizar proveedores fiables para una colaboración continua.



Integración con sistemas de análisis back-end. Tu portal de proveedores puede conectarse a BI u otras herramientas de análisis existentes, proporcionando una interfaz unificada para mostrar métricas e informes.

El rendimiento de los proveedores es solo una cara de la moneda: tus proveedores también deberían poder realizar comentarios sobre tu portal de proveedores y cómo se puede mejorar para ofrecerles un mejor servicio.



Fomenta la participación de los proveedores y establece relaciones más sólidas con ellos ofreciéndoles la oportunidad de compartir sus opiniones y peticiones.



Recopila comentarios y sugerencias de mejoras a través de formularios de encuestas. En última instancia, tu portal de proveedores será tan exitoso como lo estimen tus proveedores.

Trabaja de forma más eficiente con tus proveedores utilizando Liferay DXP

Para llevar a cabo estos cinco casos de uso, necesitarás un DXP sólido que sea capaz de proporcionar tanto la información necesaria que necesitas en tus sistemas back-end como la capacidad de agilizar los procesos dentro de esos sistemas.

Con Liferay DXP, obtienes una plataforma que te permite crear un portal de proveedores que se adapte a tu exclusiva red de proveedores. Utiliza las sólidas funciones de creación de sitios y la arquitectura flexible de Liferay DXP para crear una interfaz que esté por encima de tus sistemas existentes y que te ofrezca una visibilidad crucial de las interacciones con tus proveedores.



Descubre cómo Liferay puede ayudarte a potenciar tu negocio:

www.liferay.com/supplier-portals

Experimenta el poder de Liferay DXP con una demostración:

www.liferay.com/request-a-demo





Liferay ayuda a las organizaciones a resolver sus desafíos digitales a través de soluciones omnicanales reales como: intranets, portales, commerce y soluciones de integración. Nuestra plataforma es open source, lo que hace posible una mayor fiabilidad, innovación y seguridad. Nuestra empresa intenta dejar una impronta positiva en el mundo, a través del negocio y de la tecnología. Miles de organizaciones del sector financiero, salud, gobierno, asegurador, retail, industria y otros muchos mercados utilizan Liferay. Liferay: Una plataforma. Infinitas Soluciones.

© 2024 Liferay, Inc. Todos los derechos reservados.