

בכנס את סיפור הלקוח של חברת מטריקס, המייצגת את ביזנס אובג'קטס בישראל. ביגר תיאר את תהליך הסבת כל מערכת הדו"חות של יס, שמשרתת כ-600 משתמשים, במשך 11 חודשים. לדבריו, מדובר בזמן שיא שאינו מקובל בדרך כלל בארגונים דומים, שם פרק הזמן הדרוש להסבה עלול להגיע לכמה שנים.

"נקודת המוצא שלנו הייתה שינוי פנימי ב-IT", אמר ביגר. "הגענו למסקנה שארגון IT צריך להבין את השפה העסקית של הלקוח. לכן, אנו עובדים כיום בשיטה של רפרטים: כל עובד IT שמטפל בלקוח בתוך החברה מכיר אותו היטב, יודע מה הבעיות שלו ויוצר מציאות שבה הוא חלק מאותו גוף שהלקוח מייצג. אם לא תבין את שפת הלקוח, אתה תדבר איתו בסינית - הוא לא יבין אותך ואתה לא תבין אותו". הוא הוסיף, כי "אנו עובדים בשיטה פרואקטיבית ולא ממתנינים שהלקוח יקרא לנו. אנו יוזמים רעיונות ופתרונות, וכשיש בעיה אנו יודעים לתת מענה מתאים. לא פעם, כשיש משבר באחת המחלקות - וזה קורה כל הזמן - הלקוחות בתוך הארגון יודעים שאנחנו איתם. אנחנו יודעים לעזור להם ולהיות איתם עד שהבעיה תיפתר".

עופר מלבסקי, סאפ: "8,000 רעיונות שתורגמו ל-69 מוצרים"

"יותר מ-8,000 רעיונות לפיתוח מוצרים חדשניים הוגשו לסאפ על ידי לקוחות ושותפים עסקיים בשנה האחרונה. 220 מהם אושרו, מתוכם 69 ישולבו במוצרים קיימים או יפותחו לפתרונות חדשים", אמר עופר מלבסקי - מוביל החדשנות בסאפ ישראל. הוא סיפר, כי "יצרנו מנגנון המבוסס על פורטל, אליו הוגשו כ-8,683 רעיונות בסך הכל. חלק מהרעיונות שהתקבלו הועברו לפיתוח במעבדות סאפ בישראל. אחד מהם, למשל, עוסק במערכת ניהול בסביבה קריטית". לדברי מלבסקי, התכלית של המהלך שתיאר היא לעמוד באתגר שהעמידו ארגונים בפני סאפ: צמצום טווחי השדרוגים. "סאפ כבר הודיעה שעד שנת 2020 היא לא תבצע שדרוגים", אמר. "את הצורך המתבקש לשינויים ועדכונים תרגמו לחדשנות טכנולוגית, שמשמעותה היא אריזה של השינויים בחבילה מוכנה עם המון יכולות. האפשרות הזאת קיימת בזכות הידע הרב שנצבר בסאפ לגבי שורה ארוכה של תעשיות, שאנו חולקים אותו כעת עם הלקוחות שלנו".



עופר מלבסקי

מלבסקי דיבר על המיצוב החדש של סאפ, והדגיש כי ענקית התוכנה אינה ממוקדת יותר רק ב-ERP, אלא במתן פלטפורמה כוללת שנותנת מענה לכל הצרכים. "סאפ מעודדת חדשנות ושמה לה למטרה לפשט את השימוש וההטמעה של מערכות IT בארגונים גדולים וקטנים", אמר.



מוטי הדס

בתחומים מרכזיים אחרים, כמו וירטואליזציה ותווכה. הוא ציין לסיכום, כי רד-האט מפעילה בארץ מרכז פיתוח, המעסיק כ-200 מהנדסים.

המפתח הוא תיעוש תהליך הייצור

"במידה מסוימת, ביצעה סאפ הפכה תעשייתית - עברנו למודל מתועש יותר של מערכות ארגוניות בלוח זמנים קצר יותר. המפתח הוא תיעוש של תהליך הייצור", אמר אלון בר, דירקטור בחטיבת השירותים הגלובליים של סאפ ישראל. לדבריו, "בזכות התיעוש הזה, יצרו סאפ ושותפיה הטמעות מהירות, שעונות על דרישות הלקוח. הפתרון מורכב מאבני יסוד הכוללות חומרים מוכנים מראש, ובכך מקצר את שלבי פיתוח. זה דומה יותר למוצר מדף. כאן באה לעזרתנו המתודולוגיה החדשה של סאפ, המבוססת על Best Practices, וכוללת גם את הרכיבים הישנים והמוכרים וגם תפיסות חדשות".

בחלק השני של הרצאתו, סיפר בר על פרויקט הטמעת מערכת PPM בחברת החשמל, שארך 12 שבועות בלבד. "הלקוח תקצב ותכנן את הפרויקט לתקופה ארוכה הרבה יותר. העובדה שהצלחנו לסיים את זה בזמן קצר כל כך היא מאוד משמעותית. זה חלק מהתפיסה החדשה של סאפ: לא עוד פרויקטים ארוכי טווח שמשרתים לכאורה את המטרות העסקיות שלנו, אלא להיפך. בזכות קיצור הזמנים יוכל הלקוח להתפנות לפרויקטים רבים נוספים ולהשקיע משאבים ברכישת כלים ופתרונות של סאפ".

"סאפ עוברת בשנים האחרונות ליישום ופיתוח פתרונות המבוססים על ידע רב מאוד שנצבר אצלה, לאחר יותר מ-20 שנות ניסיון במאות אלפי ארגונים", אמר אבי צור, סגן נשיא ומנהל חטיבת סאפ בנס טכנולוגיות. "באחרונה התמקדנו ב-Best Practices בהטמעת מערכות CRM הנשענות על שלוש רגליים: שיווק, מכירות ושירות. בזכות זאת, אנו מציעים ללקוחותינו כלים לתכנון ובניית קמפיילים, ניתוח תועלות, ניהול הזדמנויות, ביצוע פעילות מכירה, בניית תחזיות יעדים וניהול מערכת השירות - הכל על סמך ניסיון קודם בארגונים דומים. עובדה זו מביאה אותנו למצב שבו אנו יכולים להעמיד ללקוח מערכת בתוך שלושה חודשים".

לדברי צור, "המצגות שלנו מדברות בשפת הלקוח. גם אם אנו מדברים עם הלקוח כרגע על CRM, אנו יודעים לתת לו מפת דרכים קדימה, לפתרונות שיענו גם על יתר הצרכים שלו". הוא ציין, כי גם בתחום ה-CRM בולטת מאוד מגמת הניידות - פנים ארגונית וחוקן ארגונית, ואמר כי הפתרונות שסאפ מציעה מתממשים לעולמות המובייל והווב. כמו כן ציין, כי נכנסת לתחום ה-HANA ולעולם ה-BW.

איך מסבים מערכת ב-11 חודשים

עידו ביגר, מנהל תחום טכנולוגיות BI ורשתות חברתיות ביס, הציג