



גדי שורצקוף

אגב מיזוגים ורכישות, ערב הכנס השנתי של STKI ידע הענף כמה רכישות, כאשר הבולטות שבהן היא רכישת NDS על ידי סיסקו ורכישת גלאסאס ישראל על ידי טלדור. למרות השוני שבין שתי העסקאות, אין ספק שהעיתוי אינו מקרי. שוק ה-IT הישראלי אינו צועד רק לשינוי במודל העבודה וההפצה של השירותים שלו, אלא צועד בצעדי ענק לעבר שינויים באופי השחקנים ובזהותם. על בסיס זה ניתן לומר, כי 2012 תהיה שנה מעניינת - וזה עוד לפני שאמרנו מילה על הנושא הכי מדובר באחרונה: הסייבר.

או שירותים מבוססי מיקום. בסך הכל, אומר ד"ר שורצקוף, המידע תופס את מקומו ליד כיסא הנהג, וצרכן המידע הוא זה שיקבע את הקצב במשחק הגדול הזה ששמו IT.

אלא שלתחזית הזאת יש גם צד אחר שחשוב לשים לב אליו. החברות שצריכות להתמודד עם השינויים הללו הן החברות ששייכות ל"עולם הישן". מדובר ב-10-15 חברות, שבאופן קבוע מאיישות את הטבלה השנתית של ג'ימי שורצקוף, עם שינויים די מינוריים. השחקניות הבולטות הן עדיין חברות האינטגרציה והחברות הבינלאומיות הגדולות, הפועלות בישראל מזה שנים. חברות אלו, שבאופיין מורכבות מהיקף גדול של אנשים, פעילות ומשאבים, תצטרכנה להתמודד עם תופעה שמוכרת לכל מי ששט אי פעם בים: שינוי בלתי צפוי בזרימת המים, שגורם לסערה וטלטלה. כל אחת מהחברות האלו, המשולה לאוניית משא כבדה, צריכה כעת לשנות את כיוון נסיעתה באופן חד ובמהירות - מבלי להתרסק ולרסק את כל מה שיש עליה. אם תרצו, זוהי המציאות של שוק ה-IT הישראלי נכון לשנת 2012: שחקנים ותיקים המספקים פתרונות מייחשוב לשוק יציב למדי, שגם גדל פחות או יותר בהתאם לקצב התל"ג, ומדבר כמעט עם כל מגזר במשק. אבל המגזרים האלו הולכים ומשתנים והם אלו שמכתיבים כעת את הדרישות ואת הנושאים שבהם החברות הגדולות תטפלנה. האם אותן חברות שירותים אכן מסוגלות להשתנות? האם יש מקום בשוק הישראלי לחברות נישא? אפשר גם להרחיק לכת עם הדמיון ולשאול (באופן רטורי כרגע), האם ייתכן מצב שבו יקומו חברות נוסח מטריקס, נס טכנולוגיות, מלס-טים ודומותיהן, שתהיינה מבוססות על המגמות החדשות שמאפיינות את ענף ה-IT? או שמא אותן חברות תמשכנה לשרוד, כאשר חלקן יתאימו את עצמן לכללים החדשים ואחרות תתמזגנה?

מדוע ה-CRM החברתי מתקדם לאט?

פיתוח מערכות CRM חדשניות שנכתבו רק עבור מובייל, משול להמצאת הגלגל - עד כדי כך ♦ זה לא אומר שאין היום יישומי CRM למובייל במגזר העסקי - אף אחד לא מתכחש למה שקיים, אבל הבום הגדול, שעליו דיברו אנליסטים לפני שנה או שנתיים, עדיין לפנינו

להם לבצע את כל המשימות הארגוניות שלהם. זה לא נתפס בעיניהם, ולא יועילו מופעי הפירוקטניקה של יחסי הציבור והשיווק, שמנסים לשכנע אותם כמה הם טועים.

ויש כמובן גם את העניין של אבטחת מידע. כשאתה מסתובב עם מכשיר קטן וחכם שכולל את רשימת החברים הפרטיים שלך, לצד אפליקציות מכירות המוטענות בנתונים הרגישים ביותר של העסק שלך - יש לך הרבה מה לאבד. בעידן שבו כמעט בכל אוטובוס כבר יש רשת אלחוטית, זה רק עניין של זמן עד שמערכת מידע של גוף פיננסי ענק תהיה חשופה לאלפי נוסעי רכבת תחתית...

גם פערי הדורות הטכנולוגיים משחקים פה תפקיד. אפליקציות ה-CRM הקיימות כיום לא תואמות את חלק מהדורות הקודמים של המכשירים החכמים. מלאכת התפירה והקישור בין עולמות אלו יוצרת אינסוף בעיות, שלא לדבר על הקישור ליישומי ERP מורכבים למיניהם. זה פשוט לא עובד.

בכל טכנולוגיה חדשה, כאשר היא לא מדליקה את קהל היעד שלה - דינה להישאר בצדי הדרך, עד שמישהו ימציא את הגלגל מחדש. כן, לפתח מערכות

CRM חדשניות שנכתבו רק עבור מובייל זה בפירוש המצאת הגלגל - ואנחנו עדיין לא שם. אם תרצו, זו הנקודה הרגישה ביותר ואולי המפתח לפריצת הדרך. זה לא אומר שאין היום יישומי CRM למובייל במגזר העסקי - אף אחד לא מתכחש למה שקיים, אבל הבום הגדול, שעליו דיברו אנליסטים לפני שנה או שנתיים, עדיין לפנינו.

מהפכת המובייל החלה לפני כחמש שנים. מכשירי ה-iOS והאנדרואיד (Android) השתלטו על העולם המובייל, והציפייה הייתה שבתוך זמן קצר יתפכו כל הפיתוחים החדשים את תחום ה-CRM לנייד. זה לא קרה. המגזין האלקטרוני CIO מונה כמה סיבות לכך שזה לא קרה.

הסיבה הראשונה היא דמוגרפיה. הפיתוחים החדשים שהקפידו את המובייל, כגון מערכות ההפעלה החכמות, מדברות בעיקר אל הצעירים, בעוד שמשמשי CRM הם לרוב אנשים שעברו כמה שלבים בחייהם ונושקים לעשור הרביעי והחמישי של חייהם. לכן, הממשק של CRM למכשירים חכמים ניידים הוא לא ממש טבעי. כאשר באים לחבר בין ממשק CRM טיפוסי לרכיבי מובייל, חייבים להתחשב בגילאי המשתמשים. רובם אמורים להיות מנהלים ולא מוכנים להרכיב את משקפי הקריאה שלהם רק כדי לנסות ולראות מה כתוב על הצגים הקטנים של מערכות המובייל.

הסיבה השנייה קשורה לראשונה: המשתמשים. בהיותם מנהלים, המשתמשים ממש לא רוצים לחזור אחורה ולהתחיל לרוץ בין מסכים שונים - פעולה שעד היום נעשתה על ידי העוזרים שלהם. זה בין היתר עניין של סטאטוס, והוא מאוד קריטי בארגונים - במיוחד בגדולים שבהם.

הסיבה השלישית קשורה לתדמית של הטלפונים החכמים. בעיני הדור הצעיר, המובייל הוא הדבר הבא. הצעירים לא מסוגלים להבין איך הם חיו בלעדיו עד כה. בעיני המשתמשים הבוגרים יותר, המכשירים הקטנים האלה - שתופסים בקושי שטח של חצי כיס בחולצה - לא בהכרח יסייעו

