



10/05/2007 - SAP

SAP España consolidará en 2007 su modelo de ventas en el ámbito de las pequeñas

El objetivo de la filial para 2007 es incrementar el negocio en un 20%

SAP España ha anunciado que a lo largo de 2007 consolidará el modelo de ventas puesto en marcha a principios del año pasado, con el objetivo de potenciar su negocio en el área de pequeña y mediana empresa.

SAP sigue incrementando su negocio en el área de pequeñas y medianas empresas. En 2006 el 90% de los 318 nuevos clientes conseguidos por la filial correspondieron a esa área. Con ellos, SAP ya suma 1.676 pymes en su cartera de clientes, que representan más del 80% del total de la filial en nuestro país.

Esas cifras se han visto impulsadas por el nuevo modelo comercial puesto en marcha en 2006. Como parte de esa estrategia, la compañía reforzó su departamento de SME (Small and Medium Enterprises) en nuestro país, que actualmente tiene una plantilla de 25 personas. El crecimiento de ese departamento se sitúa por tanto en un 50% en comparación con los 13 profesionales con que contaba en 2005. Además, se ha impulsado el centro europeo de Televentas de Barcelona, inaugurado en abril de 2006, que incrementará su plantilla en más de un 100% a lo largo de este año.

Todas las iniciativas puestas en marcha en 2006 dentro de esa estrategia han propiciado que el crecimiento de la venta indirecta se situara en torno al 30%.

Según ha señalado el director de la división de Mediana y Pequeña

Empresa de SAP Iberia, Luis Valenzuela, *“Estamos muy satisfechos con los resultados obtenidos en 2006, que nos confirman que estamos en el camino correcto para lograr el objetivo que nos planteamos el año pasado de lograr que las ventas en el área de pymes representen el 40-45% de la facturación total de la compañía y de la filial en 2010. Sin duda, el nuevo modelo de ventas, por el que aumentamos el número de empresas a las que se podía dirigir nuestro canal y las vías de soporte a nuestros partners han demostrado su eficacia. En 2007 seguiremos trabajando en esa línea para que la venta indirecta siga creciendo”*.

Potenciar el negocio a través del nuevo modelo comercial

Los objetivos para 2007 se centran en incrementar las ventas y el número de nuevos contratos en el área de pymes en un 20% en las dos áreas de soluciones: SAP Business One y SAP All-in-One.

Para lograr esa meta, la filial trabajará con sus partners de canal con el fin de potenciar su capacitación a través de distintas iniciativas. La filial seguirá la senda marcada en 2006 en el área de certificación y formación de sus partners. En total se celebraron más de 17 sesiones sobre SAP Business One -en las que participaron más de 500 profesionales de sus partners- y más de 30 sesiones de SAP All-in-One –con más de 700 asistentes-. Los cursos han abarcado áreas tan diversas como ventas, soluciones SAP, aspectos de la industria, habilidades de ventas y preventas, y mejores prácticas SAP.

Además, la compañía seguirá avanzando en el despliegue de su programa de canal PartnerEdge. Actualmente ya hay un elevado número de partners certificados. Dentro del canal de SAP Business One, hay 3 Gold, 10 Silver, y 28 Associate y en SAP All-in-One, 3 Gold, 5 Silver, 10 Associate y 30

SSP (Solution Service Provider).

SAP Business One

En 2006 SAP España incorporó a su cartera un total de 218 nuevos clientes de SAP Business One, con lo que ya son 614 las empresas españolas que están utilizando esta solución.

España es uno de los países donde mejor se ha acogido esta solución. Actualmente, es el tercer país de Europa y el cuarto de todo el mundo en ingresos por ventas de SAP Business One. El grado de penetración y el nivel de despliegue de esta solución en nuestro país han llevado a la corporación a convertir a España en uno de los cuatro países de Europa, junto con Alemania, Gran Bretaña e Inglaterra, en los que más se va a invertir en el desarrollo y evolución de SAP Business One. Por ello, este año se lanzará al mercado una versión más avanzada y adaptada a las necesidades de las empresas de nuestro país.

Para impulsar la adopción de esta solución, SAP continuará potenciando el desarrollo de soluciones verticales por parte de sus partners. A finales de 2006 el número ascendía a 14, que cubren los sectores de transporte, textil, promociones inmobiliarias, servicios de limpieza, distribución y farmacia, entre otros, y para este año el objetivo es desarrollar 8 más. Además, la compañía trabajará junto con los 41 partners de SAP Business One para que aumenten el número de comerciales que dedican al negocio de SAP, para que la cifra total crezca en un 30%. Asimismo, la filial aumentará su canal geográficamente, fundamentalmente en Andalucía, y buscará nuevos socios en los sectores verticales en los que todavía no tiene una fuerte implantación.

Según Valenzuela, *“Desde que comenzamos a desarrollar nuestro canal, nuestro objetivo no ha sido el número de partners, sino la calidad. Esa es la máxima por la que nos seguimos guiando y, por ello, buscamos socios con un profundo conocimiento y experiencia en distintos sectores verticales”*.

SAP All-in-One

En 2006, el número de nuevos clientes de SAP All-in-One ascendió a 81, por lo que actualmente existen en nuestro país 1.062 empresas que utilizan estas soluciones. Como en el caso de SAP Business One, la filial colaborará con sus 48 partners del canal de SAP All-in-One para que aumenten el número de comerciales dedicados a sus soluciones en más de un 35%.

En cuanto al número de soluciones verticales creadas en 2006, ascendieron a 10 que cubren los sectores de construcción e inmobiliario, químico, comercio y distribución, alimentación, retail y producción textil, etc., por lo que el catálogo suma ya 57. Para este año el objetivo se ha fijado en 12 nuevas soluciones. Precisamente, el éxito alcanzado con el modelo de verticalización de SAP All-in-One ha propiciado que la compañía haya creado un Solution Center dentro del Grupo de Desarrollo, cuyo objetivo es acelerar el desarrollo de este tipo de soluciones. SAP creará soluciones verticales estándar, a las que añadirá las Mejores Prácticas en cada uno de los sectores, y sus partners añadirán su conocimiento y experiencia en sectores microverticales. De esta forma, se agiliza el proceso y se facilita la labor de desarrollo a los partners.