

גם את 2010 רצינו לסכם במשפט "היו הרבה אפליקציות", אבל שנת 2010 הייתה השנה של אפל. גוגל ניסתה להתחרות בפייסבוק עם הבאזז שלה, שנעלם כמו שהופיע, מיקרוסופט עדיין מנסה לדחוף את פאסט שיתחרה במנוע החיפוש של גוגל, אבל יותר מהכל - ב-27 בינואר 2010 הציג סטיב ג'ובס את המכשיר שגרם לכל בן אדם



שאינו טכנולוג וחובב מחשבים לאהוב את המחשב-ג'ובס הציג את ה-iPad שלנו, הטכנוקרטים, שנראה בדיוק כמו הניוטון מלפני 15 שנים, רק קצת רזה יותר ובעל מסך גדול יותר - אבל מה אנחנו מבינים? ה-iPad הוכיח לנו, לכולנו, שאפשר לאהוב את המחשב, וזכור הקטע מ"ארץ נהדרת" עם האי-בוי שמצטרף למשפחה ומתחבב על שני ההורים יותר מילדיהם האמיתיים. אז ה-iPad באמת היה סיפור הצלחה, אבל מה נגיד למה שהציג לנו סטיב ג'ובס ב-24 ביוני 2010? הוא הציג את ה-iPhone 4 - המכשיר שהצליח להביא לחברות הסלולר בארץ כל כך הרבה מזומנים, שהכסף זורם להן מהכיסים.

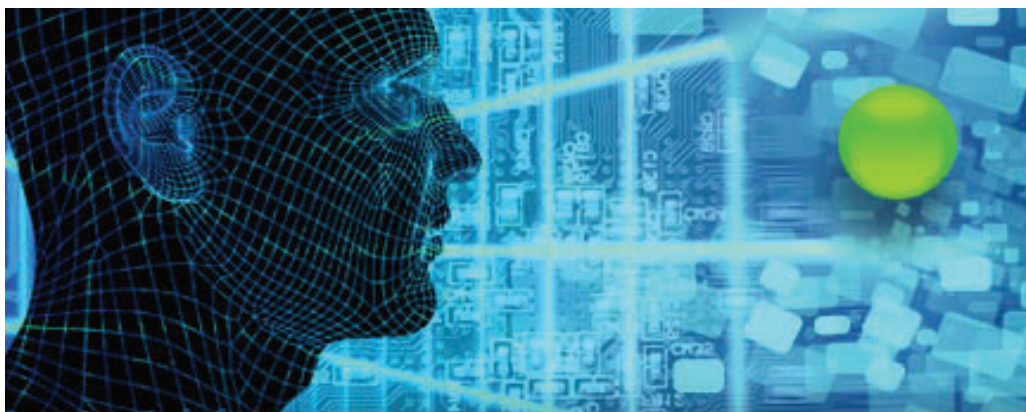
"האנשים האפורים בקצה המסדרון..."

עד לא מזמן אנשי המיחשוב נחשבו לאנשים אפורים. החדשנות הטכנולוגית שינתה את המציאות והיום מנהלי עסקים מבינים שה-IT נוצר כדי לשרת את העסק • הגיגים על תפקידו של המנמ"ר אז והיום

צבעים (טכנולוגיים ועסקיים), שיידע לזהות זאת בזמן ולפעול בהתאם, יוכל למזער נזקים ואף למנף את הסיטואציה למכירה. אז נכון, הטכנולוגיה פרצה לא מכבר את גבולות המרתפים האפורים, אבל היא עדיין אינה יכולה לצעוד לבד. עקב בצד אגודל,

בזמן אמת לצרכיו - תוך הפעלת תהליכים אינטגראטיביים בארגון - משפרות את פוטנציאל המכירות, בעוד שהעדר תכונות אלה מגדיל משמעותית את הסיכוי לנטישת לקוחות. אם פעם ההשפעה של אפקט ה"אוי" (חויית לקוח שלילית)

עד לא מזמן, האסוציאציה הראשונה שעלתה אצל רובנו כשדובר על אנשי טכנולוגיה הייתה אפורה. יחידות המיחשוב נתפסו ככאלו שמאפשרות ליוזמה עסקית לצאת לפועל. החיבור של מנהל עסקי עם מנהל מערכות מידע היה לצורך



ה"עסק" וה-IT מציעים את הארגון קדימה.

* פלורה לויין, מנכ"ל משותף, חברת B-Pro, flora.lewin@b-pro.pro

הייתה פי 5 מההשפעת אפקט ה"אוי" (חויית לקוח חיובית), הרי שהיום, בעידן הרשתות החברתיות והמדיה הדיגיטלית, היחס זינק גבוה כלפי מעלה. לקוחות לא מרוצים לא חוששים לפרסם זאת ולגרוף "לייקים". מחאה חברתית וחרם צרכנים מתעוררים בהינף פוסט אחד. ארגון עם "חיישנים" במגוון

"מימוש ותפעול" היוזמה העסקית. ה-IT נועד לשרת את העסק". השינויים המהירים בטכנולוגיה יצרו עידן חדש, שבו החדשנות הטכנולוגית היא זו שמעוררת, פעמים רבות, את הצורך אצל לקוחות הארגון. למנהלים העסקיים אין ברירה אלא להיענות לצרכים אלה. כתוצאה מהשינויים הטכנולוגיים המהירים ואימוצם על ידי הלקוחות, משתנה רף הדרישות של הלקוחות והם דורשים מענה לצורכיהם בזמן מינימלי, באיכות מקסימלית ובעלות סבירה. לפיכך, הפוקוס הפונקציונלי של יחידות המיחשוב עובר לאזורי השיווק, המכירות והשירות. ארגונים שזיהו את המגמה החלו לפעול ליצירת שותפות - חיבור ממשי של ה-IT עם ה"עסק", כדי למקסם את הפוטנציאל העסקי. ב-B-Pro אנו מאמינים שהחיבור הזה קריטי להצלחת הארגון. היום יותר מתמיד, אנו מבינים, שהקשבה ללקוח ויכולת תגובה

אנו, חברת B-Pro, חברת ייעוץ נייטראלית, מומחים בתכנון וליויי שינויים אסטרטגיים עם עומק טכנולוגי, הרבה בזכות הבנתנו העמוקה את החיבור בין ה"עסק" ל-IT. במהלך עבודתנו המשותפת, אנו מלווים את הארגון בהגדרה ותכנון של השינוי, תוך שאנו לוקחים בחשבון את האסטרטגיה העסקית של הארגון, התחרות והמגמות בשוק. ניסיונו הראה, שכך השינוי מוטמע בצורה הטובה ביותר ובהתאם למטרות העסקיות של הארגון. אנחנו מספקים שירותים בכמה תחומים:

- מידע עסקי וניהול ביצועים
- ניהול מערכות יחסים עם לקוחות
- הטמעת אסטרטגיה שיווקית ויצירת חויית לקוח
- התארגנות-מחדש של המחשוב הארגוני (מיזוגים ורכישות).