

לנטרל עד כמה שאפשר את הסיכון בפרויקט שלא נגמר לעולם. הרעיון הזה השתלב היטב באווירה הנינוחה והמקצועית שליוותה גם השנה את כנס החורף של פורום C3 - מסורת בת 15 שנים כמעט, שהפכה לחלק בלתי נפרד מההווי של הענף, על לקוחותיו וספקיו. כמדי שנה, שילב המפגש הרצאות מקצועיות מעולות של אנשי סאפ והשותפים העסקיים שלה, עם נטוורקינג עשיר, שמוכיח שוב ושוב את מה שכולנו יודעים: עם כל הכבוד לטכנולוגיה ולתקשורת שעושה פלאים בעולם המודרני - אין ולא יהיה תחליף למגע האנושי, לתקשורת שבין אדם לאדם, ולא משנה באיזו פוזיציה הוא נמצא. כשלקוח וספק נפגשים, החיים נראים אחר כך הרבה יותר פשוטים.

חשיפה ראשונה: סאפ על HANA

במליאת היום הראשון לדיונים התקיים מסלול מיוחד למנמ"רים המשתמשים ב-SAP Business One בהובלת **רמי מנחם** - מנהל הפעילות בישראל, ו**שירלי מרקוזה** - מנהלת המוצר בסאפ ישראל. הציפייה לחיבור מערכת ה-SAP Business One עם פלטפורמת HANA הייתה רבה וארוכה, ובכנס במלטה - בפעם הראשונה בישראל - נערכה הצגת תכלית של SAP Business One performed by HANA, שזכתה לתגובות נלהבות. המערכת שמציעה סאפ לעסקים קטנים ובינוניים, SAP Business One, פועלת באופן מלא על פלטפורמת מסדי הנתונים החדשה של החברה, HANA, וזמינה ללקוחות סאפ בישראל.



רמי מנחם ושירלי מרקוזה

מנחם ומרקוזה הדגישו, כי "SAP Business One היא האפליקציה הראשונה בסאפ אשר רצה באופן מלא על בסיס הנתונים SAP HANA במקום SQL". לדברי מנחם, בעולם כבר יש 22 לקוחות גדולים אשר עובדים עם הגרסה המשודרגת של SAP Business One במודל ההיברידי, HANA Analytics. לקוחות אלו, הוסיף, מדווחים על מהירות עבודה שלא הכירו קודם לכן. הוא ציין, כי "גם בישראל קיימת התעניינות רבה בקרב הלקוחות שלנו, ובעקבות הכנס קיבלנו פנייה מאחד מהגופים הגדולים במשק".

בנוסף ליכולות השילוב עם HANA, הציגו מנחם ומרקוזה את מפת הדרכים של SAP Business One לשנים הבאות, הכוללת הרחבת ליבת המערכת בנושאי תשתיות, אנליטיקה מתקדמת המשולבת עם ביזנס אוב'ג'קטס, פתרונות חדשים בתחום המובייל ועוד. כמו כן, מסר מנחם, כי בישראל יש כבר עשרות לקוחות SAP Business One העובדים בסביבת ענן. לדבריו, "סאפ בנתה גם חיבוריות בין SAP Business One ל-SAP ERP, מתוך כוונה ליישם את המערכת בסניפים



אלון בר

האם סאפ ירתה לעצמה ברגל במקרה הזה? התשובה היא שלילית. זאת, אומרים בסאפ, מאחר שכתוצאה מדרך הפעולה החדשה הזאת, הלקוח יפנה תקציבים ומשאבים לפרויקטים אחרים. בסופו של יום, סאפ - כמו כל חברת פתרונות אחרת - רוצה למכור כמה שיותר רשיונות ולהרחיב את פעילותה במגזרים השונים. אם תרצו, מדובר למעשה בגרסה משופרת של טרנד "הוכמת המוונים" שחוזר כעת לאופנה. אבל יותר מכל, תפיסת הפשטות-מבוססת-חדשנות חשובה מאוד לאנשי סאפ בדיאלוג שלהם עם הלקוחות, שכן עד לפני כמה שנים הדיאלוג הזה היה הפוך: שאלות, בקשות וגם תלונות על מורכבות, סיבוכיות, זמן הטמעה ארוך ועוד כהנה וכהנה חוויות לקוח לא נעימות, שגם מנהלי סאפ וגם הלקוחות מעדיפים לשכוח.

אותה פשטות באה לידי ביטוי גם בסיפור הלקוח של **עידו ביגר** מחברת יס, שהראה בכנס כיצד מעבירים חברה שלמה לסביבת ה-WEB של ביזנס אוב'ג'קטס במינימום זמן. גם ביס התבסס הפרויקט על ידע וניסיון קודמים והכנה מוקדמת של כל הרכיבים, ממש כמו בתכנון של מגדל רב-קומות מודולרי - אנלוגיה שביגר הרבה להשתמש בה במהלך



עידו ביגר

המצגת שלו. בפרויקט ה-IT, כמו בבניית המגדל, אם אבני הבניין לא מותאמות מראש לצרכים, תהליך ההרכבה (או ההטמעה של הפרויקט), יהפוך לארוך יותר ולא בטוח שיענה על הצרכים שהוגדרו. רעיון הפשטות-מבוססת-חדשנות התקבל בצימאון רב על ידי המנמ"רים הרבים שגדשו את אולם הכנסים של מלון אינטרקונטיננטל הנאה של מלטה. גם אלו שהם לקוחות סאפ וגם אלו שעדיין לא, הזדהו מאוד עם האתגר הזה, של הרצון להיכנס לפרויקטים כדי לחדש ולשפר, לצד הצורך