

e-Diagnóstico SLM

El **e-Diagnóstico SLM** es una herramienta que permite conocer las áreas de mejora en su organización con una inversión mínima de tiempo. Se divide en **dos fases**, en la **primera** debe **responder** las preguntas planteadas en un **cuestionario**, eligiendo de entre las opciones posibles, aquella que más se aproxima a la situación actual de su organización.

CMI y otras herramientas de Management

¿Su organización cuenta con un Cuadro de Mando Integral? *

- Sí, contamos ya con un CMI con KPIs implantado desde hace más de 5 años
- Sí, contamos con un CMI con KPIs en fase de diseño y/o implantación
- No, pero sí que nos interesaría conocer las ventajas que ofrece un CMI
- No, y por ahora no interesa a nuestra organización conocer sus ventajas y beneficios

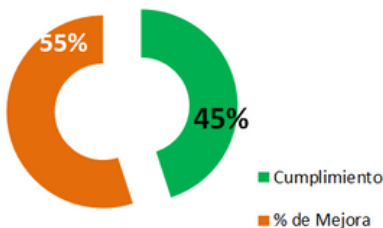
La **segunda fase** consta de una reunión para presentar los datos obtenidos en el e-Diagnóstico SLM y las sugerencias de mejora identificadas por el equipo de consultores senior de SLM Network.

Caso real

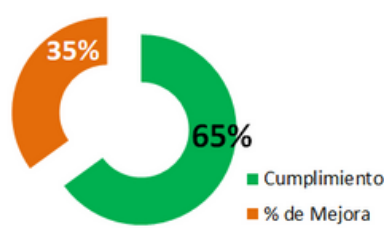
Empresa del sector Telecomunicaciones, Energía y Medioambiente

Resultados del e-Diagnóstico SLM:

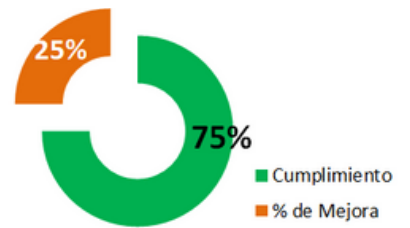
[CMI & Management Tools]



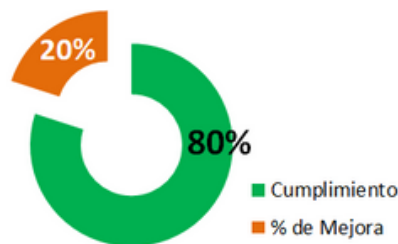
[Estrategia & Operaciones]



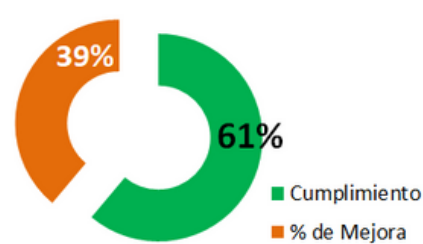
[Gestión & Optimización]



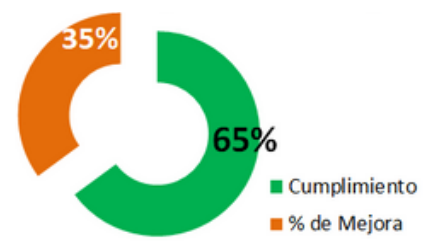
[Expansión & Financiación]



[Sostenibilidad (ESG) & Compliance]



[Totales (media general)]



Algunas sugerencias de Mejora presentadas durante la reunión mantenida:

- Alineación de Estrategia con las Operaciones, que permita llevar a nivel operativo de una manera más eficiente y directa el Plan Estratégico de la Compañía.
- Cuadros de Mando que permitan conocer la información, a ser posible en tiempo real, para realizar seguimientos y evaluaciones periódicas par poder realizar un mejor análisis de la situación actual, facilitando la toma de decisiones.
- Desarrollo de Acuerdos Estratégicos (Joint-Ventures) y fomento de nuevos canales comerciales, para no sobredimensionar la red comercial en plantilla, variabilizando los costes, o parte de estos, de la estructura de ventas en lugar de con costes fijos.