

Plan estratégico para el crecimiento

Reconocimiento de los signos:
estímulo, respuesta y resultado

El estímulo

La necesidad de datos para permitir la puesta en práctica de iniciativas de crecimiento y eficiencia por parte de las pequeñas y medianas empresas (pymes) está potenciando un uso más eficaz de la tecnología*



76%

búsqueda y gestión de los datos correctos



54%

aumento de las ventas y las ganancias



51%

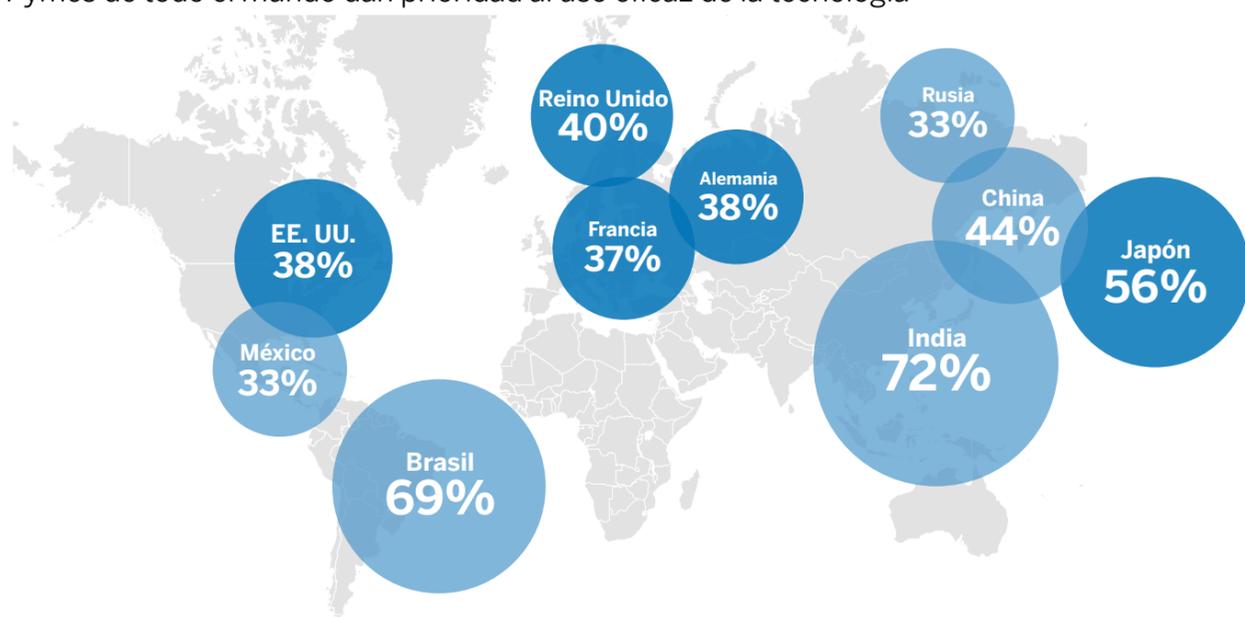
aumento de la eficiencia



48%

uso de la tecnología de forma más eficaz

Pymes de todo el mundo dan prioridad al uso eficaz de la tecnología



Casos prácticos de pymes para conseguir crecimiento y, a su vez, mantener la resiliencia

“ Cuando llegamos a los 50 millones de libras, el flujo de fondos de entrada y salida de nuestra cuenta y las disciplinas de las que disponíamos estaban integrados, lo que significa que nunca tuvimos que preocuparnos después de eso”.

Sean Zimdah
Cofundador de Aston Carter

“ Ahora se encuentra inmerso en el juego de luchar por grandes sumas de dinero contra las empresas líderes del sector”.

Brian Protiva
Cofundador y director ejecutivo de ADVA Optical Networking

“ Cuanto más se confíe en las tecnologías de ámbito general para inventar, crear y suministrar lo que se haga, más fácil resultará escalar”.

Thomas Eisenmann
Catedrático de la Unidad de gestión empresarial de la Escuela de Negocios de Harvard

La respuesta

La estrategia para la tecnología de nueva generación depende de usted



Ciclo de vida de adopción tecnológica**

El resultado

Aproveche la oportunidad, gestione el riesgo y mejore la eficiencia

Eficiencia operativa

Cierre financiero
Gestión de ventas
Gestión de inventarios y planificación de recursos de fabricación

Riesgo

Previsión y reaprovisionamiento colaborativo
Evaluaciones de cambio de ingeniería
Presentación de nuevos productos

Oportunidad

Actúe sobre la información más rápidamente a fin de adelantar una respuesta competitiva
Actúe sobre la información más rápidamente a fin de identificar nuevas oportunidades
Ajuste dinámicamente las tácticas de los programas de marketing a fin de optimizar el desempeño total del programa

Adopte tecnología no disruptiva para eliminar limitaciones y establecer procesos empresariales disruptivos para el mercado

El camino hacia el éxito con SAP HANA

Innovación más inteligente, procesos empresariales más rápidos e interacciones más sencillas.

Comuníquese con su socio de SAP para obtener más información.

* Encuesta realizada entre pequeñas y medianas empresas por Economist Intelligence Unit (EIU), julio/agosto de 2012. 10 países encuestados (Estados Unidos, Japón, Alemania, Reino Unido, Francia, Brasil, Rusia, India, China, Méjico). Número de encuestados: 1.072

** El ciclo de vida de adopción de tecnología está adaptado de: Geoffrey Moore, Crossing the Chasm: Marketing & Selling Disruptive Products to Mainstream Customers (Cruzando el abismo: marketing y venta de productos disruptivos a clientes estándar) (agosto de 2002)



The Best-Run Businesses Run SAP™