

# Contenido

Presentación	xiii
Prefacio	xv
El paso del comercio electrónico al e-business	xvi
¿Por qué es diferente este libro?	xvi
¿Quiénes deben leer este libro?	xvii
Cómo está organizado este libro	xviii
Reconocimientos	xix

## **CAPÍTULO UNO** DEL COMERCIO ELECTRÓNICO AL E-BUSINESS 1

Enlace de los negocios de hoy con la tecnología del mañana	4
e-Business = transformación estructural	6
El e-business requiere modelos de negocios flexibles	8
Cuestionar las definiciones tradicionales del valor	11
Definir el valor en términos de la experiencia total del cliente	14
Comunidades de e-business: establecer la corriente de valor de principio a fin	17
Integrar procesos de principio a fin: creación de la nueva tecno-empresa	20
Es necesaria una nueva generación de líderes de e-business	23
Memorando para el director general	25

## **CAPÍTULO DOS** CÓMO DETECTAR TENDENCIAS DE E-BUSINESS 27

Incremento la rapidez del servicio: para el cliente, el tiempo es dinero	30
--	----

Otorgue al cliente la autoridad: el autoservicio	32	
Ofrezca soluciones integradas, no productos individuales	33	
Integre sus ventas y servicio: la personalización e integración		35
Facilidad de uso: haga que el servicio al cliente sea consistente y confiable	36	
Proporcione un cumplimiento de pedidos flexible y un servicio de entrega oportuno	37	
La maquila: enfoque sus esfuerzos en la marca, no en la producción	39	
Aprenda a utilizar la subcontratación, no se puede ser bueno en todo	40	
Incrementalmente la transparencia de los procesos: destruya la caja negra	41	
Aprenda las tendencias para conservar a sus empleados	42	
Aplicaciones empresariales integradas: enlace a la corporación		43
Fusione voz, datos y vídeo	44	
Integración multicanal: vea el panorama completo	46	
Las aplicaciones inalámbricas generalizadas	47	
Middleware: apoyo a la demanda de integración	48	
¿Qué tienen en común todas estas tendencias?	49	
Memo para el director general	49	

**CAPÍTULO TRES****PIENSE EN EL MODELO DE E-BUSINESS, NO SÓLO EN LA TECNOLOGÍA** 53

Cómo construir un modelo de e-business	55	
El primer paso del modelo de e-business: el autodiagnóstico		57
El segundo paso del modelo de e-business: cambiar completamente la cadena de valor	59	
El tercer paso del e-business: elegir un enfoque definido		61
Estudio de un caso: la excelencia en el servicio de American Express	65	
Estudio de un caso: la excelencia operativa en Dell Computer		69
Estudio de un caso: innovación continua en Cisco Systems		73
Lecciones aprendidas sobre el modelo de negocios	76	
Memorando para el director general	78	

**CAPÍTULO CUATRO****LA CONSTRUCCIÓN DE LA ARQUITECTURA DEL E-BUSINESS** 81

¿Por qué es importante la integración de aplicaciones?		84
La nueva era de las aplicaciones multifuncionales integradas	91	

La integración de grupos de aplicaciones en una arquitectura de e-business	101
La alineación del modelo de e-business con la integración de aplicaciones	105
Memo para el director general	107

**CAPÍTULO CINCO**
**ADMINISTRACIÓN DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE:  
LA INTEGRACIÓN DE PROCESOS PARA CONSTRUIR  
RELACIONES 109**

¿Por qué administración de la relación con el cliente?	110
Qué es la administración de la relación con el cliente	111
Organizarse en torno del cliente: la nueva arquitectura de CRM	116
Requerimientos de respaldo de la siguiente generación de infraestructura de CRM	122
Retos organizacionales en la implementación de CRM	126
Tendencias de la CRM de la próxima generación	127
La construcción de una infraestructura de CRM: la guía de un gerente	131
Memo para el director general	134

**CAPÍTULO SEIS**
**LA ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE VENTAS:  
LA TRANSFORMACIÓN DE LAS VENTAS EN UNA  
ADQUISICIÓN INTERACTIVA DE PEDIDOS 137**

Definición de la administración de la cadena de ventas	138
Las fuerzas de negocios que motivan la necesidad de la administración de la cadena de ventas	143
Las fuerzas tecnológicas que motivan la necesidad de la administración de la cadena de ventas	147
La administración del proceso de adquisición de pedidos	151
Cisco y la administración de la cadena de ventas	153
Elementos de la infraestructura de la cadena de ventas	155
Custom Foot: la transformación de las ventas de zapatos con tecnología	160
Memo para el Director General	162

**CAPÍTULO SIETE****LA PLANEACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES:  
LA COLUMNA VERTEBRAL DEL E-BUSINESS 165**

- ¿Por qué la dirección está dispuesta a pagar millones de dólares por las suites de ERP? 169
- La decisión respecto de la ERP = la planeación de la arquitectura de la empresa 172
- La aplicación para la ERP que sigue marcando el paso: el grandioso SAP 176
- El uso de la ERP en el mundo real 178
- La implementación de la ERP: enfrentar los problemas con inteligencia 184
- El futuro de las aplicaciones de ERP 188
- Memo para el director general 192

**CAPÍTULO OCHO****ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO:  
LA FUSIÓN INTEREMPRESARIAL 195**

- Definición de la administración de la cadena de abastecimiento 197
- Fundamentos de la SCM habilitada por Internet: la cadena de abastecimiento electrónica 101 202
- Fundamentos de la SCM habilitada por Internet: cadena de abastecimiento electrónica 201 205
- Fusión de la cadena de abastecimiento electrónica: la cadena de abastecimiento electrónica 301 210
- Cuestiones de administración de la fusión de la cadena de abastecimiento electrónica 213
- El futuro: las cadenas de abastecimiento electrónicas en el año 200X 217
- La administración de la cadena de abastecimiento: la guía para el directivo 225
- Memo para el director general 228

**CAPÍTULO NUEVE****EL ABASTECIMIENTO ELECTRÓNICO: LA SIGUIENTE  
OLA DE LA REDUCCIÓN DE COSTOS 231**

- La transición estructural: de las compras aisladas a la integración de procesos en tiempo real 232
- ¿Por qué es el abastecimiento una cuestión de la alta dirección? 235
- ¿Qué es exactamente el abastecimiento de recursos operativos? 237
- El problema de negocios del abastecimiento: la falta de integración de procesos 243
- Aplicaciones de abastecimiento integrado de la siguiente generación 245

Elementos de las soluciones de abastecimiento del lado de la compra	246
Las aplicaciones del lado de la compra para el profesional del abastecimiento	252
Elementos de las soluciones de abastecimiento del lado de la venta	254
La guía del gerente para el abastecimiento electrónico	256
Memo para el director general	263

**CAPÍTULO DIEZ****APLICACIONES DE OPTIMIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO:  
LA SIGUIENTE GENERACIÓN DE SISTEMAS DE APOYO  
A LA TOMA DE DECISIONES 265**

Aplicaciones del conocimiento: por qué son importantes	268
La optimización del conocimiento es un marco de trabajo de aplicaciones	269
Nuevas clases de aplicaciones de optimización del conocimiento	272
El uso de la optimización del conocimiento en el mundo real	280
Tendencias en la tecnología que impulsan las inversiones en marcos de trabajo de optimización del conocimiento	285
Elementos del marco de trabajo arquitectónico de la optimización del conocimiento	287
Tecnologías centrales: el almacenamiento de datos	288
Las tecnologías habilitadoras: el procesamiento analítico en línea	291
Una guía para elaborar el marco de trabajo de la optimización del conocimiento	293
Memo para el director general	296

**CAPÍTULO ONCE****DESARROLLO DEL MODELO DE E-BUSINESS 299**

Los retos de la creación de una estrategia de e-business	301
Guía para conducir a su compañía al e-business	307
Fase 1: la generación del conocimiento	309
Fase 2: evaluación de la capacidad	319
Fase 3: modelo de e-business	321
El modelo de e-business en acción: el caso de E*TRADE	324
Memo para el director general	329

## CAPÍTULO DOCE

TRADUCIR EN ACCIÓN LA ESTRATEGIA  
DE E-BUSINESS 331

La creación de un proyecto de e-business es asunto serio	337
Pasos básicos de la planeación del anteproyecto de e-business	340
Llevar a cabo los proyectos correctos: un anteproyecto para el establecimiento de prioridades	342
Unión de los componentes: el caso del anteproyecto de e-business	347
Elementos clave de un caso de negocios	349
Comunicar, comunicar, comunicar	351
Lista de verificación para la planeación del proyecto de e-business	353
Cómo hacer bien los proyectos: un anteproyecto de ejecución	354
Por qué fallan las iniciativas de e-business	357
Memo para el director general	358
Notas	363
Índice	369