

רלוונטי על בסיס המוצרים של Software AG.

לדבר באופן אמיתי על הצרכים העסקיים

"מנמ"רים רבים בעולם היום מתקשים להתחבר לחלק העסקי בארגון, ולא מבינים כיצד להגיע את העסק בעזרת כלי מיחשוב וטכנולוגיה", אמר אלראי. "אנשי המיחשוב צריכים לדבר את השפה העסקית. אנחנו לא צריכים להתעסק בזה שאנשי העסקים ידברו את השפה המיחשובית. השפה המיחשובית כבר לא קיימת היום. מדברים על רשתות חברתיות ועל מובייל - וזו כבר שפה עסקית. זה כבר ניצח. ולכן אותם אנשי מיחשוב שידברו את השפה העסקית, הם אנשי המיחשוב שיוכלו להותיר את חותמם ולהוביל את הארגונים שלהם בהצלחה העסקית".
במשך השנים הקרובות, אמר אלראי, "נראה הרבה יותר אנשים מהביזנס שיהיו מעורבים ב-IT, ואני חושב שה-IT צריך לקבל בברכה את היוזמה הזאת ולא להתנגד לה. מנמ"רים היום חייבים להפנים שזה מה שקורה, ולכן

עליהם לדעת לדבר באופן אמיתי על הצרכים העסקיים של הארגון. מנמ"רים חכמים, שרואים קדימה, מתחילים כבר היום להביא לשולחן פתרונות ענן מכווני-עסק, במקום להגיע לישיבה עם שקפים ומשפטים על ביטים ובייטים. זה שינוי שיח ושינוי מחשבה".
"יש היום ארגונים בעולם, שבהם אנשי הביזנס מחליטים איזה פתרון מיחשוב הם צריכים, וזו מגמה שתלך ותתרחב", העריך אלראי. "יש מקרים שבהם אנשי הביזנס רוכשים טכנולוגיה או מוצר בכרטיס אשראי ובכלל לא עוברים דרך מערך ה-IT. על פניו הם עוד יכולים לחשוב שהם לא צריכים את ה-IT, אבל מה שהם לא מבינים הוא, שהפתרון או האפליקציה שהם התקינו, עובדים רק בזכות העובדה שתשתית ה-IT קיימת ותומכת בזה. מערכי הליבה האלו נבנו לפני עשרות שנים והם ישמשו את הארגון גם בעשרות השנים הבאות. הם אלה שמאפשרים לעסק לעבוד 24/7 והם אלה שמאפשרים לאנשי העסק ליהנות מפתרונות ענן ומובייל בקלות ובמהירות. ברגע שהם נופלים, כל השאר נופל".

הוא סיכם ואמר, כי "אנחנו לוקחים חזרה מכנס כזה הרבה מאוד. יש פה בכנס כאלף איש שמגיעים מכל העולם, כך שבתור התחלה יש את החוויה היוצאת דופן הזו, של להיפגש עם כל כך הרבה אנשים מ-35 מדינות. כמוכן שגם מישראל יש פה לקוחות, והמטרה שלנו היא להפגיש את אותם לקוחות ישראלים עם הלקוחות הגלובליים ולסייע להם להיחשף לדברים הכי עדכניים והכי עכשוויים שקיימים בעולם".

בנוסף, אמר, "אנחנו רוצים לוודא שהאסטרטגיה של Software AG מדברת ללקוחות הישראלים. חשוב לנו לדעת שהכל מתחבר - שהאסטרטגיה של Software AG מתחברת ללקוחות ושהלקוחות מתחברים לאסטרטגיה של Software AG. אני יכול לומר שראיתי את זה בצורה יוצאת מן הכלל פה בכנס. עולם הרשתות החברתיות, עולם המובייל, עולם הענן ועולם ניהול התהליכים - שהוא בליבת האסטרטגיה של Software AG - מתחברים מאוד למה שהלקוחות שלנו בארץ רוצים".

אור יעקב



ת'יאו פריסטלי

הוא קרא למנמ"רים לבדוק אילו יכולות קיימות כבר במערך ה-IT בארגון, ולראות האם הן עונות על צרכי העסק או האם עליהם ליצור פתרון חדש. "אם באמת צריך ליצור פתרון חדש, המנמ"ר לא רוצה להקים עוד מחסן ענק של מידע. אם הלקוח כבר עובד בסביבת סאפ, למשל, למה להעביר אותו לסביבה חדשה? כלומר, המעבר הזה לעידן הארגון הדיגיטלי מחייב איזון בין המערכות שקיימות בארגון ובין הצרכים החדשים שעולים מהצד העסקי", סיכם.

"המנמ"ר כבר ניצח במאבק"

"יש היום מאבק של ממש בחדר הישיבות הארגוני, בין המנמ"ר

איבו טוטב: "אנו מאמינים שהדרך הטובה ביותר לסייע לארגונים במעבר הזה לעולם הדיגיטלי היא באמצעות סוויטה מקיפה, שמאפשרת ללקוחות להתמקד באספקת פתרונות חדשים בקלות ובמהירות, על בסיס הטכנולוגיות שכבר קיימות במערך ה-IT שלהם"

בשעה, כך שתצטרך לנסוע ברכב, אבל מתחיל להיווצר פקק תנועה בדרך, ולכן לצערי אני נאלץ להעיר אותך חצי שעה מוקדם יותר".

חויית לקוח דיגיטלית ומותאמת

לדבריו, "זה מה שאני רואה שקורה היום בתעשיות ותיקות ובשלות, כמו מפעילי רכבות וחברות תעופה - שמספקות היום רמת שירות גבוהה שכזו, המותאמת לצרכי הלקוח. זה לא רק גוגל ואמזון, שנולדו לעידן הדיגיטלי, אלא גם תעשיות ותיקות יותר, שאין להן קשר לעולם הדיגיטלי. הן מספקות היום שירותים ומוצרים מתקדמים כדי להתחרות על הלקוח באמצעות חויית לקוח דיגיטלית המותאמת במיוחד עבורו.
"אנו מאמינים שהדרך הטובה ביותר לסייע לארגונים במעבר הזה לעולם הדיגיטלי, היא באמצעות סוויטה מקיפה, שמאפשרת ללקוחות להתמקד באספקת פתרונות חדשים בקלות ובמהירות, על בסיס הטכנולוגיות שכבר קיימות במערך ה-IT שלהם", הסביר טוטב. "אנחנו תמיד מעודדים לקוחות להפיק את המרב ממה שכבר יש להם, ולהתבסס על הקיים בבואם לפתח שירותים חדשים".