



עכשיו הם רוצים לעבור לשלב הבא. הם רוצים להיות מסוגלים לפרוס יישומים חדשים במהירות, ולהתחיל להשתמש במערכות חדשות וביישומים שיניבו הכנסות. הם צופים להפיק הכנסות מתוכן, אבל תוכן מבוסס על טכנולוגיה וזוהי משימה שאנחנו צריכים לעשות בסביבת ענן, ולעשות את זה מהר. אם הם לא יקבלו את זה מאיתנו מהר, או אם הם לא יעילים מבחינת מחירים, הם לא יהיו תחרותיים. כולם רוצים את מודל השירות העצמי.

זוהר רונן: דוגמה נוספת - אחת מחברות התוכנה הגדולות בעולם פנתה ל-BMC. את התוכנה שלהם הם מוכרים בדרך כלל בגישה רשמית מאוד, לפי כל כללי הטקס: נציג בכיר בחליפה ועניבה שבא לפגישה איתך ובסופו של דבר אתה קונה את חבילת התוכנה השלמה. עכשיו החברה הזו משוכנעת שהעיתיד טמון בלקוחות שנכנסים לאתר אינטרנט, מגדירים איזה מודול יישומים הם צריכים ומקבלים הצעת מחיר לפי מספר רישיונות, לפי מספר ימי שימוש או "אכול ככל יכולתך". הלקוחות מעוניינים תמיד לפרק את המחיר למרכיביו ואילו החברות, באופן מסורתי עשו כל מאמץ למנוע זאת מהלקוחות. עכשיו החברות האלו מרימות ידיים וסוף סוף אנו עדים ל"פירוק" המחירונים. הלקוחות יכולו לראות את מודל התמחור אבל כדי להבטיח שהחברה המספקת את התוכנה לא תפגע כלכלית, עלינו לדעת מה מודל העלויות שבבסיס התמחור.

בסיום השיחה חשוב לזוהר וליוורם לציין כי הוכח שהפתרונות של BMC מעניקים קפיצת מדרגה משמעותית לתהליכי ההתייעלות והחיסכון של ארגונים. הכלים הללו מאפשרים ניהול שקוף ומעל הכל - חיבור הצרכים העסקיים של הנהלות בארגונים עם צרכי גופי ה-IT שלהן.

מרכז פיתוח עם נוף לחרמון

מחלונות מרכז הפיתוח הצפוני של חברת התוכנה האמריקאית BMC, השוכן בפארק התעשיות בתל חי, רואים את החרמון. מרכז הפיתוח האסטרטגי הוקם, באצבע הגליל, לפני כעשר שנים ומועסקים בו כ-200 עובדים בתחום פיתוח התוכנה. התשתית המקצועית של מרכז הפיתוח בתל חי מבוססת במידה רבה על שיתוף פעולה רב שנים עם המכללה האקדמית תל חי והטכניון. במסגרתו שולבו בתוכנית הלימודים תכנים ומקצועות טכנולוגיים ספציפיים לתחומי הפעילות של BMC באופן שמאפשר לבוגרים להתמחות תוך כדי הלימודים ולהשתלב בקלות בעבודה בתום הלימודים.

לפרטים נוספים: 03-645111
יורם אלול 054-4955500, זוהר רונן 052-4286520

לסקר הטמיעו פתרון כלשהו למיכון המחשוב בארגון. כיצד עובדה זו מתיישבת עם המציאות שאתם רואים בשטח?

יורם אלול: הארגונים שמאמצים כלי מיכון נוטים לאמץ פתרונות למטרות ספציפיות. לאחר שאימצו כלי מסוים למטרה ספציפית, הם מבינים מה בעצם הם עשו. גם זוהר וגם אני לא מנסים לספר לארגון כיצד הוא יוכל לשנות לחלוטין את אופן ניהול המחשוב בארגון משום שכדי להשיג זאת, יש צורך במחזור מכירות ארוך מדי. לכן אנחנו אומרים ללקוח, נגיד שאתה מתמקד בשטח המדפים (אירוח שרתים). אנו נוכל לאפשר לך לנפק שרתים ולהעלות מהר יותר שרת חדש עבור המנויים המקוונים שלך. אנחנו נעשה את זה בשבילך.

האם אתם מבחינים במגמה כלשהי בתחום ה-MF?

זוהר רונן: בסקר עולמי, שנערך השנה על ידי BMC, בקרב חברות גדולות בארה"ב, אירופה והמזרח, עולה כי ל-Mainframe עדיין תפקיד מרכזי עבור אפליקציות ושירותים עסקיים מובילים בעולם, וכי מעמדו חזק, יציב, וקריטי כפלטפורמת מחשוב באירגוני "Enterprise". תוצאות הסקר אכן מתיישבות היטב עם הבחירות הטכנולוגיות וההצלחה שידענו בשנים האחרונות אצל לקוחותינו בישראל, יוון, וטורקיה. בחירות אשר ממוקדות מחד בקריטריונים מאוד גבוהים של איכות ומנגד בדרישה שהתוכנה תפחית את צריכת המשאבים של Mainframe-ה.

האם באמצעות הפתרונות של BMC לקוחות מגלים דרכים חדשות להגדלת ההכנסות או לפחות להגדלת התשואה על ההשקעה?

זוהר רונן: אחד המדדים החשובים הוא מידת הגמישות של הארגון או באיזו מהירות הוא מסוגל להגיב לבקשות לקיבולת נוספת או שירותים חדשים. בתרחישים הטובים ביותר אנו רואים שזמן התגובה הוא 40 יום בממוצע בארגונים מנהלים היטב עד 110 יום בממוצע בחברות ענק עם תקציב מחשוב של מיליארד דולר. את פרק הזמן הזה אפשר לקצר ליום אחד. שוחחתי פעם עם מנהל מידע ראשי שאמר שזה כמו עם פדקט. הם מתחייבים למסור את החבילה שלך תוך יום אחד, יומיים, שלושה או ארבעה ימים. המשמעות של קיצור הזמנים היא שלמפתחים יהיה יותר זמן לכתוב תוכנות חדשות ותוכניות השיווק יוכלו לצאת אל הפועל מהר יותר. זה ישפיע לא רק על השורה התחתונה והיעילות, אלא גם על השורה העליונה.

האם הלקוחות מספרים לכם על דרכים להרוויח יותר?

יורם אלול: כמובן. יש ל-BMC בעולם הרבה לקוחות בענף הביטוח. לפני שנה או שנתיים כולם נכנסו לפאניקה בגלל התשתית והגיעו למסקנה שהם חייבים להעלות את היצע המוצרים שלהם לאינטרנט. הדבר שאליו הם התכוונו בעצם היה לחדש את מודל הפצה. הם אמרו לנו, "אנחנו חייבים להעביר את הלקוחות שלנו לשירות אינטרנט. אנחנו לא רוצים יותר שיחות טלפוניות אלא לעשות כמה שיותר פעולות באינטרנט." הם כולם נתקפו בבהלה של העברת יישומי המשרד הקדמיים לאינטרנט ופישוטם עבור הצרכנים. לקוח אחד אמר לנו שרגע לפני שהם החליטו לרכוש את התוכנה שלנו, השירות שלהם באחת המדינות (של ארה"ב) הושבת למשך יומיים והם אפילו לא ידעו על כך. הם גילו זאת רק כאשר הגיעו הדיווחים והראו שההכנסות מאותה מדינה היו אפס.