

ITCHANNEL

NR. 2, ANUL 1 • NOIEMBRIE-DECEMBRIE 2012 • www.ITChannel.ro • IT MAGAZINE FOR TOMORROW

Start

VIITORUL ÎNCEPE AZI - NOUA GENERAȚIE

DE SERVERE **MICROSOFT**

*Interviu cu Bogdan Dragoș Constantinescu,
Server and Tools Business Group Lead la
Microsoft România*

>>> pag.10-11

Despre oameni și (sau) tehnologie

Silviu Hotăran

>>> pag.24-25

Adaptare la schimbarea pieții prin inovare și creativitate

John Cușa, Country Manager ASBIS România

>>> pag.14

Pasiune în IT - PRAS Consulting de 10 ani

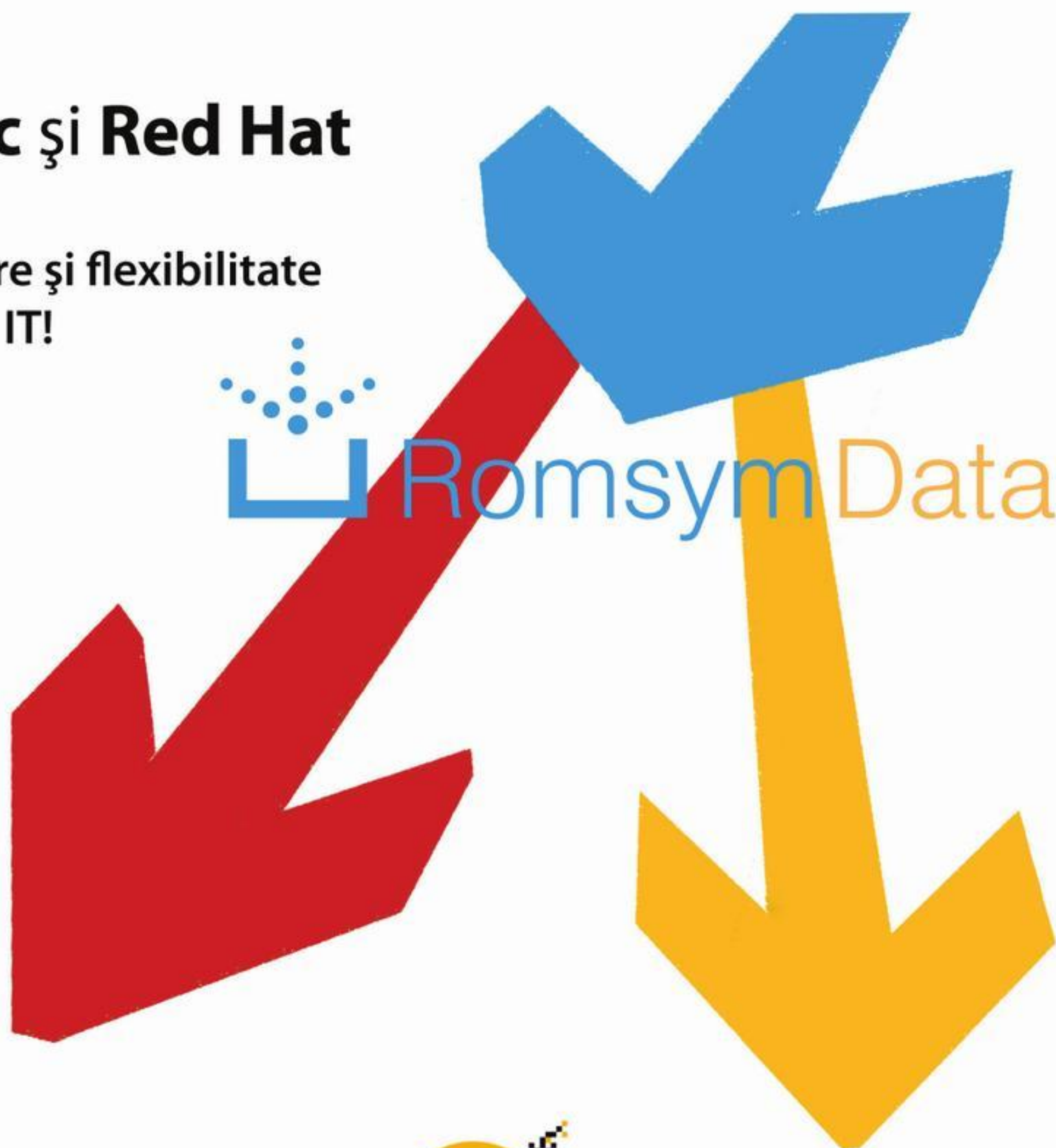
Andrei Suciu, fondator și director de vânzări

>>> pag.9



Symantec și Red Hat

Adaugă valoare și flexibilitate
infrastructurii IT!



Symantec și Red Hat le oferă clienților șansa unică de a administra mai ușor soluțiile cloud, precum și implementarea centrelor de date, datorită unui mediu mai flexibil și deschis, în ceea ce privește elementele hardware, software și sistemele de operare. Soluțiile combinate oferă recuperarea automată în caz de dezastre, un management de stocare îmbunătățit pentru centrele de date multi-storage, cu multiple sisteme de operare; precum și redundanță optimă din punct de vedere al costului, pentru bazele de date Oracle.



ÎNTREABĂ EXPERTII ITCHANNEL!

www.itchannel.ro/AskExperts

Robert KOMARTIN

Enterprise Application
Software



Viorel ALEXANDRU

Web & Application
Development

Mihai MADUSSI

Microsoft Dynamics
NAV & AX



Paul ROMAN

Exchange Server and
Collaboration

Ioana RENȚEA

Financial Management
Systems



Dragoș MĂNAC

Cloud Computing

Mihai MUNTEANU

Networking



10,15,20...

Mărturisesc: editorialul este ultimul text pe care îl scriu, amânat, firește, până ce deadline-ul a bătut la ușă. După obicei, privesc rezultatul – adică numărul 2 pe care îl citiți acum – cu un ochi critic, dar și cu bucurie.

Categoric, lumea IT se transformă, piața se schimbă și se maturizează. Așa se face că veți citi despre companii care se ocupă excelent de IT de zece, de cincisprezece, de douăzeci de ani... Ne bucurăm să avem alături de noi, în acest număr, trei companii care au împlinit 10 ani (PRAS Consulting), 15 ani (LLP Dynamics) și 20 de ani (Romsym Data). O performanță remarcabilă într-o lume care se zbate adesea pentru supraviețuire.

Mulțumesc în primul rând experților și colaboratorilor noștri pentru ideile lor, pentru timpul prețios pe care l-au petrecut cu aceste articole și pentru tot suportul. Mulțumesc celor care ne-au trimis opiniile, încurajări,



Silviu COJOCARU
Redactor-șef ITChannel

dar și, în egală măsură, celor sceptici :). Conștienți că nu suntem perfecți, am căutat să facem lucrurile cât mai bine.

Voi veți judeca, acum. Veți citi despre cloud (firește, doar este subiectul zilei) în multiplele sale forme și abordări, despre sisteme noi, despre tendințe. Ne bucurăm ca în acest număr să-l avem alături de noi pe Silviu Hotăran, unul dintre liderii importanți din piața autohtonă. Despre oameni și tehnologie, despre tehnicieni și manageri – aflați mai multe în interviul pe care domnia sa a avut amabilitatea să ni-l acorde.

Ne vom vedea în 2013, un an cu noroc, sperăm, pentru toți. Până atunci, echipa ITChannel vă dorește Sărbători Fericite!

P.S. Vă reamintim că orice opinie legată de acest demers editorial este binevenită. Așteptăm opiniile dumneavoastră pe oricare dintre adresele redactie@itchannel.ro, silviu@itchannel.ro. □

ITCHANNEL

EDITOR

ITChannel Communications

str. Burdujeni nr.7, sector 3
cod 032727
București

CONTACT

Telefon: 031 420 78 73
Mobil: 0729 777 404
E-mail: redactie@itchannel.ro
Web: www.itchannel.ro

REDACȚIA

Silviu Cojocaru (silviu@itchannel.ro)
Camelia Cojocaru (camelia@itchannel.ro)
Andreea Neagu (andreea@itchannel.ro)
Iustin Vădană (iustin@itchannel.ro)
Antonio Buză (antonio@itchannel.ro)

TIPĂRIT LA

Tipografia EVEREST
office@everest.ro
www.everest.ro
ISSN 2285 – 4967

Nicio parte a revistei nu poate fi reproducă, parțial sau integral, fără acordul scris al editorilor.



IBM PURESYSTEMS – O EVOLUȚIE IMPORTANTĂ PENTRU SISTEMELE INFORMATICE

Noua gamă de sisteme IBM PureSystems încearcă să ofere o nouă perspectivă pentru sistemele informatice. Având numeroase funcții în zona de inteligență artificială și a sistemelor expert, noile soluții permit companiilor să răspundă mai rapid la noile cerințe ale pieței. Cu prilejul evenimentului care a prezentat facilitățile gamei IBM PureSystems pe zona de stocare, management și Big Data, Michael Paier, General Manager - IBM South and Eastern Europe & Acting Country General Manager of IBM România, ne-a acordat următorul interviu.

ITChannel: În opinia dumneavoastră, care sunt provocările principale pe care le întâmpină organizațiile în domeniul IT-ului?

Michael Paier: Cred că provocarea principală pentru IT este complexitatea extrem de ridicată, pentru că ritmul dezvoltării este extrem de rapid și necesitățile sunt în continuă schimbare. Astfel, complexitatea, îmbinată cu o multitudine de cerințe, este o provocare pentru tot mai multe organizații. Astăzi, companiile trebuie să lanseze rapid servicii și produse pe piață, mai ales în această perioadă în care economia nu este în creștere.

Din punctul meu de vedere, dacă privim afacerile din perspectivă financiară, toată lumea așteaptă să înceapă noul an și să intrăm pe o cale de creștere economică. Pentru că am ocazia să petrec destul de mult timp aici, aceasta este impresia mea și în ceea ce privește România.

ITC: Care sunt noutățile aduse de noua familie de soluții IBM PureSystems?

M.P.: Noile sisteme IBM PureSystems au

„Implementarea rapidă este un argument cheie.

Românilor le plac provocările, iar acesta este un lucru bun.”

avantajul de a integra toate componentele la nivel de design. Încă din faza proiectării, adunăm toate elementele necesare, astfel obținem o integrare dintr-o etapă incipientă. Așadar, nu este o combinație de componente care apoi sunt integrate la final. Cred că acesta este un proces foarte important, pentru că asigură o integrare la nivel nativ a tuturor componentelor și aplicațiilor.

ITC: Cât de importante sunt noile sisteme expert integrate pentru viitoarea strategie de afaceri IBM?

M.P.: Credem că sunt foarte importante; nu doar pentru IBM, dar și pentru clienții noștri, deoarece aceștia întâmpină multe provocări în IT și în afaceri. Spre exemplu, în ceea ce privește reglementările bancare, nevoile clienților sunt în continuă schimbare și trebuie să aloce permanent resurse suplimentare pentru a le implementa. Dacă ai o afacere ce trebuie să implementeze aceste reglementări, acest sistem este o modalitate simplă de a răspunde acestor nevoi.

ITC: Compania IBM a fost întotdeauna inovatoare. Din perspectiva inovației, la ce ar trebui să se aștepte clienții de la PureSystems?

M.P.: Această întrebare este dificilă pentru că suntem la începutul unor evoluții importante în domeniul IT. În zilele noastre, IBM este o companie de succes pentru că este într-o schimbare continuă. Cred că este un proces sănătos, care ne-a condus către succes în ultimii ani, îndeosebi în aceste

perioade dificile din punct de vedere economic. Această schimbare constantă oferă organizației șansa de a reacționa și de a se adapta rapid la cererile pieței. Pentru mine acest lucru înseamnă a asculta și a reacționa la cerințele clientului.

Așadar, unde se îndreaptă familia IBM PureSystems? Cred că îmbunătățește funcționarea afacerilor în companii. Com-

paniile vor fi mult mai flexibile, mai rapide și probabil vor putea lua decizii mai eficiente.

ITC: Cum a fost primit IBM PureSystems de către partenerii de afaceri IBM?

M.P.: Avem o relație foarte strânsă cu partenerii de afaceri, atât pe zona de software, cât și pe cea de hardware. Cu siguranță, ei constituie un element cheie pentru succesul IBM PureSystems. Piața este foarte mare, iar noi trebuie să ne asigurăm că partenerii noștri vin cu propriile soluții în cadrul acestei platforme noi. Avem deja un număr foarte mare de produse și soluții care au fost integrate de parteneri pe platforma IBM PureSystems, lucru care dovedește interesul ridicat al partenerilor pentru noua gamă de soluții.

ITC: Dacă aș fi un potențial client, care ar fi cele mai bune argumente pentru a mă convinge să achiziționez sistemul PureSystems și care este valoarea pe care aceste sisteme integrate o vor adăuga afacerii mele?

M.P.: Până la un punct, depinde de client. Implementarea rapidă este un argument cheie. Românilor le plac provocările, iar acesta este un lucru bun. Clientul vrea să simtă, să vadă, să știe cum funcționează și cât de repede rulează un produs. Putem deschide multe uși din acest motiv. Acest sistem este adresat companiilor mici, care au probleme precum lipsa de angajați specializați pentru anumite produse IT, oferindu-le oportunitatea să se dezvolte. Pentru companiile mari, sistemul oferă șansa de a se alinia la obiectivele strategice și de a răspunde mai rapid la cerințele pieței. □

Interviu realizat de Silviu Cojocaru

LLP DYNAMICS – 15 ANI DE MICROSOFT ÎN ROMÂNIA

LLP Dynamics este primul partener din România care a realizat implementări de Microsoft Dynamics NAV (anterior Navision) și Microsoft Dynamics AX (anterior Axapta). LLP Dynamics are peste 240 de implementări de Microsoft Dynamics NAV și 60 de proiecte de Microsoft Dynamics AX, fiind unul dintre cei mai experimentați parteneri Microsoft Dynamics din regiune. Recent, LLP a împlinit 15 ani de Microsoft Dynamics pe piața locală. Cu acest prilej, Mihai Madussi - Services Director la LLP Dynamics – ne-a oferit mai multe informații cu privire la obiectivele acestei companii la nivel local și regional.



ITChannel: Cum se prezintă piața de ERP (Enterprise Resource Planning) în România acum, după mai mulți ani de criză?

Mihai Madussi: Din punctul de vedere al LLP Dynamics România, criza nu a mai fost resimțită atât de acut începând cu 2010, de când noi am avut o creștere anuală de 30-40%. Există o scădere într-adevăr în zona de licențe, pentru că multe filiale ale unor companii externe vin deja cu soluțiile achiziționate din străinătate și ne contractează numai pentru servicii de implementare. Astfel, creșterile se văd pe partea de servicii și compensează eventualele minusuri pe zona de licențe.

Dacă în 2008 domeniul IT a simțit imediat criza, revitalizarea am simțit-o încă din primăvara anului 2010, spre deosebire de alte domenii.

ITC: Ce presupune ca model de afaceri statutul de partener Microsoft?

M.M.: În acest an am primit recunoașterea "2012 Inner Circle Microsoft Dynamics", intrând astfel în grupul de elită al partenerilor strategici Microsoft. Ce înseamnă aceasta: produsele Microsoft Dynamics sunt vândute clienților doar prin partenerii Microsoft. Astfel, orice solicitare venită din partea unui client direct la Microsoft, este redirecționată către parteneri. Este un parteneriat de care suntem mândri și care înseamnă recunoașterea oficială a valorii companiei noastre.

ITC: Cum se poziționează Microsoft Dynamics NAV și AX față de competitorii tradiționali (SAP, Oracle etc.)?

M.M.: Microsoft Dynamics AX este în competiție directă cu SAP și Oracle. Dacă un

proiect AX nu răspunde la toate cerințele unei verticale, el poate fi dezvoltat cu ușurință, astfel încât să atingă nivelul dorit. Am avut multe proiecte în care AX a câștigat în fața SAP și Oracle, și alegerea s-a făcut în raport cu funcționalitățile prezente, interfață, buget, timp de implementare, etc.

ITC: LLP Dynamics împlinește 15 ani. Care este "secretul" succesului vostru? Cu ce atuuri vă diferențiați față de competiție?

M.M.: Secretul nostru este statornicia. În mare parte avem aceeași echipă de management și consultanță de la început, și e important că oamenii și-au păstrat entuziasmul și dorința de a face proiecte. În plus, modelul de acționariat al companiei nu s-a schimbat.

Ca și atuuri, suntem un grup internațional, având o experiență și un know-how de pri-

M.M.: Infomed Fluids este un proiect complex din industria pharma care necesită și o implementare a unui add-on specializat pe controlul calității specific acestei industrii. Infomed a fost și primul proiect pe versiunea 2012 a Microsoft Dynamics AX, beneficiind de cele mai noi tehnologii și funcționalități puse la dispoziție de către Microsoft.

Provident este un alt proiect AX, primul proiect de Dynamics din România cu contabilitate bancară, pentru care LLP Dynamics a făcut mai multe particularizări și adaptări ale sistemului Microsoft Dynamics AX.

ITC: Care sunt planurile LLP Dynamics pentru următorii ani?

M.M.: Dorim să ne continuăm creșterea și să ne extindem pe mai multe piețe. De asemenea, ne propunem să îmbogățim gama

“Secretul nostru este statornicia. În mare parte avem aceeași echipă de management și consultanță de la început, și e important că oamenii și-au păstrat entuziasmul și dorința de a face proiecte.”

mă clasă, spre deosebire de alți competitori români. Un alt punct de diferențiere constă în faptul că avem produse cu care putem aborda orice proiect, pe foarte multe verticale.

ITC: Există anumite proiecte de care sunteți mai atașat? Există un "top" al proiectelor la care aportul LLP "a făcut diferența" pentru un client?

de produse (Microsoft Dynamics CRM este unul dintre produsele pe care dorim să le adăugăm la portofoliul nostru). Important este să creștem și numărul de resurse din cadrul organizației (consultanță, dezvoltare, vânzare) și chiar să avem propriul Add-on pentru produsele Dynamics dezvoltat la nivel local. □

Interviu realizat de Silviu Cojocaru



IBM INFORMATION ON DEMAND 2012

La finele lunii octombrie 2012 s-a desfășurat la Las Vegas unul dintre cele mai importante evenimente pe zona de business analytics și big data. Evenimentul Information On Demand 2012 (IOD) este evenimentul anual al IBM pentru aceste domenii, care au căpătat o importanță tot mai mare pentru organizații în ultimii ani.

IOD 2012 a reunit o audiență formată din peste 12.000 de profesioniști IT. A fost impresionant să văd adunați acești specialiști într-o singură sală la secțiunea de deschidere a evenimentului. Presupunând că evenimentul ar fi fost organizat la București, nu aveam nici măcar o sală care să ofere logistica pentru așa ceva (potrivit Wikipedia Sala Polivalentă are maxim 6.000 de locuri). Prezentarea principală, în cadrul evenimentului de deschidere, a fost susținută de Robert J. LeBlanc Senior Vice President, Middleware Software – IBM Software. „Potrivit <<IBM CEO Study>>, zona de big data și analiză a datelor este foarte importantă pentru companii. Peste 90% dintre cei peste 1000 de CEO intervievați doresc să implementeze soluții specializate pentru zona de business analytics”, a precizat Robert J. LeBlanc. Companiile sunt supuse unei explozii informaționale, determinată de impactul zonelor de mobilitate și social media, fiind tot mai greu de luat o decizie prin mijloace tradiționale pe baza acestui conținut. În acest context, instrumentele de business analytics și big data au devenit o cerință pentru orice organizație. IBM a lansat mai multe produse noi în cadrul IOD 2012. O tendință importantă

IBM IOD 2012 – Big Data fact & figures

- În fiecare minut pe glob sunt publicate 34.000 de mesaje pe Twitter și 600 de articole pe bloguri.
- Universul digital al Internetului va crește în 2012 cu 2,7 Zetabytes (mai mult de jumătate din conținutul de pe Internet fiind generat în acest an).
- 33% dintre manageri iau astăzi decizii fără să aibă toate informațiile pentru un proces decizional complet.
- 53% dintre organizații nu oferă încă acces la informații pentru toate categoriile de utilizatori.
- Rata anuală de creștere a pieței de soluții dedicate este de 60%

Datele au fost preluate din studiile: IDC, Gartner, IBM CMO study

pe care am remarcat-o la IOD 2012 este de extindere a ariei de utilizare a soluțiilor de business analytics. Astfel, dacă acum câțiva ani soluțiile de acest gen erau utilizate cu precădere de companiile mari,

astăzi aceste soluții pot fi implementate și de către companiile medii și, în unele cazuri, chiar de către companiile mici. Multe dintre soluțiile IBM sunt disponibile ca servicii software (SaaS) sau în cloud, lucru ce simplifică procesul de implementare chiar în cazul unor companii mici.

Business Analytics pentru tot mai multe domenii

IOD 2012 s-a desfășurat pe un număr mare de secțiuni. Dincolo de componenta tehnologică (IBM Cognos, SPSS, DB2, PureSystems specializat pe zona de business analytics etc.) este impresionantă verticalizarea acestui domeniu. Spre exemplu, IOD 2012 a inclus o secțiune dedicată soluțiilor de big data pentru domeniul medical. Zona de analiză predictivă, integrată în noile produse, ajută organizațiile medicale să identifice pacienții care prezintă un risc pentru anumite boli sau care necesită intervenții medicale. „Soluțiile IBM oferă o platformă completă pentru managementul și analiza datelor medicale. Important de subliniat este că soluțiile IBM pentru domeniul healthcare au un nivel foarte bun de recuperare a investiției (ROI – Return on Investment)”, a declarat dr. Paul Grundy, MD, Global Director of Healthcare and Transformation – IBM. □

Silviu Cojocaru

IBM IOD 2012 – VIDEO ȘI ALTE ARTICOLE PE WWW.ITCHANNEL.RO

Pe site-ul IT Channel, la adresa <http://itchannel3.itchannel.ro/category/info2012/>, sunt disponibile alte articole și material video dedicate evenimentului IOD 2012.

IMPLEMENTAREA INFOR ION BUSINESS INTELLIGENCE LA GRIVCO GROUP

LLP Group realizează unul dintre cele mai complexe proiecte de business intelligence la un grup de companii cu capital românesc. Soluția de business intelligence implementată de către LLP Group urmează să optimizeze procesele decizionale pentru cele peste 50 de companii din cadrul grupului Grivco, unul dintre cele mai mari grupuri de companii cu capital integral autohton

Despre GRIVCO Group

Înființat în 1991, grupul GRIVCO a înregistrat o dezvoltare continuă a activității, devenind unul dintre liderii economiei locale. Grupul GRIVCO are în prezent peste 3.500 de angajați și o valoare de piață totală estimată de 1,5 miliarde Euro. GRIVCO este un holding, având în portofoliu firme din domeniile: comerț, mass-media (Intact Media Group care include și cunoscutele posturi de televiziune Antena 1, 2, 3, Euforia și GSP), producție, agricultură, servicii, precum și pe zona de operațiuni pe bursa de valori.

Situația inițială

„Holdingul folosea diferite soluții ERP în companiile sale. Pentru raportare și bugetare se utiliza Excel-ul. Pe măsură ce grupul GRIVCO s-a dezvoltat, acesta nu a mai răspuns nevoilor noastre. Nu existau informații în timp real, iar uneori se aștepta închiderea unui exercițiu contabil pentru obținerea unor rapoarte consolidate. Mediul economic este extrem de dinamic și dificil datorită crizei economice, fiind necesară în acest sens fluidizarea proceselor decizionale din cadrul grupului,” a declarat Aura Zaharia, Group CFO – Grivco Group. În acest context, a apărut necesitatea implementării unei soluții capabile să integreze procesele din cadrul grupului, foarte diferite de la companie la companie.

Alegerea soluției și a partenerului de implementare

O parte dintre companiile din grupul GRIVCO utilizează de peste șase ani soluția Infor Financial Business (anterior SunSystems). Televiziunile (Antena 1, 2 și 3, Euforia și GSP) sunt clientul LLP, reușind să-și automatizeze procesele din cadrul organizației. „Avem o relație de colaborare de lungă dura-



tă cu LLP Group, lucru care a contat foarte mult în alegerea soluției și a partenerului de implementare. Am evaluat mai multe soluții de BI existente pe piață, Infor ION BI răspunzând cel mai bine cerințelor noastre,” a declarat Aura Zaharia.

„GRIVCO este unul dintre primele grupuri cu capital integral românesc care a luat decizia de implementare a unei soluții de business intelligence, lucru care este mai mult decât lăudabil. În general, aceste instrumente sunt încă apanajul companiilor multinaționale, care au beneficiat de aceste soluții în urma unui transfer de know-how de la companiile mamă,” a declarat Ioana Rențea, Infor Services Manager la LLP Group.

Beneficii

Legat de procesul de implementare, Ioana Rențea a declarat: „Grupul GRIVCO are o structură eterogenă a afacerilor. Cele 50 de companii din grup au modele diferite de afaceri. De la mass-media la servicii, de la producție la distribuție de combustibili. Tre-

buie să admit că principala provocare pentru noi a fost identificarea unor elemente comune și dezvoltarea unui sistem de indicatori adecvați la nivel de grup.”

Pentru a facilita integrarea diverselor categorii de sisteme, grupul GRIVCO a decis să implementeze Infor Business Financial în toate companiile grupului. Acest lucru a simplificat procesul de integrare, reducând foarte mult și costurile aferente procesului de consultanță. „Important pentru noi este că sistemul ne-a oferit o privire de ansamblu asupra afacerilor la nivelul întregului grup. Datele sunt disponibile în timp real, lucru care conduce la o fluidizare a proceselor decizionale,” a declarat Aura Zaharia.

Implementarea a inclus 9 grupe de rapoarte, printre acestea numărându-se: rapoarte financiare potrivit legislației fiscale autohtone, rapoarte financiare IFRS, analiza bilanțului, analiza veniturilor și cheltuielilor, rapoarte de analiză financiară ș.a. În general, companiile folosesc numai 20% dintre informațiile care rezultă în urma derulării proceselor de afaceri. Un sistem de tip business intelligence permite analizarea unui volum tot mai mare de informații și contribuie activ la eficientizarea proceselor decizionale.

„O facilitate importantă a produsului Infor BI este reprezentată de posibilitățile de construcție a rapoartelor. După ce au fost dezvoltate cuburile de date și procedurile de import din sistemele tranzacționale, am fost în măsură să ne construim propriile rapoarte,” a declarat Aura Zaharia.

„Infor ION BI ne-a oferit un nou nivel de maturitate în raportare. Integrând informațiile din surse multiple și informații din toate companiile grupului, avem o imagine detaliată asupra business-ului. Dacă în trecut, unele informații erau furnizate managementului numai după închiderea perioadei de raportare financiară, astăzi aceste informații sunt disponibile zilnic pentru management. În unele situații, putem considera că timpul de transmitere a informațiilor către management s-a redus și cu 20 de zile,” a concluzionat Aura Zaharia.

LLP Romania

Str. Costache Sibiceanu nr.20, sector 1, București,
cod poștal: 011514
Tel.: (+40) 21 224 55 16, 224 55 17;
Fax: (+40) 21 224 54 24
ioana.rentea@llpgroup.com

BELGIUM
BULGARIA
CZECH REPUBLIC
HUNGARY
LUXEMBOURG
MEXIC
ROMANIA
RUSSIA
SLOVAKIA



YMENS – SOLUȚIE ÎN CLOUD PENTRU IMM-URILE DIN ROMÂNIA

Dezvoltate în concordanță cu piața de business locală, soluțiile de cloud computing Ymens oferă instrumente flexibile și integrate, disponibile pe o gamă largă de echipamente - laptop, tabletă, smartphone - cu funcționalități unice, adaptate nevoilor de business ale IMM-urilor. Călin Butunoi, General Manager al diviziei Ymens, a avut amabilitatea să ne ofere un interviu cu o ocazia lansării noii game de soluții de cloud computing.

ITChannel: Am văzut că vă poziționați diferit față de ceilalți competitori, oferind soluții de cloud computing create pentru piața locală. Ce ne puteți spune despre această abordare a pieței?

Călin Butunoi: Suntem foarte legați de piața locală și suntem apropiați de clienți. Antreprenorul este o persoană foarte dinamică, luând într-un interval de timp scurt foarte multe decizii cu un impact important asupra afacerii. Și atunci companiile din zona IMM au nevoie de o soluție care le oferă rapid avantaje competitive.

ITC: Înțeleg că platforma cuprinde, pe lângă soluțiile dezvoltate intern și soluții ale partenerilor. Ele sunt integrate în platformă?

C.B.: Platforma Ymens include mai multe aplicații dezvoltate de noi sau de partenerii noștri. Ideea de bază este a oferi soluții de top pentru fiecare activitate specifică a IMM-urilor. Din punct de vedere al integrării, toate comunică între ele, și mai mult



decât atât, comunicarea se realizează criptat.

ITC: Ați precizat că pe platforma M.O.R.E. (n.r. platforma de cloud anterioară a companiei TeamNet, platformă care a fost înlocuită de soluția Ymens) aveți 5.000 de utilizatori. Deci, practic, acești utilizatori vor fi portați la noua platformă?

C.B.: Pe platforma M.O.R.E. există într-adevăr peste 5000 de clienți care vor fi portați pe Ymens. Utilizatorii pot accesa noile produse incluse în platformă, precum și cele mai noi versiuni ale produselor integrate pe platforma Ymens.

Printre funcționalitățile incluse în platforma Ymens, se numără și o aplicație de pontaj. De asemenea, pe Ymens există un roadmap consistent de integrare a unor noi aplicații.

ITC: Care ar fi strategia de promovare pe viitor a serviciului și dezvoltare a unei mase critice de clienți?

C.B.: Suntem cu toții la început, în acest moment nu există nici măcar un studiu de cloud în România. Vrem să ajungem cât mai repede la o masă critică de clienți care să ne permită să susținem și mai bine acest business. Dar în momentul acesta, vreau să fim cât mai populari, și o facem și cu ajutorul unor astfel de evenimente (n.r. conferință de presă) și cu ajutorul vostru (n.r. jurnaliști), astfel încât antreprenorul, la momentul în care ia decizia, să știe că există soluția pe masă, să știe foarte bine că există Ymens, să știe că atunci când achiziționează și alege Ymens, e de zece ori mai eficient economic față de variantele tradiționale.

Eu nu spun „cloudul răspunde la toate întrebările, este exact ceea ce-ți doreai și îți face și cafeau dimineața”, eu spun „cloud este o alternativă pe care trebuie să o iei în seamă, care îți aduce beneficii imediate în business”; asta este ceea ce-mi doresc și acesta este scopul pe care îl avem în perioada imediat următoare. □

Interviu realizat de Silviu Cojocaru

PASIUNE ÎN IT

PRAS CONSULTING DE 10 ANI

Compania PRAS Consulting aniversează anul acesta 10 de ani de existență pe piața IT din România, fiind una dintre cele mai dinamice firme autohtone și un partener Microsoft important pe piața locală. Cu această ocazie, am discutat cu Dl. Andrei Suci, fondator și director de vânzări al companiei, despre cei zece ani de business IT.

ITChannel: Cum ați caracteriza piața IT din România, în comparație cu ceea ce era acum 10 ani?

Andrei Suci: În 2012 avem în România o piață IT matură, care oferă soluții la probleme complexe, care va începe în curând să competiționeze cu piețele IT din țările avansate. Comparând cifrele de astăzi cu cele de acum 10 ani, este o diferență zdrobitoare, de unde reiese că sectorul IT a cunoscut o dezvoltare exponențială în toți acești ani.

ITC: Este cloud computing un „buzzword” sau un pariu câștigător pentru firmele din IT?

A.S.: Că vrem sau nu, cloud computing va domina piața IT în maxim 5 ani. Competențele IT scad, costurile cu personalul IT cresc, piața de business cere dinamism, cere

de la sine, după care a urmat o perioadă în care ne-am axat pe tehnologiile la care ne pricepem cel mai bine. În acest moment venim cu o nouă abordare, pe care o vom pune în aplicare din 2013 și pentru care ne pregătim de câteva luni de zile.

ITC: Pe ce se bazează succesul firmei într-o piață destul de aglomerată? Cu ce vă diferențiați față de ceilalți competitori?

A.S.: Piața pare aglomerată, însă din păcate, prea multe firme oferă o calitate mediocră. Sunt foarte puține firme pe piața autohtonă care ar putea rezista pe piețele IT din țările dezvoltate (USA, Europa de Vest, nu mai vorbim de Japonia). De la început, noi am stabilit o serie de principii de business pe care le vom respecta mereu: calitate ridicată în furnizarea soluțiilor, im-

„De la început, noi am stabilit o serie de principii de business pe care le vom respecta mereu: calitate ridicată în furnizarea soluțiilor, implicare, orientare către cerințele clienților și respectarea angajamentelor date.”

micșorarea investițiilor, cere controlul riscurilor investiționale, și ca atare cloud computing este o alegere adecvată. Firmele de IT pot câștiga acest pariu doar dacă își revizuiesc de la rădăcini modalitatea de furnizare a serviciilor, printr-o orientare către aplicații de business și servicii atașate.

ITC: Unde se află PRAS Consulting astăzi, după 10 ani, față de ceea ce ați gândit la momentul când ați creat compania?

A.S.: Ca să fiu sincer, acum 10 ani nu știam exact unde vom ajunge și pe ce cale vom merge. Împreună cu partenerul meu, Paul Roman, am intuit că putem dezvolta împreună ceva pe cont propriu, bazându-ne pe experiența acumulată în multele proiecte pe care le-am dezvoltat cu succes împreună, ca angajați. Business-ul s-a dezvoltat inițial

plificare, orientare către cerințele clienților și respectarea angajamentelor date. Pe cât de simple par aceste principii, pe atât de greu este de găsit o firmă care să le satisfacă întocmai. Și nu în ultimul rând, noi niciodată nu vindem vorbe!

ITC: Cum abordați piața IMM-urilor? Există aici un potențial real de creștere? Ce anume cântărește cel mai mult pentru o companie mai mică, atunci când decide să investească în IT?

A.S.: Din punctul nostru de vedere, piața IMM-urilor este piața cea mai dificil de abordat. Presiunea prețului impune eficiență maximă, așteptările sunt foarte ridicate și timpul de reacție se dorește a fi foarte redus. Toate aceste cerințe sunt contradictorii, dar totuși trebuie satisfăcute pentru



acești clienți. Piața IMM-urilor poate crește doar dacă acestea vor investi în instrumente de mărire a productivității, de scădere a costurilor. În primul rând însă, trebuie ca IMM-urile să cunoască aceste instrumente și în acest sens se impune segmentarea pieței – nu poți aborda întreaga piață a IMM-urilor, nu poți avea soluții pentru orice și în același timp să fii o firmă profitabilă.

ITC: Care este cel mai de succes produs al Dvs în acest moment?

A.S.: Avem mai multe arii în care ne mândrim că excelăm, fiind și cea mai certificată companie din România pentru domeniile respective: implementare soluții de comunicații unificate Microsoft Exchange și Microsoft Lync; implementare soluții de cloud Microsoft Office 365; implementare soluții Fax2Email de la Fenestrae.

ITC: Aveți un proiect de care sunteți mândri în mod special?

A.S.: În acest moment îmi vin în minte două proiecte pe care le-am finalizat cu succes în acest an: migrarea la Microsoft Exchange 2010 pentru una dintre cele mai mari companii petroliere din Europa, unde am implementat o infrastructură High Availability la nivel geografic, pentru 40.000 de utilizatori răspândiți în mai multe state din lume, și implementarea completă de Microsoft Office 365 pentru Sustainalytics, inclusiv cu partea de Microsoft Lync in-house în diverse locații, interfațat cu diverși provideri VoIP, unde am lucrat împreună cu o echipă de cel mai înalt nivel tehnic de la Microsoft, la nivel mondial, pentru soluționarea diverselor probleme apărute și nedocumentate. □

Interviu realizat de Camelia Cojocaru



NOUA GENERAȚIE DE SERVERE MICROSOFT

VIITORUL ÎNCEPE AZI

„Built for the Future. Ready Now” este motto-ul sub care a fost lansată nouă gamă de soluții și servere Microsoft. Serverele au o componentă de virtualizare ajunsă la a treia generație și funcționalități de integrare în cele mai complexe arhitecturi de tip cloud. Bogdan Dragoș Constantinescu, Server and Tools Business, Group Lead la Microsoft România ne-a oferit informații despre noutățile aduse de gama de Servers & Tools, care a fost complet reînnoită în această toamnă.

ITChannel: Zona sistemelor de operare este extrem de dinamică, iar migrarea în cloud este o realitate pentru tot mai multe domenii. Ce ne puteți spune despre facilitățile incluse în noua gamă de servere Microsoft?

Bogdan Dragoș Constantinescu: Pentru Microsoft, anul fiscal 2013, care a început în iulie 2012 și se termină în iunie 2013, este anul lansărilor. Pentru zona Server and Tools, am început cu SQL Server, au urmat destul de repede System Center 2012, Windows Server 2012 și Visual Studio 2012. Pot spune că pentru întreg anul 2013 avem un portofoliu nou de produse, văzute foarte bine de analiști și de către „early adopters”. Am avut un an foarte bun, cu creșteri substanțiale față de anul trecut.

Aceasta înseamnă că tehnologia propusă de Microsoft răspunde într-adevăr unor nevoi și aduce lucruri importante și deosebite pe această piață care are un mare potențial de creștere, fiindcă există un interes real față de cloud. Windows

Server a fost ultimul lansat din această suită de produse: un produs matur, care aduce foarte multe lucruri noi, gândit în mod special pentru ideea de cloud. Acesta este și conceptul din spatele lansării noii game de produse Microsoft Server, produse care sunt gata pentru cloud, deși în general clienții noștri se află în acest moment în tranziție din zona de virtualizare, care aduce niște beneficii, către zona de cloud. Vorbim aici de cloudul hibrid, vorbim de cloud privat, dar și de cloud public. Realitatea este că, de fapt, clienții vor folosi un mix între variantele de cloud. De ce? Zona de „core systems” este diferită de la companie la companie, în funcție de industrie, de competiție, și de aceea, în zona de „core systems” este așteptată o adopție destul de lentă a cloudului public, dar probabil o adopție mult mai rapidă a cloudului privat. Ceea ce nu este inclus în zona de „core systems” poate fi relativ ușor translatat spre cloudul public. Lucrurile acestea diferă, desigur, de la industrie la industrie, de

la jucător la jucător, inclusiv în funcție de mărimea companiei.

ITC: Potrivit Forrester Research, Windows Server 2012 este o alegere pentru majoritatea utilizatorilor în cloud. Prin ce se diferențiază noua versiune a sistemului de operare?

B.C.: Windows Server și System Center stau la baza conceptului Cloud OS. Cloud OS înseamnă o combinație între arhitecturile de cloud hibrid și partea de aplicații moderne. Ce produse sunt în spate? Pentru cloud hibrid, sunt folosite Windows Server, System Center și Visual Studio. Pentru partea de aplicații este utilizat Windows Azure. Ce avantaje aduce platforma de la Microsoft? System Center oferă o suită de management, extrem de bine articulată, de la managementul de mașini virtuale, până la managementul de operații, tratarea aplicațiilor în timp real, posibilitatea de a realiza în ce măsură o aplicație funcționează cum trebuie sau are nevoie de o intervenție pentru optimizare.

System Center oferă o automatizare cât mai mare, absolut necesară pentru ideea de cloud, și încă un lucru extrem de important - posibilitatea de a oferi management de la o singură consolă pentru mediile fizice, virtuale și, în același timp, pentru managementul cloudului privat și public.

Alt diferențiator major pe care doresc să-l subliniez, System Center este singura consolă de management care face de fapt management dincolo de partea de infrastructură, pentru zona de aplicații (inclusiv pentru platforma Windows Azure), asigurând diagnostic în timp real, reperare, emiteri de alarme și așa mai departe, în așa fel încât aplicația este cea importantă, cea vizibilă pentru utilizatorul final.

ITC: Ce ne puteți spune despre zona de Business Intelligence (BI), o componentă extrem de importantă pentru utilizatori în acest moment?

B.C.: Este important de subliniat faptul că piața, mai ales datorită presiunii economice din ultimii ani, are evoluții extrem de rapide, câteodată chiar dramatice.

În acest context, o companie are nevoie de date și informații care să îi permită să ia o decizie corectă cât mai devreme, precum și să lărgască baza celor care au acces la acest gen de informații, din diferite funcțiuni ale companiei, nu numai top managementul. În al doilea rând, aceste rapoarte nu mai pot fi statice, pregătite de o echipă de BI, ci trebuie să fie furnizate rapid, la cererea și pentru uzul mai multor persoane din companie, pe baza mai multor scenarii: „ce facem dacă ...?” Astfel, companiile pot lua decizii mult mai repede decât înainte. Și astfel, a apărut nevoia de a „împinge” ideea de BI către „BI în masă”. Până la urmă nu este nimic de mirare, dacă această idee este susținută și de o cultură organizațională în care din ce în ce mai mulți utilizatori au acces la genul acesta de instrumente și joacă un rol activ în procesele de decizie.

„Părerea mea este că problema majoră legată de viteza de adopție a cloudului este legată de încredere.”

Pornesc de la o idee relativ simplă. Excelul, în momentul de față, are peste 300 de milioane de utilizatori, la nivel mondial. Conform studiilor făcute, peste 30% dintre cei care folosesc această platformă o doresc ca interfață pentru aplicațiile de BI. Ideea pe care Microsoft o propune este de a aduce

puterea de BI, puterea de a privi rezultatele de business din diverse perspective, pentru o masă mai mare de utilizatori. Ușurința în utilizare garantează o implementare ușoară și un succes al proiectului. Ținând cont de interfața familiară a Excel-ului, companiile au capacitatea să folosească informația pe care o obțin pentru un grup cât mai mare de utilizatori. Tehnologiile noi care sunt incluse în SQL Server 2012 atât din partea de depozite de date, de administrare și de BI, permit folosirea Excel ca platforma de BI pentru utilizatorii finali.

Aici, întorcându-ne puțin la realitatea pieței românești, trebuie să recunoaștem că este o nevoie destul de mare de educare

lumea face diferența, nu toată lumea constată sau este ferm convinsă că este un lucru spre care trebuie să meargă rapid.

ITC: Întorcându-ne la zona de infrastructură, ce ne puteți spune despre noile facilități pe zona de virtualizare și stocare în Windows Server 2012?

B.C.: Componenta de virtualizare din Windows Server 2012 este la a treia generație, fiind o tehnologie matură. Pot să spun că în momentul de față, din punct de vedere tehnologic, nu avem niciun fel de motiv să ne considerăm mai prejos decât orice competitor care oferă soluții de virtualizare, ba chiar sunt multe zone în care avem un plus semnificativ.

„Pot spune că pentru întreg anul 2013 avem un portofoliu nou de produse, văzute foarte bine de analiști și de către <<early adopters>>.”



Pornind de la ideea că nevoia de date este în mod evident din ce în ce mai mare, nevoia de stocare este și ea în creștere, iar soluțiile de stocare au devenit tot mai scumpe. Windows Server 2012 oferă performanța la nivel de SAN (Storage Area Network), la prețuri de server. Și avem aici funcționalități specifice soluțiilor complexe: migrarea de mașini virtuale, posibilitatea de a transfera datele într-un site secundar etc.

ITC: După cum ați precizat componentele de cloud computing și virtualizare au fost extrem de importante pentru gama nouă de servere Microsoft. Ce ne puteți spune despre dezvoltarea acestor produse în perioada următoare?

B.C.: În această zonă de infrastructură, este prea devreme să facem o analiză. Dar dacă luăm în considerare, în general, ideea de cloud, peste tot unde au existat implementări, fie PAAS, fie SAAS, pofta a venit mâncând. Părerea mea este că problema majoră, legată de viteza de adopție a cloudului, este legată de încredere. Lumea merge la conferințe, citește articole, aude de cloud, este un bombardament cu informații. Notorietatea este mare, dar există acea atitudine „Wait and see - Nu cumva este prea devreme să merg în direcția asta? Hai să văd ce fac alții.” Și totul durează până când l-ai folosit: nu se întâmplă nimic dramatic, este clar că te costă mai puțin și ai eliminat o serie de probleme de pe umerii tăi. □

Interviu realizat de Silviu Cojocaru

TIPĂRIREA ÎN CLOUD

- OPORTUNITATE DE AFACERI

Cloud computing este cuvântul de pe buzele tuturor când vine vorba despre viitorul IT-ului. Un alt concept însă, anume cloud printing, ar putea avea șanse mai rapide de adopție, în special din punctul de vedere al marelui public.

Sigur, una dintre cele mai importante întrebări care se pot pune în urma afirmației din subtitlu este cea legată de motivație. De ce șansa cloud printing-ului poate fi mai mare? De ce ar exista decalaje între cele două aripi ale cloud-ului, când, tradițional, tipărirea a fost un accesoriu care a venit după rezolvarea procesării prin mijloace electronice de calcul?

Să vedem mai întâi ce ar însemna cloud printing. Simplu spus, înseamnă posibilitatea oferită oricărei aplicații, de tip web, desktop sau mobile, de pe orice dispozitiv conectat la Internet să tipărească pe orice imprimantă, conectată la rândul ei la Internet.

Tehnic vorbind, lucrurile nu par deloc complicate. Aplicațiile pot tipări prin intermediul unui dialog de tipărire banal, bazat pe web, pe orice imprimantă conectată la un serviciu de tipărire din cloud. Imprimanta respectivă dispune de o adresă web și poate primi documente spre tipărire de oriunde, desigur pe baza unei ierarhii de acces stabilite de deținătorul dispozitivului.

Cel care dorește să tipărească în cloud, la rândul lui, nu are altceva de făcut decât să își țină documentele pe care le dorește imprimate într-un serviciu cloud de arhivare, public sau privat are mai puțină importanță, de unde poate comanda foarte ușor imprimarea prin acces Internet.

Creșterea mobilității utilizatorilor de IT are potențialul de a transforma o astfel de metodă de tipărire în nevoie. Smartphone-urile și tabletele, de pildă, în mod tipic nu dispun de un sistem propriu de tipărire sau, în unele cazuri, au un astfel de sistem limitat, care nu prea suportă imprimantele curente de pe piață. Realitatea arată însă că astfel

de dispozitive mobile tind să înlocuiască notebook-urile și sunt tot mai prezente în modul de lucru cotidian al indivizilor.

Cloud printing este răspunsul care se impune pentru toți acești utilizatori caracterizați de mobilitate. Cea mai apropiată imprimantă conectată la Internet poate însemna răspunsul rapid, de pildă, la nevoia de a modifica pe loc prevederile unui contract care trebuie încheiat sau de a tipări rapid documente cerute în ultima clipă de cine știe ce ghișeu administrativ atunci când deja te-ai așezat la coadă și nu îți poți permite să mai pierzi timp cu încă o deplasare.

Cloud printing este răspunsul care se impune pentru utilizatorul caracterizați de mobilitate

Din cele de mai sus reiese limpede una din trăsăturile fundamentale care poate deosebi cloud printing de cloud computing: rata potențial extrem de rapidă de adaptare a lui de către marele public. Asta spre deosebire de cloud computing, unde ezitățile legate de adopția cloud-ului public sunt evidente și chiar explicite, în special din rațiuni de încredere privind procesarea unor documente care pot fi socotite sensibile de către utilizatori.

Un business chiar de azi

Desigur, se poate vorbi mult despre ceea ce este cloud printing și despre beneficiile lui, mai ales pentru marele public. Din ecuație însă lipsește unul din elemente-

le fundamentale: furnizorul unui astfel de serviciu. Cine ar dori să instaleze la el la sediu imprimante conectate la Internet și care să furnizeze serviciu de tipărire publicului?

Ei bine, tocmai în așa ceva rezidă, poate, frumusețea unui astfel de concept: el se poate transforma lejer, chiar de azi, într-o extraordinară oportunitate de afaceri pentru cei suficient de întreprinzători și de axați pe satisfacerea clienților ca să vadă toate beneficiile conceptului până la capăt. Iar ca să ilustrez cele afirmate mai sus, voi prezenta pe scurt doar trei astfel de oportunități.

Cloud printing ca serviciu social

Serviciul de tipărire în cloud poate face foarte simplu parte din fenomenul extrem de complex numit eHealth. Să luăm cazul unui individ care vrea, de pildă, să primească un al doilea diagnostic de la o unitate sanitară aflată la distanță de prima.

În mod clasic, individul trebuie să își facă copii la toate analizele și la toate celelalte documente medicale, și să plece cu ele în geantă către a doua unitate medicală. Iar uneori, dacă individul pleacă, de pildă, de la București la New York, asta poate însemna cheltuieli suplimentare considerabile.

Cloud printing în acest caz ar putea însemna o scutire considerabilă de efort și bani

pentru pacienți. Cu condiția prealabilă ca să aibă salvate documentele personale undeva, într-o arhivă în cloud, orice individ va putea, prin intermediul cloud printing, să își trimită aceste documente oricărei clinici pentru un al doilea sau un treilea diagnostic chiar înainte de a se deplasa personal la respectiva clinică.

Cloud printing ca supliment de bani pentru furnizorii de utilități

Ca să nu iau un exemplu din sfera domeniului public, am să folosesc exemplul unui operator privat de telecomunicații. Indiferent de numele acestuia, rețelele fiecărui operator sunt suficient de răspândite la scară națională ca furnizarea unui serviciu suplimentar de tip ePrinting să fie o bună oportunitate de sporire a veniturilor.

Rețeta de lucru ar putea fi chiar extrem de simplă. Imprimantele cloud ready există deja și nu sunt deloc scumpe. Un operator ar avea doar de câștigat, în opinia mea, din instalarea unor astfel de dispozitive în sediile proprii, și poate chiar și în sediile partenerilor și distribuitorilor, cu ajutorul

căroră să furnizeze servicii cloud printing propriilor clienți.

Iar facturarea ar fi și ea o chestiune suficient de simplă prin adăugarea la oferta de abonament lunar. Plus că ar constitui cu adevărat o motivație pentru utilizatori de a exploata mai bine beneficiile complete ale comunicațiilor, exponențial mai mari decât simplele minute gratuite de convorbire, cu slabă valoare adăugată, care împânzesc de ani buni ofertele furnizorilor.

Cloud printing ca modalitate de fidelizare

Al treilea exemplu poate părea puțin mai exotic, dar iese imediat în evidență dacă ne gândim la numeroase locuri unde oamenii își petrec câteva ore, uneori zilnic. Este vorba de cafenele și restaurante, locuri de luat masa și relaxare, dar de foarte multe ori și locuri de negociere și chiar de încheiere contracte.

Cum problema costurilor legate de echipamente am rezolvat-o în paragraful anterior, ce ar putea împiedica patronii unor

astfel de locații de destindere să ofere și cloud printing ca serviciu suplimentar de fidelizare a consumatorilor? Mai ales că multe dintre ele oferă deja Internet gratuit sub diverse forme celor care, pe lângă consumația obișnuită, vin acolo și cu nevoia de a rămâne conectați cu restul lumii în timp real?

Cele de mai sus reprezintă, desigur, doar câteva idei de exploatare a potențialului oferit de cloud printing. Partea frumoasă aici este că transpunerea unor astfel de idei în practică reprezintă mai degrabă voință și antreprenoriat decât costuri. Partea mai puțin frumoasă este aceea că actuala conjunctură economică a făcut din reținerea clienților existenți cenușăreașă afacerilor. Cine va conștientiza mai repede că reținerea clienților este, tocmai în vremuri dificile, mai importantă decât atragerea cu orice preț de clienți noi, va avea numai de câștigat. Cine nu, va continua, probabil, să aștepte izbăvirea de la ajutoarele de stat sau, după caz, de partid. □

Bogdan Marchidanu

SHARECONOMY - NOUA PARADIGMĂ

„Push your business!” este motto-ul cu care CeBIT Hanovra, cel mai mare eveniment la nivel mondial al tehnologiei digitale, își întâmpină expozații, vizitatorii și jurnaliștii. Acesta este locul potrivit pentru cei ce caută noi oportunități de afaceri, clienți noi, dar și pentru cei ce doresc să afle cele mai noi tendințe din domeniu.

După „Cloud Technology” în anul 2011 și „Managing Trust” în 2012, organizatorii CeBIT Hanovra propun „Shareconomy”- ca temă principală pentru ediția din anul 2013. „Aplicațiile cloud au câștigat încrederea utilizatorilor și se impun tot mai mult. Este motivul pentru care și la CeBIT Hanovra va sta în lumina reflectoarelor acest trend, ce facilitează accesarea cunoștințelor, resurselor și experiențelor pentru a crea noi forme de colaborare”, a declarat Frank Pörschmann, Membru al Consiliului Director al Deutsche Messe, organizatorul CeBIT Hanovra.

„Shareconomy” descrie tendința actuală a societății, de trecere de la „a deține” la „a folosi”, de la „a cumpăra” la „a închiria”. „Car-sharing” a devenit cea mai populară formă de mobilitate. De asemenea, porta-



Bilete gratuite la CeBIT 2013!

ITChannel România, în calitate de partener media al CeBIT 2013 vă oferă bilete gratuite la CeBIT. Pentru a le putea obține vă rog să vă înregistrați aici – <http://cebit.itchannel.ro>

lurile muzicale bazate nu pe deținere, ci pe folosirea pentru o perioadă delimitată, sunt foarte populare. Soluțiile software vor fi utilizate

în funcție de nevoi, individualizate, specifice utilizatorului. Se va trece de la pachetul complet de soluții la soluții customizate ca SaaS, PaaS și IaaS (Software, Platform, respectiv Infrastructure as a Service).

Diferite sectoare ale industriei interacționează mult mai strâns pentru a genera inovație. Furnizorii de software și telecomunicații se dezvoltă împreună cu industriile dedicate consumatorilor, precum industria auto, energie, sănătate, devenind practic inseparabili.

CeBIT Hanovra 2013 este organizat pe patru platforme dedicate domeniilor: pro, gov, lab și life – ce se concentrează pe tehnologia informației, telecomunicații, electronice și media online. Temele și fo-

rumurile abordate de CeBIT Global Conferences furnizează o privire de ansamblu asupra lumii digitale și a piețelor țintă. Țara parteneră de anul viitor va fi Polonia. România va fi prezentă la târg atât cu un stand comun, cât și cu expozații individuali. □

Pentru informații legate de expoziția CeBIT Hanovra vă invităm să contactați:

Reprezentanța Deutsche Messe în România

Deutsch-Rumänische Industrie- und Handelskammer

Camera de Comerț și Industrie Româno-Germană

Persoana de contact:

Luminița CONSTANTIN

Str. Clucerului nr.35, et.2
București – 011363

Tel: +40 21 207 91 64;

Fax: +40 21 223 10 50

www.ahkrumaenien.ro





ASBIS ROMÂNIA

ADAPTARE LA SCHIMBAREA PIEȚII

PRIN INOVARE ȘI CREATIVITATE

ASBIS România s-a impus ca un reper de stabilitate în rândul distribuitorilor IT, distribuția fiind unul dintre cele mai „agitate” sectoare din IT&C. Filiala din România intră în al cincisprezecelea an de activitate, John Cușa preluând recent funcția de Country Manager. Cu acest prilej, John Cușa a avut amabilitatea să ne ofere un interviu.

ITChannel: Aveți o mare experiență în domeniul distribuției IT. Cum credeți că s-a schimbat piața de distribuție IT în ultimii 10 ani?

John Cușa: Sunt multe perspective prin prisma cărora putem spune că piața s-a schimbat. În primul rând este vorba despre ierarhia jucătorilor. Foarte multe dintre firmele care dominau piața în urmă cu un deceniu, fie și-au încetat activitatea, fie au ieșit din piața de IT. Altele și-au schimbat direcția de business, orientându-se către distribuția de produse care înglobează tehnologii înalte (produse de nișă) sau s-au transformat în urma unor procese de „Merger & Acquisition”. Oricum, multe au trecut în legendă, marcând în mod decisiv o perioadă de pionierat a antreprenoriatului IT din România. De asemenea, au dispărut din peisaj multe din numele legendare ale producătorilor consacrați.

O altă perspectivă este aceea a structurii portofoliului produselor IT. Odată cu procesul de „consumerizare”, structura portofoliului de produse distribuite și modul prin care producătorii accesează piața sunt cu totul altele. Ponderea produselor „mobile” a crescut extraordinar. Produse care acum 10 ani reprezentau vârful de gamă al unor tehnologii, au devenit extrem de accesibile și ușor de utilizat. Gândiți-vă ce reprezentau camerele foto digitale acum 10 ani, care era prețul unui copiator color sau al unui flash card de 512. Ce însemna cloudul în urmă cu 10 ani sau virtualizarea?

De asemenea, distribuția fizică a cunoscut un proces de transformare. Numărul firmelor cu centre de distribuție locale este extrem de mic, locul depozitelor și al reprezentanțelor locale fiind luat de poziții de reprezentant zonal, business developer etc.

O altă perspectivă este aceea a valorii pe care un distribuitor o generează în piață. Acei „Value Added Distributors” care înglobau servicii și competențe în livrarea fizică de produse au cam dispărut. Motivele sunt

diverse, valoarea adăugată devenind apajul reprezentanțelor, care au crescut din punct de vedere al resurselor alocate pentru piață sau, pur și simplu, distribuitorii locali au renunțat în a-și propune să facă acest lucru, lupta pentru prețul cel mai mic devenind primordială. Și spun asta cu părere de rău. Ideea fundamentală este că schimbările sunt inevitabile iar câștigătorii acestui proces nu sunt neapărat cei mai puternici, ci aceia care se adaptează cel mai repede. Prin adaptare înțeleg inteligență, capacitatea de inovare și creativitatea, respectul pentru munca în sine și pentru oamenii cu care intri în contact.

ITC: Ponderea infrastructurii și hardware-ului din piața IT&C este încă mult mai mare decât în țările dezvoltate din Europa. Există totuși o tendință tot mai accentuată de orientare a pieței pe zona de servicii și software. Care sunt obiectivele ASBIS în această zonă?

„Cu pasiune și inteligență, vom încerca să dezvoltăm aceste capacități de a livra servicii IT partenerilor noștri, care, la rândul lor, vor promova produsele pe care ASBIS le are în portofoliu.”

J.C.: Când vă referiți la piața de servicii, vă referiți cu siguranță la piața utilizatorilor finali. ASBIS nu își propune să devină un furnizor de produse și servicii pentru clientul final. Asta nu înseamnă că nu există arii de interes în care să putem să oferim la rândul nostru anumite pachete de servicii care să susțină procesul de vânzare al partenerilor noștri. Cu pasiune și inteligență, vom încerca să dezvoltăm aceste capacități de a livra servicii IT partenerilor noștri, care, la rândul lor, vor promova produsele pe care ASBIS le are în portofoliu.

ITC: Care sunt obiectivele ASBIS pe zona de retail tradițional și pe zona de retail electronic?

J.C.: Atât jucătorii din piața de retail tradițional, cât și cei din zona de retail electronic

reprezintă canale de distribuție importante pentru ASBIS. Obiectivele noastre sunt legate de îmbunătățirea performanței proceselor de vânzare pe care le punem la dispoziția partenerilor noștri, de structura portofoliului de produse și de accesul cât mai facil al acestora la produsele pe care le distribuim.

ITC: Ce ne puteți spune despre strategia de dezvoltare a unor branduri proprii (e.g. Prestigio). Investiția în branduri proprii presupune o marjă mai bună a profitului sau asigură numai o poziționare mai bună a firmei în raport cu competiția?

J.C.: Prestigio și Canyon sunt brandurile noastre și se bucură de un mare succes. Ele contribuie într-o măsură consistentă la profitabilitatea businessului ASBIS, dar maniera în care este abordată această direcție nu este doar o intenție de a transforma portofoliul într-un avantaj competitiv. Reprezintă o direcție strategică, investițiile în brandurile proprii

fiind substanțiale. Poziționarea acestor produse este foarte atent studiată, nefiind vorba de produse „entry level” ci de produse de o calitate deosebită, care oferă clienților finali o valoare mult mai mare decât a unor produse aparent similare. Trebuie să menționez, că în portofoliul Prestigio regăsim tablete sau telefoane mobile dual sim, produse care se bucură în prezent de oportunități de business extrem de mari. Cei interesați pot afla mai multe din website-ul nostru, care este foarte bine pus la punct, sau din portalul nostru de business-to-business online pentru parteneri, unde sunt disponibile mai multe informații, precum prețul personalizat, disponibilitatea în stoc și ofertele speciale curente. □

Interviu realizat de Antonio Buză

EMC LANSEAZĂ NOI VERSIUNI ALE PRINCIPALELOR SOLUȚII DE CONTENT MANAGEMENT

Creșterea explozivă a volumului de date, generalizarea mobilității și a rețelelor sociale dar și apariția unei generații conectate permanent la informație duc la o transformare consistentă a soluțiilor pentru managementul conținutului. Cunoscută ca „the information company”, EMC și-a însușit aceste tendințe și le-a transferat în strategia de business și în portofoliul de produse.

Transformarea diviziei de Content Management din cadrul EMC a început în urmă cu câțiva ani și este susținută de investiții considerabile în cercetare-dezvoltare. În acest sens, direcția strategică în care se îndreaptă EMC are la bază patru piloni: cerințele utilizatorului modern, orientarea către soluții verticale, asigurarea unui portofoliu end-to-end pentru managementul proceselor și serviciile de tip on-demand bazate pe cloud computing.

Noiembrie 2012 – Cea mai mare lansare de produse din istoria EMC

Natural, adaptarea strategiei are un impact direct la nivelul portofoliului de produse. Peste 1.000 de clienți și parteneri au participat recent la evenimentul Momentum 2012, care a reprezentat cea mai mare lansare de produse noi din istoria companiei. Practic, toate produsele EMC pentru managementul conținutului au fost lansate



Pilonii strategiei EMC pentru transformarea pieței soluțiilor de content management

- Satisfacerea cerințelor noilor consumatori de informație din generația C (connected), mai educați și mai pretențioși
- Orientarea către soluții prin combinarea tehnologiei cu know-how specific unor verticale economice
- Abordare end-to-end a proceselor de business printr-un portofoliu complet de produse și servicii
- Livrarea soluțiilor de content management în regim on demand/cloud computing

în noi versiuni majore în această toamnă, cele mai importante lansări fiind: Documentum 7, xCP 2.0, Captiva 7, xPression 4.5, Documentum D2 v4.

„Toate produsele au beneficiat de o transformare radicală, capacitatea de procesare a documentelor a crescut de până la 4 ori, viteza de dezvoltare a aplicațiilor a crescut de până la 4 ori, iar interfețele de utilizator au fost semnificativ îmbunătățite. În plus, toate soluțiile sunt disponibile în regim on demand. Acesta înseamnă aplicații de tip content și business process management puse în producție foarte rapid și o revoluție la nivelul vitezei de procesare și a experienței în utilizare”, afirmă Doru Nica, EMC Territory Sales Manager România, Bulgaria și Moldova. În cadrul aceluiași eveniment, EMC a anunțat achiziția companiei Syncplicity, furnizor de file sharing în cloud, serviciu accesibil de către orice angajat, de pe orice dispozitiv, dar controlat însă de organizație, prin setarea unor politici de securitate.



Doru NICA, EMC Territory Sales Manager Romania, Bulgaria si Moldova

Noul portofoliu de produse va avea un impact major în piață, deoarece clienții vor sesiza imediat posibilitatea implementării rapide a cerințelor noi de business, specifice mediului economic curent. Dezvoltarea unei aplicații noi, care anterior necesita 3 până la 12 luni, poate fi livrată acum în 2 sau 3 săptămâni datorită folosirii noilor posibilități de configurare versus apelarea la tradiționala scriere de cod. În această direcție au fost făcute investiții majore pentru dezvoltarea unor unelte care să reducă și chiar să elimine complet nevoia de programare.

EMC – Experiență de neegalat în piața locală

În economia românească, sute de mii de documente sunt procesate zilnic cu ajutorul platformelor EMC Documentum, de la deschideri de conturi, ordine de plată și cereri de creditare până la polițe de asigurare și dosare de daune. Majoritatea băncilor din top 10 bancar românesc se bazează pe soluțiile EMC de content management. Cei mai importanți asigurători și-au îmbunătățit procesele de deschidere de polițe și procesare dosare de daune apelând la soluțiile EMC. Cei mai mari procesatori din industria petrolieră utilizează soluții EMC pentru susținerea și modernizarea proceselor de core-business. Mai mult, în 10 ani de prezență pe piața locală, o comunitate de profesioniști certificați pe tehnologii EMC s-a conturat deja în organizațiile clienților și partenerilor. Această realitate face din platforma Documentum standardul de facto în managementul conținutului pe piața locală. □



20 DE ANI DE INDEPENDENȚĂ SOFTWARE

Silviu COJOCARU

Romsym Data s-a impus ca fiind cel mai important distribuitor de software independent de pe piața autohtonă. Anul acesta Romsym Data împlinește 20 de ani de prezență pe piață, prilej cu care am avut o scurtă discuție cu Răzvan Balint, General Manager – Romsym Data.

L-am întrebat pe Răzvan Balint cum era piața acum 20 de ani și ce s-a schimbat. „Toata lumea se ocupa de vânzarea de imprimante, calculatoare, cabluri, începuse să apară Novell și primele rețele... Software era foarte puțin pe piață”, a precizat Răzvan Balint. La vremea aceea, deschiderea unei companii axate numai pe vânzarea de software putea fi considerată o aventură și, cu toate acestea, Romsym Data a reușit să-și con-

solideze poziția pe piață și să împlinească vârsta „venerabilă” de 20 de ani.

„Am fost singurii care am vândut software în perioada '92-'98 și am reușit să rezistăm până astăzi pe piață exclusiv din vânzarea de software. Nu am mers niciodată pe zona de hardware, nu am dorit să revendicăm statutul de integrator și acest lucru ne-a permis să creăm un brand în zona distribuției de software. Pe de altă parte, pot să spun că am avut și norocul

ca Symantec (n.r. una dintre principalele distribuții din portofoliul Romsym Data) a devenit o firmă importantă în lume și nu a fost cumpărată.” a continuat Răzvan Balint. Legat de planurile de viitor, Răzvan Balint a concluzionat: „Distribuția software s-a schimbat radical în ultimii ani și noi încercăm să ne aliniem la cerințele pieței. În acest context, ne orientăm tot mai mult pe zona de servicii și încercăm să aducem plus de valoare produselor noastre.” □

AMD - PRIMUL PRODUCĂTOR CARE COMBINĂ ARHITECTURA X86 ȘI PROCESOARELE ARM

În urma unei mutări strategice, AMD a anunțat că urmează să proiecteze procesoare bazate pe tehnologia ARM 64-bit, pe lângă procesoarele x86 produse în mod curent. Acestea sunt destinate mai multor piețe, începând cu serviciile cloud și serverele pentru centre de date. Primul procesor ARM produs de AMD, va fi un model puternic integrat, 64-bit multicore, de tip System-on-a-Chip (Soc), optimizat pentru servere eficiente în consumul de energie, ce domină cele mai mari centre de date și îmbunătățesc experiența pe computer. Primul procesor bazat pe tehnologia ARM, AMD Opteron, va intra în producție anul acesta și va integra materiale AMD SeaMicro Freedom.

Noul design AMD se adresează cererii în creștere, de îmbunătățire a performanței-per-watt, pentru soluții de cloud. AMD a introdus în 2003 prima soluție mainstream pe 64-bit x86, pentru servere, odată cu procesorul AMD Opteron, iar acum, AMD va fi singurul producător de procesoare ce îmbină ecosistemele x86 cu 64-bit ARM pentru a debloca noi nivele de flexibilitate și a genera performanța optimă și eficiența de putere, pentru o gamă întregă de fluxuri de lucru enterprise.

„AMD a condus tranziția centrului de date către sistemele mainstream 64-bit cu AMD64. Prin strategia noastră ambidextră, vom ajunge din nou primii în următorul punct major de inflexiune al industriei, prin adoptarea de procesoare 64-bit, eficiente, pentru servere, bazate atât pe arhitectură x86 cât și pe arhitectura ARM”, spune Rory Read (foto), președinte și CEO AMD. „De-a lungul colaborării cu ARM, ne-am întregit portofoliul AMD IP deja impresionant, inclusiv cunoștințele noastre despre procesoarele 64-bit și despre tehnologiile AMD SeaMicro Freedom, pentru a oferi cea mai flexibilă și completă soluție de procesare pentru centrele de date moderne.”

„Industria are nevoie să inoveze continuu pe piețe, pentru a satisface cererile tot mai mari ale clienților, iar ARM și partenerii noștri descoperă soluții de calcul din ce în ce mai eficiente energetic pentru a satisface aceste nevoi”, a declarat Warren East, CEO ARM. „Prin colaborarea cu ARM, AMD este capabil să-și impulsioneze portofoliul său IP extraordinar, incluzând materialele AMD Freedom, cu nuclee de procesor ARM 64-biți pentru a construi soluții acestei cereri și pentru a transforma industria”, a adăugat Warren East.



Explozia centrelor de date a adus cu ea oportunitatea optimizării puterii de calcul, prin soluții foarte diferite. AMD oferă un ecosistem de calcul ce oferă o gamă extinsă de posibilități, oferind soluții bazate pe procesoare AMD Opteron x86, noile APU-uri pentru servere, ce ajută Arhitectura Sistemelor Eterogene (HSA), și noile soluții ARM 64-bit. □

Antonio Buză

ACM INTERNATIONAL COLLEGIATE PROGRAMMING CONTEST

Silviu Cojocaru



Faza regională a concursului ACM International Collegiate Programming Contest (ICPC) – Europa de Sud-Est a fost găzduită simultan în două site-uri: Universitatea Politehnica din București și Universitatea Tehnică Națională Vinnytsia, Ucraina, în perioada 11-14 octombrie 2012.

La această ediție a concursului, au participat 83 echipe din 47 de universități provenite din 8 țări: Bulgaria, Macedonia, Moldova, Muntenegru, România, Serbia, Turcia și Ucraina. Din România au participat echipe din centrele universitare din București, Cluj-Napoca, Iași, Brașov, Tg. Mureș, Timișoara și Craiova.

România a fost reprezentată la aceasta Finală de o echipă de la Universitatea din București, formata din studenții: Șerban Andrei Stan, Budău Adrian, Calancea Mihai Cristian, sub îndrumarea antrenorilor Andrei Grigorean și Marius Dumitran.

Cunoscută și sub numele de „Bătălia creierelor”, competiția, ajunsă la cea de a 37-a ediție, oferă posibilitatea studenților de a rezolva probleme complexe din lumea reală folosind tehnologia open source și metode de programare avansate, cu restricția unui timp limită de cinci ore. „Bătălia creierelor” este cel mai vechi, de am-

plare și prestigios concurs de programare din lume, reunind zeci de mii de studenți dintre cei mai talentați din domeniul tehnologiei informației, de la universități și colegii din întreaga lume.

Din 1997, anul în care IBM a devenit sponsorul acestui prestigios concurs, gradul de participare a crescut cu peste 1.000%, având acum peste 30.000 de participanți din peste 2.200 de universități din 85 de țări de pe 6 continente – toți concurând pentru a ajunge în Finala Mondială care va avea loc în iulie 2013, la Universitatea Națională din Saint Petersburg.

Sponsorizarea concursului „Bătălia creierelor” de către IBM este doar unul dintre numeroasele programe universitare, care aduc la o altă tehnologia și abilitățile de business leadership. Aliniindu-se conceptului de Smarter Planet, o inițiativă IBM care urmărește infuzia de inteligență în societate și tehnologie, concursul ACM încurajează studenții să creeze software mai eficient pentru a transforma planeta într-una mai inteligentă.

„ACM-ICPC reprezintă forța mobilizatoare în mediul academic, care generează entuziasmul și tenacitatea de a rezolva și de a găsi soluții inovatoare pentru cele mai importante probleme ale lumii. Parteneriatul dintre ACM, IBM și universitățile din întreaga lume a devenit o forță în promovarea educației și a inovației în știința calculatoarelor și în inginerie. IBM promovează excelența în domeniul tehnologiei informației fiind prezent în universitățile din țară atât prin programul global Inițiativa Academică, cât și prin crearea de laboratoare cu infrastructură modernă de calcul, unde studenții și doctoranzii au acces la cea mai performantă tehnologie în domeniu”, a declarat prof. Nicolae Țăpuș, Directorul Departamentului de Calculatoare din cadrul Facultății de Calculatoare, Universitatea Politehnica din București. □

BINARY – EDIȚIA CU NUMĂRUL 10

Antonio BUZĂ

Cea de-a 10-a ediție a Expoziției Internaționale de Software – BINARY 2012 - s-a desfășurat între 7 și 9 noiembrie, în București. Evenimentul, cel mai important de acest gen din industria de profil din România, a constat în 3 zile de expoziție, conferințe și sesiuni de matchmaking. BINARY se adresează atât firmelor de IT și software, cât și companiilor din alte domenii de activitate, interesate de cele mai noi și eficiente soluții software pentru business. Tematica expoziției a acoperit: soluții de administrare a afacerilor (ERP), soluții de gestiune a relațiilor cu clienții (CRM), soluții de Business Intelligence, document management, soluții financiar-bancare, soluții de securitate IT, soluții eHealth, aplicații mobile, CAD, soluții de monitorizare și control acces.

În cadrul evenimentului au avut loc mai multe conferințe, pe teme de interes, cum ar fi: virtualizare, cloud computing, SAAS, big data, ultrabooks & mobile devices, BYOD, mobile centric. Companii cunoscute precum ZITEC, dynamicWEB, GData, Sage ERP X3, QUEST SOFTWARE, ARCHIBUS Solution Center, și-au prezentat soluțiile și au susținut prezentări.

În concluzie, ce reprezintă BINARY pentru industria IT în anul 2012, mai ales având în vedere faptul că a ajuns la ediția cu



numărul 10? Un eveniment de referință, ce reunește companii reprezentative din diferite zone ale pieței IT, precum și o bună ocazie de a lua parte la un exceptional schimb de idei privind tehnologia IT, businessul IT și cele mai noi soluții pentru afaceri diverse. □



Paul ROMAN

În numărul anterior al revistei, ați avut ocazia să descoperiți care sunt diferențele majore între soluția de mail și colaborare oferită de Microsoft în versiunea din cloud (Exchange Online) și versiunea instalată local, în infrastructura IT a unei companii (Exchange 2010).

Partea a doua a articolului se va ocupa de celelalte componente ale Office 365: Sharepoint Online, Lync Online și Office 2010 Professional Plus.

OFFICE 365 SAU NU

Partea a II-a

SHAREPOINT ONLINE

Dacă pentru celelalte produse din familia Office 365 diferențele sunt ușor de înțeles, pentru Sharepoint lucrurile nu sunt atât de simple. Sharepoint a fost gândit ca o platformă ce permite dezvoltarea de aplicații complexe, ce includ: management de documente, workflow-uri, dashboard-uri, etc. Prin urmare, multe dintre diferențele dintre varianta instalată local și varianta din cloud sunt mai ușor de descoperit de către dezvoltatori, decât de către un utilizator obișnuit. Din acest motiv, este recomandat să studiați descrierea serviciului, disponibilă aici: <http://www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=13602>

Trecând în revistă câteva dintre diferențele majore, găsim:

1. Aveți nevoie de o soluție care să vă permită căutarea în întreaga organizație pentru diferite informații?

În acest caz, Sharepoint Online nu vă poate ajuta. „Enterprise Search” este o caracteristică a Sharepoint instalat local, ce vă permite să căutați în mod centralizat informații în alte aplicații ce rulează în infrastructura dumneavoastră și nu numai.

2. Doriți să creați „panouri inteligente” (dashboards) care centralizează informații din mai multe surse și le prezintă într-o singură locație?

Sharepoint instalat local vă permite să faceți acest lucru. Puteți crea astfel de panouri pentru a urmări dintr-un singur loc performanța unor sisteme complexe, a urmări desfășurarea proiectelor sau situația vânzărilor dintr-un sistem CRM.

3. Sunteți familiarizați cu noțiunea de Excel PowerPivot?

Sharepoint instalat local vă oferă posibilitatea de a integra această soluție în platformă. Astfel, puteți publica în Sharepoint workbookuri Excel, ce conțin PowerPivoturi ce colectează datele din surse diferite și puteți realiza calcule complexe direct din serverul Sharepoint, oferind rezultate numerice sau grafice. Toate printr-o interfață web familiară.

4. Doriți să permiteți accesul la informațiile din Sharepoint unor utilizatori externi autentificați?

De data aceasta, Sharepoint Online este răspunsul. Folosind câteva clickuri, puteți invita orice utilizator extern să acceseze datele pe care doriți să le faceți disponibile. Utilizatorul extern va primi o invitație prin email și va trebui să se autentifice folosind un cont de Live ID.

LYNC ONLINE

Între Lync Online și Lync instalat local există câteva diferențe importante, care pot influența decizia de a alege o soluție sau alta:

1. Doriți să utilizați Lync pentru a efectua apeluri telefonice către furnizori de telefonie (cum ar fi Romtelecom, de exemplu)?

În acest caz, va trebui să renunțați la ideea de a folosi Lync Online, pentru că nu aveți această posibilitate. Există, teoretic, o soluție

oferită de un partener Microsoft, dar funcționează doar cu numere din Statele Unite, fără posibilitatea de a avea numere locale.

Lync-ul conectat la o soluție de telefonie poate fi folosit cu succes pe post de PBX, având toate capacitățile unei centrale telefonice avansate (Dial Plan, Call Parking,



telefon secretariat, Group Call, raportare avansată apeluri telefonice, integrare cu un call center, etc.).

Din fericire, Microsoft are soluția pentru acest neajuns. Puteți achiziționa planul E4 din Office365 și instala Lync-ul pe serverele din rețeaua internă. Nu va trebui să plătiți licențe de Lync, dar va trebui să aveți cel puțin un server instalat local, ce a fost interconectat cu rețeaua de telefonie.

2. Aveți nevoie de apeluri video High Definition? Aveți camere video HD și doriți să le utilizați pentru a-i vedea cât mai bine pe cei cu care conversați?

Lync Online nu vă oferă acest lucru. E oarecum de înțeles, deoarece astfel de apeluri consumă banda de internet și o soluție de hosting trebuie, pe cât posibil, să fie optimizată din punctul de vedere al traficului.

3. Doriți să utilizați Lync pentru a discuta cu utilizatori de Yahoo sau Google Talk?

Lync instalat local vă permite acest lucru, pe baza unor licențe cumpărate. Lync Online nu are această posibilitate.

4. Doriți să permiteți accesul utilizatorilor la conferințe

prin intermediul unui apel telefonic?

Deși răspunsul pare legat de prima întrebare (Lync-ul online nu poate fi integrat cu sistemul de telefonie), Microsoft a găsit o soluție mai elegantă, prin intermediul partenerilor săi ce oferă astfel de soluții. Prin urmare, puteți oferi acces la conferințe prin intermediul unui apel telefonic, dar trebuie să semnați un contract separat cu un furnizor agreat de către Microsoft.

5. Aveți deja un sistem de videoconferință și doriți să îl integrați cu Lync?

Singura soluție este să instalați soluția

www.ITChannel.ro

Lync în infrastructura locală a companiei dumneavoastră. Lync Online nu permite astfel de configurații.

OFFICE 2010 PROFESSIONAL PLUS

Pentru a patra componentă, Office 365 - Office Professional Plus, nu sunt prea multe de spus deoarece nu există diferențe de funcționalitate. Sunt totuși două lucruri pe care trebuie să le țineți minte:

1. Odată plătit abonamentul pentru un plan ce include Office Professional Plus, aveți dreptul să instalați licența pe 5 calculatoare ce sunt folosite de către aceeași persoană.

Cu alte cuvinte, aveți avantajul de a-l putea instala pe desktop, laptop și pe calculatorul de acasă, plus pe încă alte două dispozitive. Tot ceea ce trebuie să respectați este ca ele să nu fie folosite de către altă persoană decât cea pentru care se plătește licența.

2. Produsul este licențiat ca serviciu, cu alte cuvinte, îl puteți utiliza câtă vreme plățiți abonamentul.

Dispozitivele pe care a fost instalat produsul trebuie să aibă inițial acces la

net, pentru a putea fi activată licența, precum și periodic, pentru a se putea verifica faptul că a fost plătit abonamentul (odată la 30 de zile).

În concluzie, înainte de a lua decizia dacă să folosiți varianta din cloud sau varianta locală a oricărei soluții IT (nu numai pentru Office365) este important să puneți pe hârtie toate argumentele pro și contra și în funcție de ele, să alegeți. În general, nu există alegere bună sau proastă, ci doar o alegere potrivită pentru necesitățile specifice ale fiecărei companii. □

BAP
businessanalyticspartners



Business Analytics means BUSINESS

businessanalyticspartners
Str. Valea Ialomiței nr. 5, bl. D21, sc. B,
et. 2, ap. 16, sector 6, București
tel: 0724 089 506 www.ba-partners.ro



Ioana RENȚEA

Oare de ce să apelăm la un astfel de instrument, care la prima vedere pare sofisticat și dificil de înțeles? Pentru că ne dorim ca deciziile noastre să fie cu ușurință încadrate în categoria „decizii corecte” și adesea să le putem numi „inteligente și coerente”.

AL CINCILEA ELEMENT

Nu voi încerca să găsesc acum descrierea perfectă pentru un sistem de Business Intelligence. Consider că definiția din Wikipedia este mai mult decât explicită și accesibilă oricui:

„Business Intelligence = sistem informatic de identificare, extragere și analizare a datelor disponibile într-o companie, sistem al cărui scop este de a oferi un suport real pentru fundamentarea deciziilor de business.”

Voi încerca numai să-mi răspund câtorva întrebări care mă preocupă în ultima vreme, de când „manipulez” date cu „sisteme inteligente”.

În contextul economic actual devine necesar și obligatoriu, aproape vital, pentru o companie să răspundă cât mai rapid stimulilor pieței. Și mă refer aici la orice companie: mare sau mică, locală sau internațională, de producție, servicii, cu capital de stat, particular sau mixt. Iar răspunsul nu este și nu trebuie să fie standardizat. E funcție de receptori și de condițiile interne, proprii fiecărei companii. Acest răspuns se traduce în fapt în decizii de business, decizii care cu siguranță și fără urmă de orice îndoială trebuie fundamentate pe cifre, pe date și indicatori. Iar managerii de astăzi se confruntă cu ceea ce am putea numi cu ușurință „furtuna informațională”. Este, de fapt, un bombardament zilnic cu informații, date și noutăți care se traduc în așa numitul „zgomot informațional”. Am în vedere aici numai câteva aspecte:

1. Volumul de date care fundamentează deciziile dintr-o companie este în continuă creștere, prin viteza de transmitere a informațiilor, mediile diverse de comunicare, creșterea volumului și diversității

surselor de date. Și tehnologia aproape galopantă, alături de creșterea capacității de stocare, ajută categoric la multiplicarea volumului de date.

2. Complexitatea proceselor interne sau externe companiei este în continuă creștere. Și tot ceea ce este în afara companiei cade și în afara sferei noastre de influență. Și nu suntem siguri, adesea, nici asupra controlului deplin al proceselor interne.

3. Creșterea numărului de consumatori/ utilizatori ai datelor face ca BI-ul să nu mai fie apanajul top managementului. El coboară la nivel operațional fără a-și schimba scopul. Rămâne astfel un instrument eficient de analiza, control și suport decizional. Nu caută să înlocuiască Excelul (poate cel mai eficient instrument al analistului contemporan). Îl completează doar, eliminând principalele riscuri



ale acestuia: volatilitatea, trasabilitatea redusă și dificultatea versionării.

4. Viteza de reacție a pieței (înțelegând prin această sintagmă totalitatea actorilor identificabili sau nu: consumatorii, concurența și partenerii). Nu poți circula în siguranță cu o bicicletă pe o autostradă de mare viteză. O poți face în cu totul alt context, pe un drum județean neasfaltat, de exemplu, având însă, alte așteptări și alte rezultate decât la volanul unui Ferrari.

Cum putem supraviețui în acest mediu zgomotos și total neprietenos la prima vedere? Simplu. Folosind instrumente furnizate de însăși această tehnologie galopantă. Adică:

5. Al cincilea element – sistemul de BI în sine, privit în totalitatea aplicațiilor care-l compun, și care devine astfel instrumentul principal al companiilor în lupta pentru „supraviețuire”.

Cum poate răspunde o aplicație de BI la provocările mediului economic contemporan? Simplu:

a) Accesarea datelor se poate face acum mult mai rapid și simultan din surse multiple. Putem cu ușurință să adunăm mere cu pere fără a produce magiun. Datele normalizate și informația condensată sunt cu simplitate și naturalețe consolidate într-un mod selectiv. Identificarea tendințelor are un grad mai mare de precizie, datorită volumului mare de date procesate, ceea ce permite prelucrări statistice avansate.

b) Eficiența operațională crește exponențial prin standardizarea proceselor și indicatorilor folosiți în toate departamentele companiei sau grupului.

c) Dă o măsură numerică faptelor și actelor economice și o comparabilitate a proceselor companiei.

d) Analiza devine complexă, fără a fi complicată pentru utilizatorul care o folosește.

e) Raportarea standardizată acoperă toate zonele de interes ale publicului căruia i se adresează, utilizând oricare dintre limbajele adesea folosite: USGAAP, IFRS, RAS sau China GAAP.

f) Centralizarea cunoștințelor acumulate și accesul membrilor companiei la date și analize conduce automat la creșterea nivelului de pregătire în cadrul organizației integrate.

Ce are în spate o astfel de minune a tehnicii moderne? Câteva concepte simple transpuse într-o tehnică și mai simplă, pentru utilizatorul care nu mai trebuie să învețe în fiecare lună un nou limbaj de programare:

> Cuburile OLAP (Online Analytical Processing) – modele logice multidimensi-

onale care, spre deosebire de clasicele deja baze de date relaționale, pot avea numeroase dimensiuni și niveluri de ierarhizare a datelor

> ETL (Extract, Transform & Load) – instrument informatic de procesare a datelor prin extragere din surse externe sistemului, transformare a acestora în scopul normalizării și consolidării și încărcare în baza de date destinație (OLAP)

> GUI – interfața grafică prietenoasă este construită pentru utilizatorii non-tehnici care nu mai au nevoie de abilități de programare, iar binecunoscuta facilitate „dreapta-mouse” constituie baza construirii noilor rapoarte

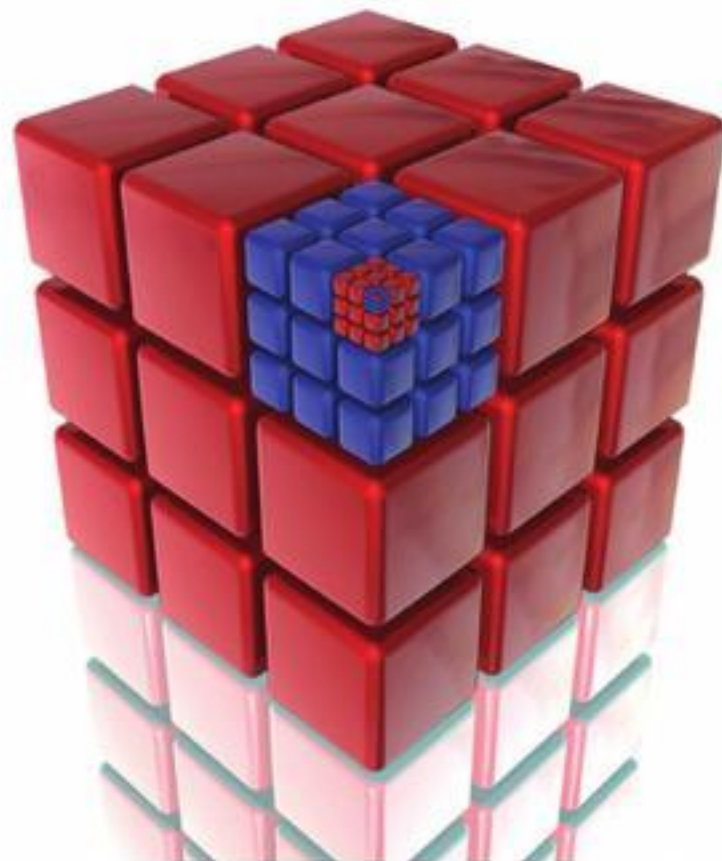
> Add-in pentru Excel – fără de care ne este încă greu să gândim o raportare financiară și care poate fi o aplicație în sine, prin care lărgim astfel sfera de acțiune a instrumentului clasic

> Accesul web – nelipsit în epoca actuală și care ne facilitează accesul și transferul, deocamdată timid și preponderent privat, către cloud computing.

Oare de ce să apelăm la un astfel de instrument, care la prima vedere pare sofisticat și dificil de înțeles? Pentru că ne dorim ca deciziile noastre să fie cu ușurință încadrate în categoria „decizii corecte” și adesea să le putem numi „inteligente și coerente”. Iar orice decizie e valoroasă doar dacă e luată în cunoștință de cauză, adică pe baza unor informații consistente și coerente și la momentul oportun. Cu siguranță, și fără a fi maeștri în arta războiului, am putea acum să luăm decizii mult mai bune decât au făcut-o predecesorii noștri. Este însă tardiv să mișcăm acum trupele lui Alexandru cel Mare sau

ale lui Napoleon Bonaparte. Putem însă să ne eficientizăm afacerea orientând businessul în direcția potrivită. Avem la îndemână rapoarte, indicatori de performanță și scenarii „what-if”. Sunt la îndemâna noastră. Trebuie doar să exersăm un pic cu ele. Este ca atunci când învățăm tabla înmulțirii și aveam impresia că nu vom reține niciodată complicata operație 6x7. Este doar primul pas.

Urmează următorul nivel: **Business Analytics**. Dar despre asta, poate, într-un număr viitor... □



ZyXEL

Wireless Heroes!

Reducere
10%
ACUM!



ZyXEL NWA1100-N

Portofoliul de AP-uri ZyXEL Wireless Professional oferă o multitudine de opțiuni pentru mediul Afaceri Mici și Mijlocii, care au nevoie de flexibilitate, scalabilitate și productivitate îmbunătățită. O întreagă gamă de AP-uri oferă conectivitate pentru interior și exterior iar Modul AP Hibrid poate transforma o simplă instalare de AP-uri izolate într-o rețea wireless cu management centralizat.



- > 5 ani garanție
- > Performanță ridicată
- > Ușor de instalat și administrat
- > Suport tehnic local
- > Actualizări de firmware gratuite

Pentru toate componentele esențiale dintr-o rețea

Mai multe detalii la:

www.zyxel.ro

WIRELESS



Bogdan MARCHIDANU

La prima auzire, „știința complexității” este un termen greu și vag în același timp, care ar putea defini practic orice aspect al vieții umane. În esența lui, însă, termenul definește o întreagă paradigmă existențială care, deși pare a defini prezentul, caută, de fapt, să parametrizeze în termenii gândirii umane, viitorul.

ȘTIINȚA COMPLEXITĂȚII

Provocarea viitorului: tehnologie cu suflet

Una dintre reclamele destul de des întâlnite în ultimii ani pe ecranele televizoarelor spunea cam așa:

„Birou, casă, birou, casă. Același lucru zi de zi, lună de lună, an de an. Ca să rezisti acestui stres, ia pilula x, care te va ajuta să uiți de stres și să fii fericit.”

Oarecum simplistă prin exprimare, reclama respectivă ilustra însă o realitate dură a vieții contemporane: transformarea actualului existențial al omului într-o bandă rulantă mecanicistă, alimentată de cercul vicios al unui mecanism economic global bazat esențialmente pe creșteri de productivitate și maximizarea de profituri.

„Suntem confrunțați în viața cotidiană cu provocările paradigmei mecanice a existenței,” declara recent, cu ocazia unei întâlniri cu directori IT din firme mari din România, profesorul doctor Florin Munteanu, membru titular al Academiei Oamenilor de Știință din România și președinte fondator al Centrului pentru Studii Complexe. *„Noi, oamenii, suntem recunoscuți ca fiind ingenioși și creativi, dar, iată, aproape că nu observăm problema fundamentală cu care ne confruntăm acum: schimbarea a însăși naturii umane. Provocările cu care azi ne confruntăm țin de mobilitate, de multiculturalitate și de transcendență. Deci de o cu totul altă paradigmă existențială.”*

Provocările mai sus menționate au însă, din nefericire, potențialul de a deveni un pericol generalizat. De ce? Prin prisma educației tradiționale, oamenii au fost pregătiți să rezolve probleme generate de mediul în care își desfășoară activitatea, și nu să se considere parte a unei situații de fapt temporare, căutând să găsească o evoluție cât mai lină și cât mai holistică a ei.

Cu alte cuvinte, mediul și esența economiei axate pe producerea de profit exprimat în bani, au generat în timp transformarea omului într-o biată roțiță din mecanism, negându-i acestuia exact chintesența sa existențială: unicitatea. Practic, din creator al unor mecanisme de îmbunătățire a vieții sale, omul a ajuns să genereze doar soluții mecaniciste de eficientizare a producției de tip

robotic, în scopul ultimativ al maximizării unor profituri exprimate în bani.

Acest lucru este actualmente evident la toate nivelurile de vârstă umană. Iar culmea procesului o reprezintă faptul că, în cele din urmă, omul însuși devine victimă prin excluderea lui din însuși miezul mecanismului de producție. Ce altceva a însemnat, istoric vorbind, mecanizarea agriculturii? Sau industrializarea? Sau, de dată mai recentă și în mod curent, robotizarea proceselor industriale și chiar a unor servicii?

Fenomenele de mai sus nasc, în opinia mea, o întrebare legitimă: ce se întâmplă și, mai ales, se va întâmpla pe termen scurt cu toți acești oameni excluși de avansul tehnologiei din lanțul de producție? Chestiunea devine cu atât mai arzătoare cu cât economia bazată pe schimb a generat banii ca mijloc fundamental de satisfacere a nevoilor individuale. De unde vor avea bani toți acești oameni excluși din lanțul economic pentru a-și mai satisface aceste nevoi?

O tentativă de răspuns parțial este actualmente oferită de guverne, în parteneriat cu marile firme de tehnologie, prin educație. Mai precis, prin intensificarea eforturilor de a atrage tinerii în domenii precum tehnologia. Iar România, prin firmele de tehnologie prezente aici, este un bun exemplu în acest sens. Din păcate, nimeni nu pare dispus să ofere un răspuns la întrebarea ce se întâmplă cu generațiile mai vârstnice, cu oamenii de 40-50-60 de ani care se trezesc excluși din viața productivă de uneltele tehnologice de maximizare a profiturilor mai sus menționate?

Soluții?

Analiști de prestigiu oferă câteva variante de răspuns. Unii susțin, de pildă, că soluția va veni de la intensificarea performanțelor umane prin recurgerea la extinderea capacităților biologice cu implanturi de tehnologie. Mai pe șleau, cipul electronic conectat la creierul uman. Alții afirmă inevitabilitatea unui război general, judecând totul prin prisma creșterii excesive a

populației și împuținării resurselor naturale. Ei bine, Știința Complexității exact în acest punct intervine, poate ca o a treia cale. Prin încercarea de a transpune elementul „suflet” în ecuația existențială, ea caută să genereze o schimbare profundă a percepției asupra rolului jucat de fiecare om în complexul ecosistem care se numește viață și activitate umană.

A sosit vremea să uităm de termenii „Job” și „Hobby” socotiți separat pentru a defini ceea ce face un om și să implementăm mental termeni noi, cum ar fi, de pildă, „Jobby”, adică îmbinarea integrată dintre muncă și plăcere.”

Evident, un asemenea efort înseamnă ceva uriaș și greu de transpus în practică, cel puțin acum. Înseamnă mai presus de

mașinile și imprimantele 3D. Aici, cel puțin, păreri specialiștilor tind să intre în armonie: într-un orizont de timp de maxim 10 ani, tot ceea ce înseamnă producție va fi încredințat mașinilor.

Și mai înseamnă ceva: schimbarea profundă a mecanismului economic bazat pe bani. Și asta pentru că antrenarea unor mase largi de oameni cu diverse pregătiri și abilități în procesele de creație a viitorului pare, cel puțin actualmente, imposibil de monetizat. De transformat în bani, astfel încât oamenii respectivi să își împlinescă nevoile folosindu-se de mecanismele de schimb tradiționale.

Nimeni nu poate spune cum va arăta viitorul, în condițiile existenței aproape copleșitoare a tehnologiei în viața umană. Însă pragul unei transformări radicale la scară planetară se găsește deja sub picioarele noastre. Că ne place sau nu, trăim deja apocalipsa mayașă, chiar dacă sub o altă formă decât cea imaginată de marele public. De noi și de eforturile noastre conjugate de transformare interioară va depinde existența unei transformări line sau, dimpotrivă, a uneia abrupte și dramatice. □

Ce se întâmplă și, mai ales, se va întâmpla pe termen scurt cu toți acești oameni excluși de avansul tehnologiei din lanțul de producție?

„Nivelul biologic uman a rămas undeva jos, în vreme ce tehnologia s-a dus mult prea sus,” spune profesorul Munteanu. *„Este nevoie urgentă de educare a oamenilor în sensul implicării lor în activități în care spiritualitatea, acel element atribut unicat al omului, să genereze, prin tehnologie, alte domenii și alte valențe existențiale pentru oameni, locuri în care oamenii să își găsească noi rosturi și chiar bucuria de a trăi.*

orice o schimbare profundă de mentalitate pe scară largă. Înseamnă transformarea profundă a firii umane de la individualism la comunitate, oricare ar fi dimensiunea acesteia. Înseamnă încredere și construcție. Înseamnă trecerea de la producția de produse la producția de idei și planuri sociale pe scară mai mică sau mai largă, desigur cu ajutorul intens al tehnologiei. În fond, de producție în sine deja au grijă nano-

Ai nevoie de un ERP?

O soluție software ERP înseamnă pentru afacerea ta:

- CONTROL Administrezi proiectele mai eficient
- PROFIT Reduci costurile și elimini erorile
- DEZVOLTARE Exploatezi oportunitățile de afaceri cu ajutorul unui sistem flexibil

Noi suntem partenerul tău!

Specializați în soluții software de business ERP, vom găsi împreună soluția care se potrivește cel mai bine afacerii tale: Microsoft Dynamics NAV sau Microsoft Dynamics AX.




www.llpdynamics.ro
Tel.: (+40) 21 224 55 16

rocontact@llpdynamics.com



Microsoft Dynamics



DESPRE OAMENI ȘI (SAU) TEHNOLOGIE

O discuție cu Silviu Hotăran este întotdeauna un bun prilej de a reflecta asupra unor lucruri importante și de a învăța. Cel puțin, aceasta este impresia mea după această întâlnire. Despre confort și curaj, despre tehnicieni și manageri, precum și despre rolul componentei emoționale în business, aflați din acest interviu cu Silviu Hotăran.

ITChannel: Ați schimbat tehnologia pe oameni. Este mai greu sau mai ușor?

Silviu Hotăran: Este mai frumos, cel puțin pentru momentul acesta. Pasiunea mea numărul unu în clipa de față este aceea de a lucra cu oamenii și este pasiunea pe care am descoperit-o cu aproximativ 20 de ani în urmă. Mi-aduc aminte și acum de conversația aceea care a avut ca rezultat poziția mea de director general al Ciel, pe care nu mi-am dorit-o,

dar care m-a ajutat să-mi descopăr pasiunea aceasta; pasiune pe care am cultivat-o și la Microsoft, și care a ajuns la un moment dat să fie cea mai importantă în viața mea.

ITC: Mass media promovează multe stereotipuri privind antreprenorii, începând cu imaginea afacerii începute în garaj – vedeți pe Zuckerberg, Bill Gates. Cum ne influențează aceste povești ale oameni-

lor de succes, atunci când ne gândim să ne lansăm propria afacere?

S.H.: Eu nu cred în stereotipuri. Desigur, fiecare poveste de succes este impresionantă, putem învăța ceva din fiecare. Dar eu nu am un model idilic, nu vreau să fiu precum cineva anume, vreau să fiu ca mine. Este foarte important ca tot ceea ce ni se întâmplă să adaptăm la ceea ce suntem, într-un proces continuu de autocunoaștere. Această dorin-

ță de a experimenta lucruri noi, inclusiv prin antreprenariat, este o etapă a procesului de autocunoaștere. Dar este nevoie de curaj pentru a o realiza.

ITC: Ai nevoie de curaj pentru a renunța la confortul unei cariere corporatiste, pentru a-ți lansa propria afacere?

S.H.: Când ieși din zona de confort, evident, nu ieși doar de dragul de a ieși. Mie mi-au trebuit doi ani pentru a mă pregăti pentru plecarea de la Microsoft. A fost o decizie dificilă pentru mine, dar m-a sprijinit familia și m-au sprijinit și actualii mei colegi de la Gustav Käser. Dacă vrei un „call to action”, ieși din zona de confort, dar ieși cu un plan, pentru că dacă nu ai un plan, s-ar putea să nu-ți placă ce ți se întâmplă. O altă etapă este a cere feedback de la ceilalți, și este nevoie de curaj și pentru a face pasul acesta, deoarece nu se știe ce afli. Și evident că ceri feedback unor oameni care îți sunt apropiați; ei îți vor spune lucrurilor pe nume, pentru că, nu-i așa, discuțiile cele mai intense le avem cu cei apropiați. Cu cât sunt mai mulți acești apropiați, cu atât putem avea o oglindă mai completă a ceea ce suntem; desigur că nu o să fie cu miile sau cu sutele, dar dacă sunt vreo cinci, este suficient. Față de ei, trebuie să ai un alt tip de curaj și aceasta este o a treia etapă importantă, nu neapărat în această ordine, în procesul de autocunoaștere, aceea de a te expune. După părerea mea, autoexpunerea, feedbackul și experimentarea sunt cei trei pași în autocunoaștere, care pot reprezenta, dacă facem acest lucru în mod conștient, un ciclu virtuos; că e plină viața noastră de cercuri vicioase.

ITC: De ce avem nevoie mai mult pe perioada acestei crize, de curaj sau de confort?

S.H.: Dacă ne uităm în jurul nostru, observăm că foarte mulți oameni sunt în zona de confort, dar într-o zonă de confort inconfortabilă, în sensul că stau acolo, n-au curajul să iasă și tot timpul blamează că ei nu pot face mai mult decât ceea ce fac din cauza contextului. Este o zonă de confort din punctul de vedere al lipsei de curaj de a ieși de acolo, dar e o zonă în care nu te simți bine. Puține sunt zonele de confort în care chiar te simți bine și una dintre ele este cușca de aur în care esti prins atunci când ai succes. Concepția conform căreia, dacă ai ajuns într-un punct unde ai succes, trebuie să rămâi acolo, nu îți este deloc de ajutor. De ce nu încercăm să ne autodepășim, să înlocuim poziția defensivă cu cea ofensivă? În tehnologie îmi este mai ușor să explic; se întâmplă întotdeauna ca o tehnologie de succes să fie înlocuită după câțiva ani de tehnologiile inovatoare. Ce-ar fi dacă, în loc să încercăm să

apărăm această tehnologie, să încercăm să ne-o depășim singuri, prin inovație. Acesta este curajul până la urmă, să poți ieși din zona de confort a propriului succes.

ITC: Pornind de la ideea de IT, este clar că tehnologia informației ne-a schimbat viața, felul în care facem afaceri; cum trebuie să se schimbe oamenii pentru a putea ține pasul?

S.H.: Mehrabian a venit cu această teorie a celor 3 numere, foarte controversate de altfel: 55, 38, 7. El spunea așa: atunci când vorbești în fața unei audiențe, impactul tău este datorat 55% elementelor nonverbale, 38% vocii și 7% cuvintelor. Fie că numărul este 55, fie 45, până la urmă este important de înțeles un lucru: sunt foarte importante elementele nonverbale, limbajul trupului, vocea, atunci când interacționăm, dacă vrem ca acele cuvinte pe care le spunem să aibă impact asupra audienței. Deci, ce ne facem cu tehnologia informației, cu procentele 55, 38 și 7? Ele nu dispar, pentru că avem videoconferințe sau teleconferințe, dar atunci când comunicăm prin email, sau blog, este evident că nu avem decât cei 7%. Care este impactul concret al lipsei acestor relații directe, incompletitudinea acelor elemente nonverbale? Când citesc un text, intru în contact doar cu cele 7%, adică cu-

„Cu cât știi mai multe, cu atât îți dai seama cât mai ai de lucru, cât mai ai de învățat. În clipa în care ai senzația că le știi pe toate, călătoria s-a terminat pentru tine.”

vintele, iar restul îmi imaginez eu – „ce-o fi fost în mintea, în sufletul autorului și ce a intenționat să spună?”. Desigur, fiecare își imaginează altfel. Aici este, de fapt, provocarea pentru tehnologia informației, pentru că în interacțiunea dintre oameni, că ne place, că nu ne place, cele 55% și 38% sunt importante, iar în business contează mult componenta emoțională. Mai mult, sunt convins că această colaborare este mult mai importantă de atât. Astăzi, mai mult ca oricând, succesul nu poate fi obținut de unul singur, ci în echipă, prin colaborare.

ITC: Care este varianta ideală pentru a avea o carieră de succes? Să fii specializat sau să știi cât mai multe lucruri, din diverse domenii?

S.H.: Tehnologia informației îți dă o altă perspectivă asupra lumii, tocmai pentru că accesul la informația aceasta infinită îți poate satisface curiozitatea. De aceea, experiența pe care o capeți în viață trebuie

să-ți lărgescă fundația a ceea ce cunoști. A învăța este un lucru extrem de important pentru noi și cu cât învățăm mai mult, cu atât vedem mai mult, pentru că noi vedem ce cunoaștem; ce nu cunoaștem, nu vedem. Einstein spunea că imaginația este mai importantă decât *knowledge*, unde *knowledge* nu înseamnă cunoașterea, ci baza de date pe care o avem. Adevărul este următorul - cu cât știi mai multe, cu atât îți dai seama cât mai ai de lucru, cât mai ai de învățat. În clipa în care ai senzația că le știi pe toate, călătoria s-a terminat pentru tine.

ITC: În ceea ce privește ideea de leadership, cum vedeți aceasta acum, din afara unei corporații?

S.H.: În IT sunt foarte mulți oameni deștepți, sunt foarte mulți oameni cu IQ-ul foarte sus, însă, din păcate, cu probleme mari legate de inteligența emoțională, cu conectarea la ceilalți, cu capacitatea de a lucra în echipă; sunt ego-uri foarte mari. Mulți oameni din IT sunt foarte buni, ajung să fie cei mai buni din punct de vedere tehnic, administratori, programatori, sunt respectați și apare problema - „pentru că e cel mai bun, trebuie să-l faci șef”. Următoarea întrebare care apare este - omul acela, care este cel mai bun programator, e potrivit de manager sau nu e? E o întrebare la care nici cei ce își doresc nu știu să

răspundă, pentru că nu știu ce înseamnă să fii manager. Atunci când ajung în poziția de manageri, gândesc că tot ei ar trebui să fie cei mai respectați din punct de vedere tehnic, tot ei trebuie să rezolve cele mai complicate probleme tehnice. În consecință, acea echipă nu face mai mult decât poate capul acelei persoane. E manager doar pe hârtie. Acest lucru se întâmplă foarte des în societatea românească. În corporații, managerul nu trebuie să se ocupe numai de cifre, ci să pună mare accent și pe oamenii din jurul său. Managerul trebuie să înțeleagă că rolul său este de a crește în jurul lui oameni cel puțin la fel de competenți cum a fost el înainte, iar dacă nu face asta, înseamnă că nu este bun pentru această funcție. Un manager bun nu se ocupă de micromanagement, chiar dacă îi place, el trebuie să lucreze cu oamenii din echipă, să delege. Ideea este să crești oameni mai buni decât tine. □

Interviu realizat de Camelia Cojocaru



Uneori prea lung, aş spune, dacă nu ai răbdarea şi puterea de a fi consultant junior o vreme, într-o companie care îţi oferă „şansa” unei cariere şi de a acumula, pas cu pas, atributele necesare unei profesii atât de solicitante. Tentaţia de a arde etapele de început este din ce în ce mai mare printre aspiranţi, prea puţin dispuşi să mai „ducă geanta maestrului” pentru a „fura” ceva meserie. De cealaltă parte a barierei, companiile recunosc faptul că investiţia în dezvoltarea unui consultant nu este deloc de neglijat. „De ce să investim în certificări pentru oameni care vor pleca mai devreme sau mai târziu?” am auzit nu o dată din partea unor manageri. Adevărat, dar să nu uităm că, în acelaşi timp, performanţa se obţine pe baza unor competenţe clare şi acestea înseamnă în egală măsură, dobândirea unor abilităţi practice şi acumularea unor solide cunoştinţe din domenii variate, economice, tehnologice, de IT şi de dezvoltare organizaţională.

Conform aprecierilor specialiștilor din piaţă, principalele domenii care generează venituri pe piaţa consultanţei sunt: consultanţa în managementul operaţiunilor şi proceselor, serviciile de management din domeniul IT, designul şi schimbarea organizaţională, şi, în măsură mai mică, consultanţa fiscală, financiară şi de marketing. Şi ştiu ce mi-aş dori de la un consultant – soluţii specifice pentru compania mea, bazate pe principii solide, generice de business. Nu doresc nici să copiez ce au făcut alte firme, nici să implementez tool-uri de management care sunt la moda. Six Sigma/TQM/Kaizen şi altele, nu reprezintă soluţia problemelor mele dacă nu sunt aplicate strict pentru a răspunde nevoilor afacerii

VREAU SĂ FIU CONSULTANT!

Camelia COJOCARU

Pe o piaţă în care cererea de consultanţă pare să se fi relansat, am auzit de multe ori această dorinţă exprimată de mai mulţi tineri colegi. Dacă ar fi însă să judec lucrurile după experienţa proprie, se pare că drumul de parcurs până la statutul de bun consultant este lung şi anevoios.

mele. Ce vreau să spun? Că se aşteaptă de la un consultant să ştie multe lucruri, şi din teorie şi din practică. Până nu sunt convinge de acest lucru, nu are nici o şansă să reuşească.

slujbă 9:00-17:00, schimbarea continuă, şi lista poate continua cu multe altele. Ei bine, cred că nu este cazul să ne mai îmbătăm cu această iluzie: provocarea profesiei de consultant nu este deloc de neglijat.

Informaţii despre cursurile de master specializate pe zona de consultanţă găsiţi pe site-ul Facultăţii de Administraţie şi Afaceri - www.faa.ro - din cadrul Universităţii din Bucureşti

M-am întrebat de unde vine, totuşi, această fascinaţie pentru profesie. Poate că exagerez cumva, dar majoritatea studenţilor mei vor să fie consultanţi, şi mulţi colegi visează la o astfel de carieră după oboseala proiectelor corporatiste. Ce atrage? Fie că este posibilitatea de a călători, libertatea de exprimare, posibilitatea de a-ţi pune ideile în practică, lipsa de monotonie impusă de o

Fie că vorbim despre presiunea unui deadline într-un proiect important, despre grija faţă de brandul personal sau despre efortul de a obţine o nouă certificare profesională, obţinerea excelenţei în domeniu presupune acelaşi lucru ca în orice altă profesie: efort, pasiune, dăruire. Asta dacă vrem cu adevărat să fim cei mai buni consultanţi. La superlativ. □



Am remarcat decizia multor tineri de a se îndrepta spre o formă sau alta de educaţie formală, cu speranţa că vor pătrunde mai uşor în lumea la care visează. Unul dintre aceste programe este masteratul dedicat consultanţei în afaceri, atât în limba română, cât şi în limba engleză, organizat de către Facultatea de Administraţie şi Afaceri din cadrul Universităţii Bucureşti. „Important de subliniat în legătură cu acest program de masterat este că am reuşit să creăm o punte de legătură între mediul academic şi mediul de afaceri. În acest sens, la programul de masterat de consultanţă în afaceri în limba engleză avem cinci consultanţi care au propriile cursuri în acest program. De asemenea, suntem în strânsă legătură cu asociaţii de profil din România, iar pe viitor ne propunem să dezvoltăm legături cu alte programe de masterat de acest gen din străinătate”, a declarat Prof. Univ. Dr. Paul Marinescu (foto), de la Facultatea de Administraţie şi Afaceri - Universitatea din Bucureşti.

În perioada
15 noiembrie - 16 decembrie 2012

portalul de carieră HiPo.ro găzduiește

Târgul virtual pentru specialiști IT&C



High Potential Careers!
High Potential Employers!

o platformă de interacțiune între cei mai mari angajatori din IT&C (software, hardware, network, business) și specialiștii IT&C aflați la început de carieră sau cu experiență profesională.

Mai multe detalii, începând cu 15 noiembrie 2012, pe:
www.hipo.ro/targitc

All your company's communications, now working as one

Unify the communications in your company, reduce conferencing costs, work from virtually anywhere and much more with Microsoft Exchange Server and Microsoft Lync.

For the best unified communications implemented solutions, contact PRAS
- the only Voice-Ready partner for Microsoft Unified Communications in Romania.



Microsoft best partner for
Public Cloud in 2011 & 2012.

www.pras.ro

Microsoft Partner

- Gold Messaging
- Gold Midmarket Solution Provider
- Gold OEM
- Silver Communications
- Silver Hosting
- Silver Mobility
- Silver Server Platform
- Silver Desktop
- Cloud Accelerate