

מהווים 55% מכוח האדם במשק ו-99% מכלל בתי העסק.

מדי שנה, אמרה בן מיכאל, קמים 45 אלף בתי עסק קטנים, ובמקביל, 37 אלף נסגרים. מטרת הסוכנות במשרד התמ"ת, הסבירה, היא להרחיב את הפער בין כמות העסקים שקמים לאלה הנסגרים, ולבחון את הסיבות לסגירת העסקים. כך, אמרה, 74% מהעסקים שורדים רק שלוש שנים מיום הקמתם. נתונים נוספים, ציינה, הם שב-51% מהעסקים הקטנים יש רק עובד אחד, ב-34% מהם יש ארבעה עובדים וב-13% מהם יש יותר מ-50 עובדים.

הסיבות לכשלים של בתי עסק קטנים, אמרה, הן שלוש: ניהול, אשראי וביורוקרטיה. "תפקידנו הוא ליצור תוכניות לקידום SMB, בין השאר בעזרת פתרונות אשראי חוץ בנקאי, צמצום הנטל הביורוקרטי, יצירת מאגרי מידע לעסקים וערכת מחקרים וסקרים". כך, לדבריה, בישראל לוקח 280 ימים לקבלת כל האישורים לפתיחת עסק, לעומת 180 ימים בשאר מדינות ה-OECD.

היא הציגה את תוכנית הייעוץ לעסקים, המסייעת, לדבריה, "להתרחבות מבוקרת של SMB ולשיפור ביצועיהם". הייעוץ, אמרה, ניתן במגוון נושאים: הקמת העסק, ניהול כללי, ייעוץ פיננסי, מיחשוב, שיווק, ייעוץ ארגוני, חדשנות, יצירתיות, עיצוב תעשייתי, ייצוא, איכות סביבה, תקינה. בן מיכאל סיימה בציינה, כי הסוכנות מספקת ייעוץ ל-20 אלף עסקים.

## להתאים את המיחשוב לעסק

**דוד מלר**, מנכ"ל אדום אסטרטגיה, סיפר בכנס כי החברה פועלת בעולם ה-IT מזה 30 שנה, וסייעה למאות עסקים - גדולים, קטנים ובינוניים. המיחשוב, אמר מלר, עבר שינוי והוא אינו חי לכשעצמו, אלא מהווה גורם המסייע לשורת הרווח לעסק.

"בכל מקום שנכנסנו לעסק, תחום ה-IT חדל מלהיות בעיית הארגון

## הלקוחות הופכים ל"חברתיים"

"כניסת הרשתות החברתיות הביאה לשינוי בכללי המשחק של תחום ה-CRM. הלקוחות הופכים להיות פעילים ברשתות החברתיות, הם הופכים ל"חברתיים", והמגמה הזאת דורשת מהארגונים לנוע בעקבותיהם", כך אמרה **עדי פרקש**, מנכ"לית runMCC.

### עדי פרקש: "CRM"

### חברתי הופך למשהו

### יותר משמעותי

### ביחסים עם הלקוחות,

### והוא משנה את

### המודל הקלאסי של

### ה-CRM ומשתלב

### עמו"

לדברי פרקש, "ארגונים רבים מבינים שעליהם להיות ברשתות החברתיות. אנחנו רואים ארגונים שמתחילים לנהל אינטראקציות אמיתיות עם לקוחות. בסופו של דבר, מרבית הצרכנות תהיה ברשת, והדבר חייב להשפיע על ההתנהלות שלהם". היא ציינה, כי "הלקוחות עוברים שינוי: הם חברתיים, נעזרים בדעות של חברים שלהם ופחות מבעבר מסתמכים על פרסום. בנוסף, הם כולם ניידים, משמע - המידע נגיש עבורם כל הזמן. הם נעזרים בשמועות ובהמלצות מילוליות, ורוצים שירות טוב יותר".

"CRM חברתי הופך למשהו יותר משמעותי ביחסים עם הלקוחות, והוא משנה את המודל הקלאסי של ה-CRM ומשתלב עמו", הוסיפה פרקש. "הלקוח והארגון כבר אינם שתי ישויות נפרדות, כפי שהיו בעבר. ארגונים מעמיקים את הקשר עם הלקוחות והגבולות אינם ברורים. כך, לדוגמה, ארגונים מתייעצים עם לקוחות ומתגמלים אותם על כך".

"ארגונים נדרשים להתמודד עם כמה היבטי CRM", סיכמה. "הלקוחות דומיננטיים יותר מבעבר, יש צורך בניהול ההתקשרויות עימם ומידע רב מצוי ברשתות החברתיות. ארגונים נדרשים מצד אחד לשמור על הכללים הישנים ומצד שני להתאים עצמם להתנהגות הדיגיטלית, ולעבור לפעול במודל רב-ערוצי באופן הדרגתי".

### "אי אפשר להעביר מידע בין מאגרי מידע"

עו"ד **אביב אילון**, מומחה לדיני מחשבים ואינטרנט, דיבר על פרטיות המידע בארגונים קטנים ובינוניים, בין אם מדובר על מידע פנימי או על מידע חיצוני שעובר בחברה. הוא נתן מספר דוגמאות לפגיעה בפרטיות ולאכיפת החוק בתחום, בין השאר זו של עובד ממורמר שפוטר, שהעלה לרשת, לאחר הפיטורים, מידע ששייך למקום העבודה.

הוא ציין שלרמ"ט (הרשות למשפט, טכנולוגיה ומידע) יש "מלשינון" לתחום וכי היא מוציאה הנחיות בנוגע לתחולת החוק להגנת הפרטיות בתחומים שונים. בין אותם תחומים הוא מנה הוראות למכוני השמה ומיון, איסור שימוש במידע בדבר הטלת עיקול אצל צד שלישי והנחיה לגבי מסירת נתונים מבנק.

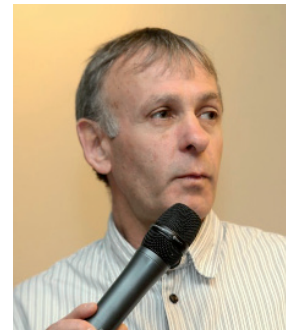
לגבי התקנת מצלמות מעקב במקום העבודה אמר עו"ד אילון, כי "יש להקפיד על היבטים מסוימים, דוגמת מיקום המצלמות והרזולוציה שלהן". לגבי כניסת המעביד לדואר האלקטרוני של העובדים הוא אמר, כי "מוותר להיכנס לתיבת הדואר של החברה כל עוד העובד מודע לכך



עו"ד אביב אילון



עדי פרקש



דוד מלר

והחל להניב רווחים", אמר מלר. "נדרש לבצע התאמות בין התהליכים הארגוניים והתהליכים המיחשוביים, לטובת ההיבטים העסקיים בארגון". הוא הביא כמה דוגמאות לארגונים שלא השקיעו בטכנולוגיה ולכן כשלו, וציין בין השאר את פשיטת הרגל שקודאק שרויה בה, לאחר 120 שנות פעילות. "העולם שבו אנו חיים לא רק, אלא טס", אמר מלר, "ועל ארגונים לשלב את מערכות המידע במהירות בכלל ההיבטים העסקיים. מערכות המידע חדלו מלהיות שירותים, הן חייבות להיות שותף לכלל העסקים בארגון. מנמ"ר הוא גורם שחייב להימצא בכל הארגונים. הוא חייב להבין ולהכיר לעומק את כלל התהליכים העסקיים. הוא חייב להיות בעל ראייה מערכתית כוללת, לטווח הקצר וגם לטווח הארוך. על ההנהלות לסמוך על ה-IT שייסייע להן להפיק רווחים".

מלר סיכם ואמר, כי "אנו יודעים להפוך את ה-IT ל-STP - תוכנית אסטרטגית מותווית טכנולוגיה, כזו אשר תאפשר לארגון התפתחות בסדרי הגודל שלהם הוא זקוק".