

כולנו כחלונים וחברתיים

עינת צור-שיין, סרוויס ווייז: "ההליכה של ארגונים ל-CRM חברתי מחויבת המציאות" ♦ "ה-CRM החברתי הוא עוד זירה עסקית המניבה פוטנציאל לצמיחה בהיקף העסקים ועל כן, המעבר אליו מחויב המציאות בשוק קשה ותחרותי", אמרה צור-שיין, מנכ"לית משותפת של החברה ♦ לדבריה, ה-CRM החברתי ומיחשוב הענן הן שתי המגמות הבולטות כיום בעולם ה-CRM

יוסי הטוני < צילום: קובי קנטור

ה-80' היו עידן הקליינט סדבר, המגמה הבולטת מזה כמה שנים היא מיחשוב הענן. Salesforce.com הביאה בהקשר זה לעולם את העבודה במודל טכנולוגי חדש בענן לצד חדשנות עסקית ותרומה לקהילה. החברה מטמיעה מערכות שלה במוסדות ללא כוונת רווח (מלכ"רים), אמר.



נתן גביש

גביש ציין, כי המגזין פורבס בחר ב-Salesforce.com כחברה החדשנית בעולם זו השנה השנייה ברציפות וכי היא חברת התוכנה שצומחת בקצב המהיר ביותר בעולם.

לדבריו, יש לחברה 800 לקוחות בארץ ועוד 90 לקוחות ישראליים שהם סניפים של ארגונים בינלאומיים. עוד הוא ציין שהמערכת של Salesforce.com מוטמעת ב-200 מלכ"רים בישראל. במהלך דבריו התייחס גביש למדיה החברתית וכינה אותה "מהפכה". יש 4.5 מיליארד משתמשים ברשתות החברתיות ו-IDC צופה גידול של 75% עד 2015 ברישיות החברתי, אמר. "כיום, יותר ויותר גופים נמצאים בפייסבוק מאשר באינטרנט ה-רגיל". מחקר שנערך על ידי יבמ בקרב 1,700 מנכ"לים בחן מהן הדרכים העיקריות ליצירת קשר עם לקוחות והעלה, כי אחת משתי הדרכים היא באמצעות רשת חברתית.

"ענן השיווק 'יתפוס' בארץ בשנה הבאה"

"ענן השיווק חדש בישראל וטרם 'תפס'. אנחנו מעריכים שהוא 'יתפוס' במהלך השנה הבאה. בגרטנר מעריכים שבתוך שנים ספורות, תקציב ה-IT של מנהל השיווק בארגונים יהיה גדול מזה של המנמ"ד, ולכן Salesforce.com הולכת לשם", כך אמר **בנצי ברנדס**, מנכ"ל משותף של סרוויס ווייז.

לדברי ברנדס, "לצד השירותים הנוספים החדשים אותם Salesforce.com מספקת, היא נשארה נאמנה לתחום ה-CRM המסורתי בענן". הוא ציין, כי "הלוקחות הוותיקים של Salesforce.com רואים איך החברה צועדת קדימה ומובילה את חזון ה-CRM החברתי - Social Business is Social-1 Networking. לצד הפעילויות הללו, החברה ממשיכה להיות נאמנה לתחום ממנו היא צמחה, למהות הבסיסית של ה-CRM, שכוללת את ניהול תהליכי המכירה ואת שירות הלקוחות". במהלך זה, אמר ברנדס, "החברה דואגת לשפר ולהכניס לתהליכים הקיימים ולפונקציונליות הקיימת תהליכים חדשים. במסגרת זו, בכל שנה מוציאה החברה שלוש גרסאות שכוללות רכיבים חדשים ופונקציונליות חדשה. חלק ניכר מהתוספות נובע מפיתוחים שהגיעו מהצעות של לקוחות ארגוניים".



בנצי ברנדס

"ארגונים נדרשים ללכת לכיוון ה-CRM החברתי, שכן מדובר בעוד זירה עסקית המניבה פוטנציאל לצמיחה בהיקף העסקים. מדובר במהלך מחויב המציאות בשוק קשה ותחרותי", כך אמרה **עינת צור-שיין**, מנכ"לית משותפת של סרוויס ווייז, שותפת זהב של Salesforce.com בישראל.

צור-שיין דיברה בפתח כנס 2012 TLVforce, הוועידה השנתית של Salesforce.com בישראל. האירוע, בהפקת אנשים ומחשבים, התקיים במלון הרוס בתל אביב והגיעו אליו כ-300 לקוחות ולקוחות פוטנציאליים של החברה. הנחה אותו עידן כרמלי, מנהל קו שירותי שיווק בסרוויס ווייז.



עינת צור-שיין

לדברי צור-שיין, החברה שבנצי ברנדס והיא עומדים בראשה פעילה בעולם ה-Salesforce.com מזה ארבע שנים וחצי, במגוון מגזרי התעשייה. היא ציינה שיש

לה לקוחות מהמגזרים הממשלתי והציבורי, מהתעשייה היצרנית ומעולם ההיי-טק. "בשנה האחרונה הוספנו פעילות של מרקטו, שקהל לקוחותיה הוא מנהלי השיווק בארגונים והיא ממכנת את השיווק וניהול השיווק", אמרה.

"קיימות שתי מגמות בולטות בעולם ה-CRM: המעבר למיחשוב ענן והמעבר ל-CRM חברתי, Business is social", הוסיפה. Salesforce.com מובילה את שתי המגמות הללו מזה שנים. היא אוזרת במגמה הראשונה מאז הקמתה ב-1999, כשלאורך השנים היא הייתה מערכת מובילה בעולם מיחשוב הענן - לא רק בתחום ה-CRM, אלא גם בהיבט הרחב יותר של יישומים עסקיים בענן. כיום, Salesforce.com זה לא רק CRM.

"מגמת ה-CRM החברתי היא מגמה צעירה, בת שנתיים", ציינה צור-שיין. "גם אותה Salesforce.com זיהתה ראשונה, והחלה לייצר פתרונות לארגונים כמענה לצרכים החדשים שנוצרו".

לדבריה, "Salesforce.com מעניקה גמישות רבה ביכולתה להתאים את עצמה לתהליכים העסקיים של הארגון. בכך היא נבדלת ממערכות בעלות תפיסות מיושנות יותר, בהן נדרש היה להתאים את התהליך למערכת". היא הוסיפה, כי "Salesforce.com היא מערכת הקיימת בשוק העולמי כבר כמה שנים טובות, והיא נמצאת בארץ מאז שנת 2006. המערכת מאוד בשלה וכל כולה בענן. תפיסתה הפוכה מהיסוד ממערכות ה-IT המסורתיות: היא מבצעת ללקוחות חדשים שלב מקדים של הגדרת דרישות ואפיון. באמצעות ניתן להשיג התאמה רבה יותר לתהליכים מאשר במערכות IT מסורתיות".

צור-שיין סיימה באמרה, כי החברה מצויה בתהליכי צמיחה תמידיים וכי היא חווה חזרה של לקוחות לעוד פרויקטים או לפרויקטי המשך בתחום.

עידן הענן ו"המהפכה החברתית"

נתן גביש, סמנכ"ל הפיתוח העסקי של Salesforce.com ישראל, אמר שבעוד שמה שאפיון את המיחשוב בשנות ה-60' היה המיינפריים וששנות