



HELZBERG DIAMONDS

PANORAMA GENERAL

- ▶ Subsidiaria de Berkshire Hathaway (NYSE: [BRK](#))
- ▶ Más de 260 tiendas en 38 estados
- ▶ Empleados: 2,500

En el año 2005, Helzberg Diamonds, una empresa ampliamente reconocida en la industria joyera, celebra su 90º aniversario. Esta compañía, una de las principales minoristas de joyas del país, tiene su sede en Kansas City, Missouri, y administra más de 260 tiendas en 38 estados.

EL DESAFÍO

Helzberg Diamonds se enorgullece por ofrecer un valor excepcional y un servicio personalizado al cliente. Por eso, cuando la compañía decidió que HSBC Retail Services sería el socio adecuado para administrar su programa de tarjeta de crédito de empresa privada en curso, consideramos que era esencial que la transición pasara sin contratiempos para los empleados de sus tiendas minoristas y, lo que es más importante, para sus clientes.



“La conversión de nuestra tarjeta de crédito de empresa privada a HSBC Retail Services requirió un gran esfuerzo coordinado entre Datavantage (el proveedor del sistema de software de nuestra empresa), el equipo técnico de HSBC Retail Services y nuestro equipo interno de Tecnología de la Información (IT). HSBC Retail Services hizo un excelente trabajo al conjuntar sus fuerzas con las nuestras y con las de Datavantage para garantizar que las fases de diseño, desarrollo, pruebas, pilotos e implementación se llevaran a cabo sin problemas. Cuando surgieron desafíos, el equipo de HSBC Retail Services trabajó conjuntamente con nosotros para afrontarlos de manera rápida y eficiente, garantizando el cumplimiento de nuestros plazos y compromisos”.

– Laura Kirsner,
Vicepresidenta Ejecutiva y Directora Financiera,
Helzberg Diamonds

LA OPTIMIZACIÓN

Helzberg Diamonds eligió a HSBC Retail Services gracias al alto nivel de servicios profesionales que ofrecemos a sus tiendas y a sus clientes, además de por nuestras prestaciones de respaldo a los sistemas mejorados. La conversión de plataformas es una de las especialidades – de HSBC Retail Services; nuestras propias tecnologías y estrategias nos permiten responder rápidamente a las necesidades comerciales de nuestro socio.

Nuestro primer paso en la transición fue conversar con todas las partes involucradas para determinar el funcionamiento del modelo comercial de Helzberg Diamonds. Luego, elaboramos una Descripción del trabajo para definir las principales cuestiones comerciales. Juntos, hicimos un borrador de un cronograma de conversión el cual consistió en determinar las fechas clave para cada componente necesario para el lanzamiento del programa. Llevamos a cabo numerosos debates e intercambiamos perspectivas tecnológicas con el proveedor externo a cargo del procesamiento de Helzberg Diamonds con el objetivo de comenzar a desarrollar el nuevo software de POS de la compañía. A lo largo del proceso de lanzamiento, HSBC Retail Services, Helzberg Diamonds y el proveedor externo encargado del procesamiento mantuvieron una línea abierta de comunicación y demostraron un fuerte compromiso con las reuniones semanales de seguimiento.

Debido a que todos nuestros sistemas y capacidades se manejan internamente, la división de Estrategias de Internet de HSBC Retail Services ya había comenzado a elaborar los planes para desarrollar capacidades de preselección por Internet que se podrían compartir entre varios comerciantes. En función de los intereses de Helzberg Diamonds, los equipos técnicos y comerciales de HSBC Retail Services aceleraron su programa de trabajo, para hacer que el sitio web con las nuevas funciones estuviera disponible a tiempo para el lanzamiento de Helzberg Diamonds.

Las reuniones de las tiendas se realizaron al principio del proceso para que, conjuntamente con Helzberg Diamonds, el equipo de capacitación especializado de HSBC Retail Services pudiera brindar a los empleados de las tiendas Helzberg Diamonds una amplia capacitación sobre la nueva plataforma de sistemas.

LOS RESULTADOS

Al comienzo, HSBC Retail Services empleó la metodología de lanzamiento Six Sigma, que se enfoca en la comunicación, la documentación y las prácticas más eficaces registradas en lanzamientos anteriores exitosos. La estrategia de lanzamiento para que cada tienda Helzberg Diamonds adoptara la plataforma y los procesos operativos nuevos se puso a prueba durante un período de seis semanas antes del lanzamiento del programa en todas las tiendas.

Cuando se realizó el lanzamiento del nuevo programa a fines de septiembre, la conversión de Helzberg Diamonds a la plataforma y los procesos operativos nuevos se desarrolló sin contratiempos para los clientes de Helzberg Diamonds o los empleados de sus tiendas. Su canal de respuesta de preselección por Internet se había implementado y estaba funcionando según lo acordado. Cerca del 5 por ciento de los clientes que aceptaron la oferta previamente aprobada respondieron por Internet en el plazo establecido.

El nuevo programa de crédito de empresa privada se tradujo en decisiones de crédito más rápidas, líneas de crédito más elevadas para los clientes, mayores índices de aprobación y la capacidad de ofrecer a los clientes promociones de crédito a más largo plazo. Todo esto contribuyó a un incremento de las ventas de Helzberg Diamonds. Al compararse las ventas de la tienda de octubre de 2003 y de igual mes de 2004, se observó que el nuevo programa había generado

- ▶ un incremento del 35% en las ventas a crédito
- ▶ un incremento del 126% en la cantidad de solicitudes
- ▶ un incremento de 11 puntos en el índice de aprobación de crédito
- ▶ un incremento del 20% en la línea de crédito promedio

