



## Crearea unei „foi de parcurs” tehnologice

În prezent, într-o lume supusă unor transformări rapide, există întotdeauna tehnologii noi și în curs de dezvoltare atractive pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri). Exemple în acest sens sunt telefoanele IP wireless, mesageria unificată și comunicațiile de tipul videoconferințelor – toate disponibile, în prezent, pentru IMM-uri. Aceste tehnologii sunt atractive pentru IMM-uri deoarece pot spori eficiența operațională, îmbunătăți productivitatea angajaților și asigura economii substanțiale – toate acestea constituind avantaje concurențiale.

Cu toate acestea, pentru a asigura utilizarea cu succes a tehnologiilor noi, înainte de realizarea oricăror investiții, fiecare IMM ar trebui să dezvolte un plan investițional – o „foaie de parcurs” care să se adecveze obiectivelor comerciale pe termen scurt și pe termen mediu și care să aibă asociate soluții specifice de tehnologizare care să contribuie la realizarea lor.

În general, IMM-urile dezvoltă doar arareori astfel de planuri pentru achiziția de tehnologii. În schimb, în mod tradițional, IMM-urile nu fac altceva decât să „adauge tehnologie” în scopul abordării unor probleme imediate. Acest tip de abordare poate facilita apariția unor diverse probleme generate de evoluția companiilor.

Cu alte cuvinte, în absența unei „foi de parcurs”, este posibil ca IMM-urile să ajungă în situația de a investi în tehnologii neadecvate la momente nepotrivite. În afară de faptul că poate conduce la utilizarea nejudicioasă a resurselor bănești, această abordare poate crea mai multe probleme decât acelea pe care ar trebui să le soluționeze implementarea de tehnologii.

Vestea bună este că procesul de elaborare a unei „foi de parcurs” necesită parcurgerea a doar patru pași.

### **Pasul 1: Identificarea problemelor comerciale curente și a celor potențiale**

Identificarea obstacolelor comerciale curente cele mai presante – și, probabil, a celor viitoare – poate ajuta IMM-urile să stabilească cu exactitate soluțiile tehnologice optime pentru soluționarea acestor probleme. Printre aspectele comerciale sensibile se numără:

- Îmbunătățirea eficienței operaționale
- Sporirea vitezei de reacție la cerințele clienților
- Reducerea costurilor operaționale
- Securizarea datelor

### **Pasul 2: Adaptarea soluției bazate pe tehnologii noi la problema cea mai importantă a companiei**

Planul de tehnologizare trebuie să coreleze problema comercială cea mai importantă cu soluția tehnologică specifică care are drept scop soluționarea sa.

De exemplu, dacă prioritatea principală este îmbunătățirea eficienței operaționale, IMM-urile ar trebui să aibă în vedere realizarea unor infrastructuri de rețea securizate. Astfel de platforme flexibile de comunicații vor facilita implementarea de rețele wireless, de rețele VPN pentru lucrul la distanță și a altor tipuri de instrumente de comunicații. Realizarea de infrastructuri de rețea securizate reprezintă un pas important către îmbunătățirea eficienței operaționale a IMM-urilor, permițând angajaților acestora să comunice mai ușor și mai eficient indiferent unde s-ar deplasa.

În mod similar, dacă prioritatea principală este reducerea costurilor operaționale, este posibil ca abordarea optimă să fie aceea bazată pe implementarea unor rețele convergente sau integrate, capabile să susțină traficul de voce, video și de date. Administrând rețele unice – abordare care prin natura sa contribuie la reducerea costurilor operaționale –, IMM-urile pot beneficia și de comunicații VoIP și de alte soluții de comunicații IP, care contribuie în mod semnificativ la reducerea costurilor pentru comunicații telefonice.

### **Pasul 3: Stabilirea fazei de evoluție în care se află compania**

În ce fază de evoluție este compania: în cea de formare/consolidare, în cea de extindere/dezvoltare, sau în cea de optimizare? Cunoașterea răspunsului corect la această întrebare poate ajuta la stabilirea principalei investiții tehnologice și a „foii de parcurs” celei mai adecvate evoluției IMM-ului în cauză.

În faza de formare/consolidare, IMM-urile urmăresc stabilizarea lor structurală. În acest caz, un aspect esențial este comunicarea eficientă – cu angajații, cu clienții și cu furnizorii. Prin urmare, „foaia de parcurs” tehnologică ar trebui să țină cont de necesitatea facilitării la maximum a accesului la informații, oferind clienților servicii de cea mai bună calitate și asigurând securizarea informațiilor.

Companiile aflate în faza de extindere/dezvoltare sunt deja consolidate și urmăresc eficientizarea și rentabilizarea proceselor comerciale. Printre aspectele vizate prin implementarea de tehnologii noi se poate număra și asigurarea capacității angajaților de a lucra de la domiciliu sau atunci când se deplasează. De asemenea, este posibil ca IMM-urile să trebuiască să ia în considerație și îmbunătățirea infrastructurilor de comunicații, care pot contribui la sporirea eficienței operaționale și la reducerea costurilor prin implementarea de comunicații IP.

În faza de optimizare, IMM-urile trebuie să fie capabile să se diferențieze de firmele concurente în relațiile cu clienții și cu furnizorii. Pentru a realiza acest lucru, principalele priorități le pot constitui implementarea managementului relațiilor cu clienții, automatizarea proceselor de vânzări și aplicațiile pentru centrele de preluare a apelurilor – care pot îmbunătăți partajarea informațiilor și sporiri viteza de reacție la cerințele clienților.

### **Pasul 4: Asigurarea faptului că opțiunea imediată de tehnologizare va ajuta la dezvoltarea viitoare a companiei**

Oricare ar fi tehnologiile considerate ca fiind necesare, IMM-urile trebuie să investească în soluții care pot contribui la realizarea obiectivelor pe termen scurt și care, în același timp, pot susține – în condițiile unor actualizări minime – cerințele pe termen lung impuse de evoluțiile viitoare.

Frecvent, IMM-urile preferă tehnologiile cele mai ieftine și capabile să satisfacă cerințele imediate. În general, acest tip de abordare se reflectă în achiziționarea de produse cu o gamă de capacități mai restrânsă decât cele ale altor produse. Cu toate acestea, este posibil ca, pe termen lung, această abordare să genereze costuri suplimentare și să fie consumatoare de timp. Un exemplu în acest sens sunt PC-urile. Pentru a economisi bani, unele IMM-uri achiziționează PC-uri echipate cu memorii cu capacitatea de 512 MB sau chiar mai mici, deși, pentru sume suplimentare relativ mai mici, ar putea dispune de PC-uri echipate cu memorii de 1 GB. Cu cât PC-urile dispun de memorii cu capacitate mai mare, cu atât se accelerează executarea aplicațiilor și se economisește mai mult timp. Obiectivul pe care ar trebui să-l urmărească IMM-urile ar trebui să fie valorificarea investițiilor în timp – nu limitarea excesivă a investițiilor.

Pentru a realiza cele mai bune investiții pe termen lung, toate companiile trebuie să se asigure că furnizorul avut în vedere oferă facilități de finanțare pentru soluțiile de tehnologizare propuse. În prezent, numeroși furnizori de tehnologie oferă opțiuni flexibile de finanțare și de leasing, adaptate în mod specific cerințelor IMM-urilor.

În plus, atunci când vizează o anumită soluție tehnologică, companiile ar trebui să țină cont de facilitățile disponibile privind serviciile și asistența tehnică asociate. Este preferabil să se opteze pentru un furnizor care poate asigura structurarea de sisteme și furnizarea continuă de asistență tehnică atât pentru upgrade-urile de software minore, cât și pentru cele majore. În unele cazuri, astfel de servicii pot fi oferite de distribuitorii locali ai companiei producătoare de tehnologie. De asemenea, în cazul IMM-urilor care dispun de resurse limitate, un aspect important este găsirea unui furnizor care poate asigura instruirea personalului tehnic în vederea întreținerii curente a echipamentelor achiziționate.

### **Discutarea opțiunilor disponibile**

IMM-urile nu trebuie să uite că nu funcționează ca entități izolate. Numeroase decizii sunt facilitate de discuții purtate cu reprezentanți ai unor firme de încredere: companii similare, parteneri de afaceri, furnizori, prieteni și chiar firme concurente. Odată ce decidenții unui IMM află care tehnologii funcționează sau, dimpotrivă, nu funcționează la alte firme, pot învăța din experiențele acestora, încorporându-le în propriile lor „foi de parcurs”.

Pentru informații suplimentare despre strategia Cisco Smart Business Roadmap – concepută special pentru IMM-uri și companii de dimensiuni medii–, accesați site-ul nostru Web de la adresa [www.cisco.ro/afacereata](http://www.cisco.ro/afacereata).