

עולם וירטואלי אמיתי

"אנו עוברים ל'אופק חדש' - לעידן של חוויה ולא מוצר, שבו העולם הווירטואלי מרחיב ומשפר את העולם האמיתי", אמר ברנארד שארלס, יו"ר ומנכ"ל דאסו סיסטמס, בכנס השותפים והלקוחות השנתי שלה, שהתקיים בבריסל שבבלגיה ♦ החברה הכריזה בכנס על המהדורה החדשה ביותר של פלטפורמת 3DExperience שלה, 3DExperience V6 Release 2013, הכוללת יישומים ושיפורים בפתרונות תעשייה עבור תחומי מוצרי צריכה ארוזים, אנרגיה, תעופה וביטחון, תחבורה וניידות, קידוחי נפט וגז ימיים והיי-טק

נחמה אלמוג

עיצוב וניהול מוצרים בתלת מימד, המביאה ללקוחותיה ערך בכך שהיא מאפשרת ליצור מוצר שלם ואמיתי באופן וירטואלי באמצעות הדמיה של המוצר והתנהגותו בעולם האמיתי - עוד לפני שמייצרים ולו פיסה אחת פיזית של המוצר.

שארלס הציג בכנס שימוש ביישום ל-iPad בשם Idea Shape, שמופעלת עליו ליבת תוכנת CATIA - מוצר הדגל של החברה לעיצוב מוצרים, והדגים

כיצד הוא יוצר ומשנה מוצר בעזרת כמה משיכות אצבע על מסך ה-iPad. כאמור, החברה הדגישה בכנס השנה את החזון העיקרי שלה, המדבר על חוויית התלת מימד בתכנון וייצור מוצרים ב-12 מגזרי תעשייה שונים שבהם היא מתמקדת. דאסו מפתחת כלים לערוצי התעשייה השונים על אותה פלטפורמה, ובכוונתה להרחיב את המספר הזה, כמו גם את היצע הכלים לכל ערוץ תעשייה.

מעתה אין לומר "חברת PLM", אלא "חברת 3DExperience". המסר העיקרי שהעבירו בכירי החברה בהרצאותיהם

ומסביר זאת הוא, שהחברה עוברת מכזו המספקת תוכנות הנדסיות לחברה המספקת חוויה - החל מהמהנדסים שמתכננים את המכונות, למשל, ועד החוויה של הלקוח הסופי, שרוכש אותה מכונית. "זוהי נקודת זמן שבה הכל הגיע לנקודת התלכדות של כל האפשרויות שהעולם הדיגיטלי מציע, כדי לייצר חוויות תלת-מימד שייסיעו לכם לתת ערך, לדמיין, להמציא ולייצר את העתיד, ואת המוצרים הטובים ביותר שנרצה לספק", ציין שארלס, וכפי שהציגה זאת **מוניקה מנג'ני**, סגנית נשיא בכירה לתעשייה, שיווק ותקשורת תאגידית: "בעידן שלנו - כשאנחנו קונים משהו, איננו קונים מוצר, אלא חוויה". בהתאם לכך, כל המוצרים שמספקת דאסו סיסטמס, בין היתר בתחומי ה-PLM, הסימולציה והבדיקות בנתוני שדה שונים, מותאמים לפלטפורמת ה-3DExperience, וכולם מדברים זה עם זה. מכאן, שכל שינוי שנעשה בתכנון המוצר מתבטא מיד בכל התחומים: החל ממראהו, המשך בהתנהגותו וכלה במחירו.

עוד הדגישה החברה את יכולת השיתופיות של הפלטפורמה שלה - למשל בין צוותים העובדים על מוצר מסוים במקומות שונים בעולם, כשכולם עובדים עם אותם נתונים ומדברים זה עם זה בזמן אמת באמצעות הפלטפורמה, בזכות התאמתם לעבודה בענן - פרטי או ציבורי. אירועי הלקוחות והשותפים של דאסו הם בעצם אירוע אחד מתגלגל, שנערך ב-20 תאריכים שונים בחודשים מאי עד נובמבר באזורים שונים בעולם.

בין המשתתפים בכנס היו גם נציגים מהסניף הישראלי, בהם **אלי בויקיס**, מנהל מכירות אזורי, **אבישי אגוזי**, מנהל מכירות, **מאיה טוטיאן**, מנהלת שיווק

אנו עוברים ל'אופק חדש' - לעידן של חוויה ולא מוצר, שבו העולם הווירטואלי מרחיב ומשפר את העולם האמיתי", כך הכריז **ברנארד שארלס**, יו"ר ומנכ"ל דאסו סיסטמס. לדבריו, "החלום שלנו הוא להשתמש בחוויות תלת מימד כדי ליצור הרמוניה בין מוצרים, טבע וחיים. אנו משיקיעים בכך הון אנושי, השקעות כספיות ואת מאגרי הידע שלנו כדי לשלב הכל יחדיו לכדי יקומים וירטואליים, שיאפשרו לדמיין חדשות

וגם לייצר אותה. אנו מספקים חוויות תלת מימד שמאפשרות לדמיין, להמציא ולייצר את העתיד".

שארלס נשא דברים במליאת הפתיחה של כנס 3DExperience שהתקיים בחודש שעבר בבריסל, בירת בלגיה ומקום משכנם של מותו ארגונים רבים באיחוד האירופי. דאסו סיסטמס, חברת התוכנה הגדולה בצרפת והשנייה בגודלה באירופה אחרי סאפ, קיימה בחודש שעבר את כנס השותפים והלקוחות השנתי שלה, שהגיעו אליו כ-1,500 משתתפים, בהם עשרות עיתונאים מרחבי העולם. שמו של הכנס שונה



"אנו מספקים חוויות תלת מימד שמאפשרות לדמיין, להמציא ולייצר את העתיד". ברנארד שארלס, נשיא ומנכ"ל דאסו סיסטמס, על בימת הכנס בבריסל

השנה ל-3DExperience Forum, והוא מתמקד באסטרטגיה החדשה של החברה - חוויית השימוש בפלטפורמת 3DExperience.

"ב-1999 חשבנו איך אנו יכולים ליצור סביבה שמחקה את הסביבה האמיתית כדי לספק פתרונות לייצור מוצרים, וכך נוצר מושג ה-PLM - ניהול חיי המוצר", הסביר שארלס. "במשך 13 השנים האחרונות אנו משרתים את החזון הזה בתעשיות רבות. עם זאת, האתגרים החשובים העומדים בפני האנושות כיום השתנו, והאתגרים החשובים כיום הם: האורבניזציה - הצורך לייצר לא רק עיר חכמה, אלא 'חוויות עיר'; כיצד אזרחים ינהלו את סביבתם; ניהול משאבים - שהפך לנושא מאוד קריטי בעולם; בריאות הציבור; מזון וחינוך. כדי לנסות לעמוד באתגרים האלה, צריך לשלב בפלטפורמה שלנו את ההיבט החברתי - חיבור אנשים, במשמעות של הקשבה לצרכים, גם אלה שאינם מבוטאים, כדי לספק להם לא רק מוצר, אלא בעיקר חוויה".

פלטפורמת 3DExperience של דאסו, הסביר שארלס, משלבת בתוכה את כל ההיבטים הדרושים כדי להפוך אותה לפלטפורמה של חוויה עסקית, בזכות רכיבי השירות המשולבים בה: קישוריות, שיתופיות, תיחוק, Big Data, וכו'. הערך שהיא מעניקה, הוסיף, מתבטא במתגים התוכנות של דאסו, המאפשרים יצירה של שירות או מוצר באמצעות הכלים השונים היוצרים יחדיו חוויית תלת מימד בזמן אמת: כלי שיתוף וחברתיות, כלי מידול, כלי תוכן וסימולציה, מידע ותבונה מלאכותית.

לדברי שארלס, פלטפורמת 3DExperience מאפשרת חוויות תכנון,