

ילד הפלא החדש של סאפ

כנס SAPPHIRE של סאפ עמד בסימן האסטרטגיה החדשה של החברה בתחום הענן, כאשר הקלף העיקרי עליו בונים בחברה הוא לארס דייגארד, שהצטרף באחרונה למועצת המנהלים של סאפ

כמו ניהול טאלנטים ומעקב אחר ביצועים", כתב דייגארד באחד הפוסטים שלו ברשת. "אם אתם רוצים באמת להפיק יותר על ידי חיבור היעדים העסקיים שלכם בין האנשים, יש צורך ביותר מסתם עוד תוכנה לניהול". הוא הוסיף, כי "שמנו לעצמנו מטרה לחולל מהפכה בעולם שוק עבודה, ולהגיע למצב שאנשים יחזרו לאהוב את מקום העבודה שלהם".

זה בדיוק מה שסאפ היתה צריכה בסוף העשור האחרון: החיבור בין האנשים לעסקים. להגיע ללבם של מנהלי קווי העסקים, שהטמיעו בבוקר סאפ והוציאו את זעמם עליה בערב בפאב או בישיבת ההנהלה. סאפ חיפשה דרך, בין היתר, להפוך את לקוחותיה לא רק למרוצים, אלא גם לשמחים יותר, וזאת עשו בעיקר הודות פשוטות התפעול של אפליקציות

SuccessFactors.

אז מיהו אותו ילד פלא? מדובר בילד דנמרק, בן 43 בסך הכל. העובדה שמקום הולדתו מזוהה ללא הרף אינה מקרית. גם ג'ים הגמן-סנבה, אותו מנכ"ל משותף בסאפ, הוא יליד אירופה. למרות שסאפ אמריקה רכשה את SuccessFactors, הרי שבהנהלת החברה מסמנים את ג'ים ולארי כ"מאפיה הדנית בסאפ".

דייגארד עשה את התואר הראשון שלו בדנמרק, וכעבור 16 שנים שבהן עבד בתפקידי ניהול שונים עבר לארצות



לארס דייגארד

הברית והשלים את לימודי התואר השני שלו. ב-2001 הקים את SuccessFactors שהפכה מהר מאד לסיפור הצלחה: ב-2007 היא הונפקה בנאסד"ק, וב-2010 כתב עליו מגזין פורבס, כי שכרו השנתי היה יותר מ-400 מיליון דולרים בשנה. הוא גבר נאה, חייכן, מלא בביטחון עצמי. בכנס באורלנדו שבה את לבם של כל המשתתפים. שני המנכ"לים המשותפים בסאפ לא הפסיקו לחבק אותו ולא הסתירו את הציפית הרבות שיש להם ממנו. מי שהביט בתוצאות הרבעון הראשון של סאפ ראה, כי מתוך 2.63 מיליארד אירו הכנסות - 627 מיליון אירו הגיעו מתוכנה, כאשר עסקי ה-HANA והמובייל כבר הניבו הכנסות של לא פחות מ-49 מיליארד אירו. עוד דיווחה החברה, כי עסקי הענן שלה, ערב רכישת החברה של דייגארד, גדלו ב-69%. בעלי המניות של סאפ מצפים כעת לגידול ניכר עם צירופו של הצעיר הדני להנהלה שלהם.

יש גם פרט קטן בצבעי כחול-לבן בביוגרפיה של המנהל המצליח: הוא מבין ודובר עברית. לשאלת אנשים ומחשבים לגבי מקור העברית ענה, כי "בעת שהייתי בניו יורק עברתי אצל ישראלים שניהלו חברה להובלות, ולאחר מכן פתחתי חברה משלי והמשכתי ללמוד".

יהודה קונפורטס

אחד המסרים המרכזיים בכנס SAPPHIRE שנערך בחודש שעבר באורלנדו, ארה"ב, היה האסטרטגיה החדשה של סאפ בנושא הענן. לדברי ג'ים הגמן-סנבה, מנכ"ל משותף בסאפ, "בתוך חמש שנים מרבית השוק הארגוני יעבור לענן". המדובר בחלק מתפיסת העסקים אונליין שסאפ הציגה בכנס, במסגרת חשיפת הפרדיגמה החדשה שלה.

כבר ביום השני לכנס חשפו ראשי סאפ את הקלף העיקרי שעליו הם בונים את ההשתלטות על עסקי הענן, בעיקר בתחום ה-SaaS - לארס דייגארד, שהצטרף לפני כשלושה חודשים למועצת המנהלים של סאפ. דייגארד הקים בשנת 2001 את SuccessFactors, שפיתחה שירותים ופתרונות כוללים בתחום משאבי אנוש וניהול, כחלק

מתפיסה כוללת להעצמת הארגון והגדלת היעדים העסקיים שלו. בהתחשב בעובדה שלפני קצת יותר מעשור לא רבים ידעו או האמינו ב-SaaS על אף שדובר על כך רבות, הרי שבהרבה מאוד מובנים הוא הפך לילד הפלא של עולם הענן. מחזור המכירות שלו גדל בכל שנה ב-75%. ערב מכירת החברה לסאפ עמד מחזור המכירות שלו על 364 מיליון דולרים. הוא משרת 3,500 לקוחות, המייצגים

כ-15 מיליון לקוחות אונליין, ב-168 מדינות וב-60 שפות בשיחה עם אנשים ומחשבים בכנס באורלנדו אמר, כי למרות שעדיין אין גרסה עברית לשירותים שהחברה נותנת, יש לה פעילות בישראל. המשתמשים הכבדים ביותר הם חברי הבורסה של נאסד"ק.

סאפ, שבמשך שנים לא רכשה אף חברה, סימנה את החברה של דייגארד כפוטנציאל לזירוז השתלטותה על הענן בדרך לעידן העסקים האלקטרוניים. בסוף 2011 הודיעה החברה על כוונתה לרכוש את SuccessFactors, ובתחילת 2012 הושלמה העסקה תמורת 3.4 מיליארד דולרים. מומחים רבים בשוק ההון העריכו, כי סאפ שילמה הרבה מעבר למחיר השוק הריאלי של החברה. אז מה באמת מחפשת סאפ ב-SuccessFactors?

בתוך הבאז סביב הענן, שרבים עדיין לא יודעים כיצד לגשת אליו, ה-SaaS הוא הסוכרייה המתוקה שלא מרתיעה אף מנמ"ד. עובדה: חברות ענק דוגמת SuccessFactors פועלות בכל העולם במשך עשור, וברשימת לקוחותיה נמצאים גדולי הארגונים המובילים בכל מגזר. לא מדובר ביישומים שוליים, כי אם בניהול קריטי של העסקים דרך הפריזמה של משאבי האנוש. זו הייתה ההמצאה הכי חשובה ש-SuccessFactors הביאה לעולם עם הקמתה. "עזבו אותנו מטרנדים