



השיווק מתחיל בך: כיצד המנמ"ר יוכל לקדם את ה-IT בארגון

בארגונים מסחריים וציבוריים רבים מתקשה גוף מערכות המידע לבסס מעמדו כעמוד תווך מרכזי להצלחת הארגון ♦ איך בכל זאת עושים את זה?

לגוף מערכות המידע בארגון יש חשיבות רבה בשל יכולתו לאפשר לחטיבות הארגון לבצע את ייעודן ביעילות. אולם בארגונים מסחריים וציבוריים רבים, שלהם קשת פעילות ענפה ומורכבת, מתקשה גוף מערכות המידע לבסס מעמדו כעמוד תווך מרכזי להצלחת הארגון. כיצד אפשר לקדם את מערך ה-IT בארגון ולמצב אותו בתור בר השפעה על מעגל מקבלי ההחלטות בארגון ומחוצה לו?

הדשא של השכן

אחד הדברים החשובים ביותר למנהלים הוא לדעת כיצד פועלים המתחרים. לשם כך, כדאי להיפגש עם מנהלי מערכות של ארגונים

האדם שמאחורי המכונה

אכן היסוד לקידום מערך ה-IT אינה נעוצה בטכנולוגיה, אלא דווקא בגורם האנושי. על אף שבעידן המידע עומדים לרשותנו כלי תקשורת

האדם שמאחורי המכונה

אכן היסוד לקידום מערך ה-IT אינה נעוצה בטכנולוגיה, אלא דווקא בגורם האנושי. על אף שבעידן המידע עומדים לרשותנו כלי תקשורת



שונים בתעשייה וללמוד כיצד הם פועלים ואילו פתרונות הם מיישמים. הצגת הפעילות של מערך ה-IT בארגון אל מול גופים אחרים ממחישה את היותה של החטיבה מעורה בתחום, ומקלה על היכולת לשכנע ליישם פתרונות חדשים.

כדאי ללמוד לא רק כיצד פועלים המנמ"רים בארגונים אחרים, אלא גם כיצד פועלים מנהלי המכירות ומנהלי הלקוח של ארגונים שונים מול הלקוחות שלהם. לעתים הגישות, התהליכים והחזון שלהם יוכלו להיות רלוונטיים, ויתרמו לארגון.

זו זכות לתת שירות

חשוב לזכור, שבסופו של דבר מערכות המידע נועדו לשמש ולשרת משתמשי קצה. גם אם אין להם הבנה טכנולוגית מעמיקה, וגם אם הם לא תמיד צודקים - הם למעשה הלקוחות. ככאלה, מידת שביעות הרצון שלהם ואופן השימוש שלהם במערכת הם שנותנים את ההצדקה לקיומו של מערך ה-IT.

* זיו מנדל, מנכ"ל משותף בג'ון ברייס מכללת היי-טק ובמטריקס גלובל

רבים, החל מדואר אלקטרוני וכלה במסרונים, אין תחליף לקשר הבין-אישי. על כן חשוב להשקיע זמן ניכר משעות העבודה לפגישות וקיום דיאלוגים עם גורמים שונים בארגון - המנהלים, העמיתים והמנהלים של העמיתים.

על מנת שאותן פגישות תהיינה מוצלחות ותקדמנה את מטרות גוף ה-IT, חשוב ללמוד את סגנונות התקשורת של אנשי ההנהלה (שורה תחתונה / רגשנית / הרחבה בפרטים וכדומה) ולתקשר איתם "בשפתם". מחקרים פסיכולוגיים רבים מצאו, שדמיון מוביל לחיבה ולהערכה, ולכן מנהל אשר נחשף למסרים שנאמרים באופן שתואם לאופיו ייטה יותר להפנימים ולהסכים איתם.

אסטרטגיה היא לא מילה גסה

מובן שדיאלוגים בלבד לא יוכלו להוות בסיס לשכנוע. כפי שמערכות המידע נבנות על סמך בדיקה מעמיקה וחשיבה תחילה, כך צריך לפעול גם ברמה השיווקית. על גוף מערכות המידע לבנות אסטרטגיה שיווקית מבוססת ומקפדת, על בסיס מודל SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)