
Δελτίο Τύπου

Ημερομηνία:

12 Ιανουαρίου 2016

Υπεύθυνη:

Αλεξάνδρα Φιλιππάκη
Τηλ: 2106874490
Email: alexandra.filippaki@gr.pwc.com

Σελίδες:

3
Περισσότερες πληροφορίες [εδώ](#)
Follow/retweet: @PwC_Greece

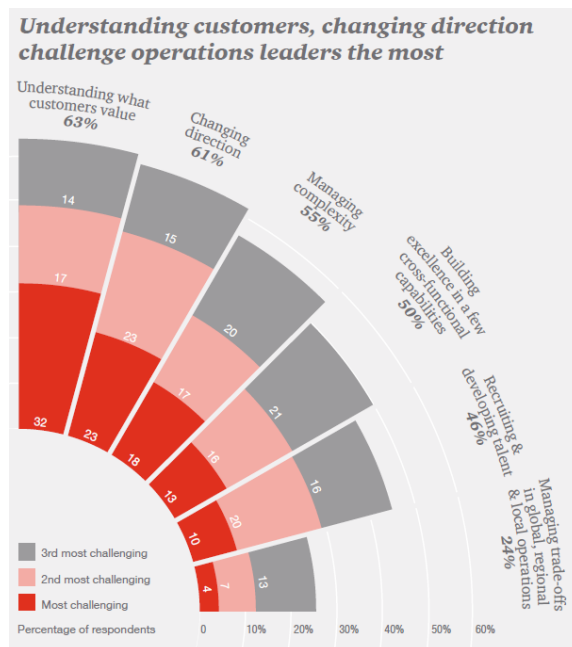
Η στρατηγική βρίσκεται μέσα στις διαδικασίες των επιτυχημένων εταιρειών

Στα επόμενα πέντε χρόνια οι αλλαγές στις συμπεριφορές των πελατών αναμένεται να επηρεάσουν την λειτουργία των επιχειρήσεων σε όλους τους κλάδους της οικονομίας. Ωστόσο, οι περισσότερες επιχειρησιακές λειτουργίες δεν έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να προσφέρουν στους πελάτες αυτό που οι ίδιοι εκτιμούν ως αξία.

Αυτό είναι ένα από τα κυριότερα συμπεράσματα της νέας έρευνας της PwC που δημοσιεύτηκε πρόσφατα και στην οποία έλαβαν μέρος 1.262 στελέχη από όλο τον κόσμο τα οποία συμβάλλουν στη λήψη αποφάσεων που διαμορφώνουν τις επιχειρησιακές λειτουργίες.

Σύμφωνα με την έκθεση [*Reimagining operations: Insights from PwC's 2015 Global Operations Survey*](#) το 61% των στελεχών πιστεύουν ότι οι αλλαγές στη συμπεριφορά των πελατών θα ανατρέψουν τις ισορροπίες της αγοράς μέσα στα επόμενα χρόνια. Από αυτούς, το 25% αυτών δηλώνουν ιδιαίτερα αισιόδοξοι ότι οι λειτουργίες τους έχουν σχεδιαστεί για να προσφέρουν αξία και μια μοναδική εμπειρία στους πελάτες. Το 63% των στελεχών δήλωσαν ότι η κατανόηση της έννοιας του τι έχει αξία για τους πελάτες αποτελεί πρόκληση για την επιχείρησή τους.

Ο Mark Strom, principal και επικεφαλής του τομέα λειτουργιών του παγκόσμιου δικτύου της PwC, σχολιάζει: «Το να γνωρίζουμε τι έχει αξία για τους πελάτες αποτελεί πραγματική και συνεχή πρόκληση για τα στελέχη των επιχειρήσεων. Συχνά, όταν λείπει αυτό το στοιχείο οι λειτουργίες καταπιάνονται με πολλά και διαφορετικά πράγματα με αποτέλεσμα να μην αποδίδουν σε κανένα από αυτά. Όταν μια ομάδα αποφασίζει να καινοτομήσει, έρχεται σε ευθεία σύγκρουση με κάποια λειτουργική ανάγκη για μείωση του κόστους –ή δημιουργεί μια νέα περίπλοκη κατάσταση που είναι δυσκολότερο να τη διαχειριστεί».



Για να εξασφαλίσουν τόσο την τωρινή όσο και τη μελλοντική τους επιτυχία, οι εταιρείες πρέπει να σχεδιάσουν τις λειτουργίες τους έχοντας στο επίκεντρο τον πελάτη. «Κατά αυτόν τον τρόπο, οι ομάδες των επιχειρησιακών λειτουργιών μπορούν να λαμβάνουν πιο γρήγορες αποφάσεις μπροστά σε αναπόφευκτες αλλαγές», προσθέτει ο Strom.

Οι εταιρείες σχεδιάζουν να κάνουν ακόμα περισσότερα από το να βελτιώσουν απλώς τις υπάρχουσες διαδικασίες τους

Πάνω από τα μισά στελέχη που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι δεν αρκεί να βελτιώσουν τις υπάρχουσες διαδικασίες για να αναβαθμίσουν τις λειτουργίες των εταιρειών τους. Το 61% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι η προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των διαφόρων εταιρικών λειτουργιών μπορεί να συμβάλει τα μέγιστα στην επίτευξη των στρατηγικών τους στόχων.

Σύμφωνα με τον Brad Householder, principal και επικεφαλής του τομέα παροχής υπηρεσιών διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας της PwC: «Τα στελέχη που βρίσκονται στην κορυφή της διοικητικής πυραμίδας (C-suites) έχουν μία πιο ευρεία αντίληψη για τις επιχειρησιακές λειτουργίες σε σχέση με τον παραδοσιακό τρόπο θεώρησης των λειτουργιών προμηθειών, παραγωγής και εφοδιαστικής αλυσίδας ή, για τον κλάδο των υπηρεσιών, σε σύγκριση με τον παραδοσιακό διαχωρισμό σε κύριες, ενδιάμεσες και υποστηρικτικές υπηρεσίες (front, middle και back office). Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ανεξαρτήτως κλάδου πλέον αντιμετωπίζουν λειτουργίες όπως είναι η κατανόηση των πελατών, το μάρκετινγκ, οι πωλήσεις, η υποστήριξη και η ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών ως μέρος των επιχειρησιακών λειτουργιών».

Όμως δεν αρκεί απλώς μια ευρύτερη θεώρηση των επιχειρησιακών λειτουργιών από την ανώτατη βαθμίδα της διοίκησης για να γίνει η στρατηγική κτήμα του συνόλου του οργανισμού. Μόλις το ένα τρίτο των εταιρειών δίνουν έμφαση σε ορισμένες διαλειτουργικές δεξιότητες σε επίπεδο εταιρείας. Οι υπόλοιπες στην πλειοψηφία τους έχουν στεγανά, με την κάθε λειτουργία να αποφασίζει μεμονωμένα ποιες είναι οι πιο σημαντικές δεξιότητες για την ίδια.

Η ίδια η διαχείριση των επιχειρησιακών λειτουργιών αναπροσδιορίζεται

Σημαντικό συμπέρασμα της έρευνας είναι και το γεγονός ότι οι εταιρείες αρχίζουν να συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο ότι για να μπορέσουν να ανταποκριθούν στην επερχόμενη αλλαγή, χρειάζεται να επικεντρωθούν σε λίγες αλλά στενά συνδεδεμένες δεξιότητες. Έως το 2018, το 43% των εταιρειών που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι σκοπεύουν να ακολουθήσουν αυτόν τον δρόμο. Εάν επιτύχουν, θα αλλάξουν σημαντικά το τοπίο του ανταγωνισμού και θα δημιουργήσουν ακόμη και τους ισχυρότερους παίκτες της αγοράς.

Εξετάσαμε αυτή την ιδέα αναλύοντας τις εταιρείες του δείγματος που δείχνουν τη μεγαλύτερη έμφαση στη στρατηγική, οι οποίες αποτελούν περίπου το 15% αυτού.¹ Υπάρχουν ορισμένα στοιχεία που τις διαχωρίζουν από τις υπόλοιπες. Το πρώτο είναι ότι είναι πολύ πιο πιθανό να εστιάσουν στη δημιουργία δεξιοτήτων που τις διαφοροποιούν από τις υπόλοιπες με στόχο την εξασφάλιση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (51% έναντι 29%). Επίσης, είναι πολύ πιο σίγουρες ότι θα επιτύχουν ένα ευρύ φάσμα στόχων απόδοσης και στόχων που σχετίζονται με τα έσοδα και το κόστος. Αυτό είναι το στοιχείο που βοηθά τις εταιρείες ταυτόχρονα στο να προωθήσουν τη στρατηγική τους, να προσφέρουν μια μοναδική εμπειρία στους πελάτες τους και να προσαρμόζονται στις αλλαγές.

Σύμφωνα με τον Rodger Howell, principal της Strategy&: «Εν όψει της ανατροπής που αναμένεται στο μέλλον, οι εταιρείες χρειάζεται να επικεντρώσουν τις προσπάθειές τους σε ένα μικρό αλλά συνεκτικό σύνολο δεξιοτήτων. Έτσι, θα μπορέσουν να ευθυγραμμίσουν τις επιχειρησιακές λειτουργίες με τη στρατηγική της εταιρείας και θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών».

¹ Ως εταιρείες που έχουν στο επίκεντρο τη στρατηγική θεωρήθηκαν οι εταιρείες που στήριξαν σε μεγάλο βαθμό τις ακόλουθες ενέργειες στην εταιρική στρατηγική: συμμετοχή των επικεφαλής των επιχειρησιακών λειτουργιών σε στρατηγικές αποφάσεις για προϊόντα και υπηρεσίες, χρηματοδότηση έργων βελτίωσης των επιχειρησιακών λειτουργιών με βάση την εταιρική στρατηγική και αξιολόγηση και επιβράβευση των στελεχών των επιχειρησιακών λειτουργιών με βάση τους στρατηγικούς στόχους της εταιρείας.



Σημειώσεις

Η έκθεση *Reimagining operations: Insights from PwC's 2015 Global Operations Survey* βασίζεται σε έρευνα στην οποία συμμετείχαν 1.262 στελέχη από όλο τον κόσμο και όλους τους κλάδους που συμμετέχουν στη λήψη των αποφάσεων που διαμορφώνουν τις επιχειρησιακές λειτουργίες. Οι ερωτηθέντες συνέβαλαν στην έρευνα καταθέτοντας τη δική τους εμπειρία όσον αφορά τη διοίκηση των λειτουργιών των οργανισμών τους.

Σχετικά με την PwC

Στην PwC, στόχος μας είναι η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης στην κοινωνία και η επίλυση σημαντικών προβλημάτων. Είμαστε ένα δίκτυο εταιρειών σε 157 χώρες με περισσότερα από 208.000 στελέχη που δεσμεύονται να παραδίδουν ποιοτικό έργο στις ελεγκτικές, φορολογικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες που αναλαμβάνουν. Πείτε μας τι έχει αξία για σας και μάθετε ακόμα περισσότερα στην ιστοσελίδα μας www.pwc.com.

Η επωνυμία 'PwC' αναφέρεται στο δίκτυο των εταιρειών μελών και/ή σε μία ή περισσότερες από τις εταιρείες μέλη, κάθε μία από τις οποίες αποτελεί μια ξεχωριστή νομική οντότητα. Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλούμε επισκεφθείτε το www.pwc.com/structure.

© 2015 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νόμιμων δικαιωμάτων