

Stratégie PME : IBM réunit plus de 300 partenaires lors de son tour de France

Paris - 10 févr. 2010: IBM, qui a mené son tour de France du 18 au 29 janvier sur six villes en France, a réuni plus de 300 partenaires. Cette initiative, conçue à la fois pour former et informer les partenaires aux offres IBM a permis de réaffirmer la stratégie PME d'IBM et l'ensemble des initiatives pour les entreprises de 100 à 1000 salariés.

L'ambition d'IBM auprès des PME et des ETI, avec l'ensemble de son écosystème, est de permettre à ces entreprises, compte tenu de la concurrence de plus en plus forte et de l'environnement économique actuel, de maintenir leur leadership, de mieux fonctionner et de renouer avec la croissance, d'être « smarter ».

Lancée en 2009, la vision Smarter Planet prend tout son sens auprès des entreprises de taille moyenne quand il s'agit de continuer d'investir tout en réduisant les coûts avec une infrastructure plus dynamique, de maximiser la performance de l'entreprise en travaillant plus intelligemment, en insufflant une certaine prédictibilité de l'activité, en pilotant mieux les décisions, en harmonisant le fonctionnement de ses processus clés.

IBM a rencontré les directions générales de la plupart des partenaires en région. Ensemble, il a été défini clairement que la valeur ajoutée combinée d'IBM et des partenaires est un différenciateur majeur sur le marché des entreprises de moins de 1000 employés.

« Pour le groupe Sydel, remarque Olivier Tschaen, Directeur du Marketing, ce tour a permis une compréhension précise de la volonté d'IBM sur le marché des PME et ETI qui constitue la moitié de notre activité. Il va falloir nous renforcer car avec IBM, nous avons le potentiel de faire mieux. Outre la vision 360° présentée, l'accompagnement d'IBM permet de faire du long terme. Et c'est là précisément que se fait la différence auprès des clients. »

Le tour de France a permis d'éclairer sur la proposition de valeur d'IBM. Outre les investissements majeurs en co-marketing (130 millions de dollars pour le monde), les produits labellisés « express » existants, les douze solutions modulaires à venir (Software + hardware + financement IBM) dont la première a été annoncée le 18 janvier, les partenaires ont eu une vision 360° du portfolio IBM et ont pu suivre les ateliers dédiés aux offres logicielles, matérielles et services.

Comme le souligne Dominique Barbier, Directeur des Ventes Overlap pour la région Est *« cette journée a donné une meilleure visibilité sur l'organisation et la stratégie d'IBM vis à vis du monde des PME. Ce nouveau modèle d'organisation combiné à l'offre de solutions IBM, nous rend confiants et nous sommes convaincus que ces nouvelles synergies vont permettre d'aider les PME à investir pour plus de compétitivité. »*

À propos d'IBM

Apprenez-en plus concernant les nouvelles solutions d'IBM pour les PME, en cliquant [ici](#)
