

השייק, חייבנו אותו לשלוח את הקמפיין לאדם נוסף, 'לפנק' אותו. כמו כן, הוא היה מחויב להתחבר לדלק מנטה ולקבל קופון למימוש השייק. האפליקציה אף אפשרה לו לקבל מידע היכן נמצא הסניף הקרוב". הוא ציין כי "הקמפיין נעשה בעלות של 100 אלף שקלים בלבד ובחודש הראשון לאחר תחילתו נמכרו יותר מ-100 אלף שייקים, במחיר של 15 שקלים לאחד. מכאן שדרך הסלולר החברה הצליחה לייצר הכנסות של 1.5 מיליון שקלים. בנוסף, הוא הביא לחיזוק ערך החדשנות של מנטה. הוכחנו לחברה ששיווק בסלולר עובד וכתוצאה מכך, היא העבירה עוד תקציב לכך".

**"הניידות תשפיע מהותית על ארגונים בשנים הקרובות"**

"המחקרים מצביעים על כך שבחמש השנים הקרובות תהיה לעולם המיחשוב הנייד ההשפעה הגדולה ביותר על הארגונים. לשם אנחנו מכוונים את הפתרונות שלנו עבור הלקוחות הארגוניים - מפלטפורמה דרך תשתיות וכלה בשירותים", כך אמר **חנן ברקו**, מנהל תחום מובייל בסאפ ישראל. לדברי ברקו, "תחום המובייל מהווה חלק חשוב באסטרטגיה של החברה והאנליסטים מדרגים אותה במיקומים גבוהים בו. סאפ שואפת להגיע למיליארדי משתמשים על גבי פלטפורמת המובייל שלה והיא מציעה פרוטוקולים סטנדרטיים, על מנת להגיע לכמה שיותר מפתחים, שהמערכות יוכלו לתקשר עם מערכות סאפ השונות וכאלה של ספקיות זו אחרות, וגם להתחבר לעולמות אחרים, כמו המיחשוב החברתי".



חנן ברקו

הוא ציין כי "יש לנו יישומים ייעודיים מוכנים לאנשי שטח ופתרונות ייעודיים לעולמות התשלומים, הבנקאות המקוונת והצרונות. אנחנו משתפים פעולה עם כל מפתחי פתרונות התוכנה בעולם ומספקים פתרונות גלובליים, פתרונות מדף לכל הצרכים - מהתשתית ועד היישומים".

"לסאפ יש פתרונות שמקיפים את עולם המובייל, בהם SAP Fiori, שכולל יישומים ארגוניים שמותאמים למכשירי מובייל שונים; SAP Afaria, שמאפשר ניהול חכם ובטוח של המכשירים הסלולריים בארגון, בין אם הם של הארגון עצמו ובין אם של העובדים; ו-Mocana, שניתן באמצעותו לאבטח את כל היישומים במובייל", אמר ברקו.

"למטה, פלטפורמת הניידות של החברה מתחברת לתשתיות סאפ ולתשתיות שאינן סאפ. למעלה היא מאפשרת חיבור של כל מקורות המידע ומספקת יכולת לפתח יישומים טבעיים וכאלה שנכתבים ב-HTML5, יישומים בני כלאים - לכל סוגי ההתקנים, עם יכולת ניהול מדיניות וכפיית אבטחה על ההתקנים", הוסיף.

ברקו סיים בציניו כי "סאפ מספקת שירותי ייעוץ בנושא המובייל, על מנת לסייע לכל ארגון לנוע קדימה בתחום. הפתרונות שלנו כבר משולבים בארגונים גדולים ומובילים במשק הישראלי".

שירותי בריאות כללית הסביר על אפליקציית הנוכחות הסלולרית של הארגון. "מדובר במערכת שזמינה 24 שעות ביממה, והרופא יכול לדווח אליה מכל מקום בו הוא נמצא", אמר. הוא ציין שבין התחלת הפיתוח של המערכת ועד להטמעתה המלאה עברה שנה ושהמערכת מתאימה גם לטלפונים לא חכמים, באמצעות חיוג 006\*. "כיום, 5,000 רופאים מדווחים על נוכחות באמצעות האפליקציה", הוסיף.

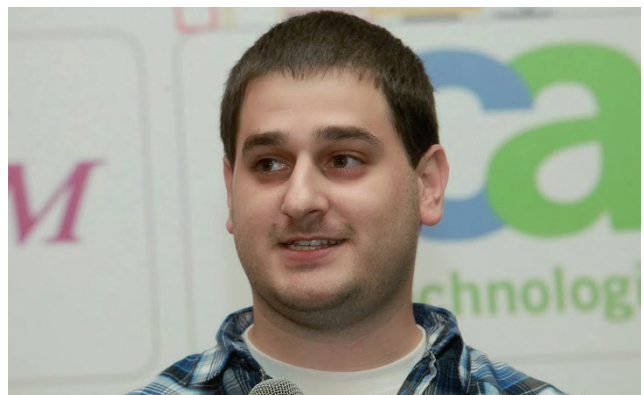


מורדי יצחק

"שלושה חודשים אחרי שהפעלנו את המערכת, כפיילוט, היה מבצע עמוד ענן", ציין יצחק. "על אף שהיא הייתה כפיילוט, הפעלנו אותה בזמן המבצע, כי המערכת הישנה לא הייתה מסוגלת לספק נתונים בזמן אמת". הוא אמר שהמערכת מועילה מאוד לעבודה בבתי חולים כי "באמצעותה ניתן לדעת כמה רופאים יש ברגע נתון בכל מקום בבית החולים והמנהלים יכולים לנתב אותם למקומות שצריך. בנוסף, הוא יכול לדעת כמה רופאים יש לו על פי התקן וכמה נמצאים בפועל, ולהיערך יותר בקלות".

**השייק הסלולרי**

**גלעד בכר**, יועץ לתחום המובייל, סיפר על קמפיין שבו השתתף של רשת חנויות הנוחות מנטה, שממוקמת בתחנות של חברת דלק. "רצינו לפנות לנהגים בני 18-35. פיתחנו אפליקציה שמאפשרת להם 'להכין שייק בסלולר'. הם יכולים היו לבצע באמצעותה את כל השלבים של הכנת השייק, עד כדי ניגוב המכשיר לאחר שהוא מוכן. המטרה שלנו הייתה לתת למשתמשים לחוות את המוצר ברמה הווירטואלית".



גלעד בכר

טכנולוגית, אמר בכר, מדובר היה בקמפיין שנעשה על HTML5 בלבד. "פיתחנו אותו כך שיהיה פשוט למשתמשים - הם הגיעו לקמפיין לאחר קליק אחד בלבד, מבלי שהצטרפו להתקין אפליקציה", ציין. "הגברנו את השיווק בכך שאחרי שכל אחד מהמשתמשים סיים להכין את