

# ITCHANNEL

NR. 3, ANUL 2 • APRILIE-MAI 2013 • www.ITChannel.ro • IT MAGAZINE FOR TOMORROW

## ÎNTÂLNIRE DE E-BUSINESS

Interviu cu Robert Komartin,  
Managing Director Softelligence

>>> pag.6-7



**Symantec - lider de piață detașat pentru  
trei tehnologii enterprise**

>>> pag.4

**IBM Power - o simplă definiție a complexității**

>>> pag.8-9

**„Competențele și valoarea firmei sunt date de  
capacitatea de a inova” - Teodor Cimpoeșu >>> pag.11**



# UNITE

VIRTUAL AND PHYSICAL

Backup mai bun, recuperare a datelor îmbunătățită!

Grăbiți-vă și puteți economisi până la **65%** la achiziția de licențe noi **Symantec Backup Exec V-Ray Edition!**\*

Backup Exec vă oferă o platformă comună pentru medii fizice și virtuale precum și deduplicare globală a datelor pentru a reduce substanțial costurile cu stocarea. Este proiectat să protejeze complet mediile VMware și Hyper-V, oferind protecție pentru un număr nelimitat de mașini client și aplicațiile lor per gazdă. Cu ajutorul backup-ului single-pass și a recuperării granulare rapide a fișierelor sau a componentelor aplicațiilor, economisiți timp și bani. Soluția vă oferă toate aceste facilități într-o consolă de management centralizată.

Realizați un upgrade la Backup Exec astăzi pentru a:

- Elimina complexitatea, a economisi timp și bani
- Beneficia de recuperare rapidă, flexibilă și de încredere
- Reduce necesitățile de stocare și traficul în rețea

BETTER BACKUP FOR ALL.



\* Oferta este valabilă numai prin partenerii autorizați Symantec până la data de 30 iunie 2013. Discount-ul de 65% este valabil numai pentru licențele noi și se aplică la prețul de listă. Oferta nu include costul mentenanței/suportului.

 Romsym Data

**S.C. Romsym Data S.R.L. Distribuitor Autorizat Symantec**  
Strada Popa Nan 108A, sector 3, București, România  
Telefon: +4 021 323 14 31; Fax: +4 021 322 16 50  
Email: romsym@romsym.ro; Web: www.romsym.ro

# ÎNTREABĂ EXPERTII ITCHANNEL!

[www.itchannel.ro/AskExperts](http://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



## ANTICIPARE, REINVENTARE...

### SAU DESPRE CUM SĂ FACI FAȚĂ SCHIMBĂRII

Lumea IT este în continuă mișcare. De câte ori ați citit această afirmație în ultima vreme? (Nu aș băga mâna în foc că nu am scris chiar și eu...) Atât de adevărat, că a devenit deja un truism, folosit în mai toate domeniile. Răsfoiți o revistă de business: piața bancară este în transformare, educația trebuie să se schimbe pentru a face față pretențiilor noilor generații, retailul se reinventează în online... Gândiți-vă acum preț de un minut la propria dvs. profesie. Ce ați schimbat în ultimii ani? Poate că v-ați schimbat profesia sau poate conținutul muncii dvs. a evoluat așa cum nu ați anticipat vreodată (mie mi s-a întâmplat, și nu o dată).

Schimbarea este, ca să zic așa, singura... constantă a vremurilor noastre. Cred că parcurem cu toții o transformare continuă, profesional și personal privind lucrurile. Acesta este mersul logic al lumii. Cu pași mărunți sau cu salturi uriașe, lumea se schimbă în jurul nostru și noi odată cu ea. Nimic mai firesc; sunt doar teama și inerția noastră cele care ne împiedică să vedem imensul potențial al acesteia. Nu intenționez să fac o teorie a schimbării, alții se pricep mai bine. Mă gândesc, prin prisma experienței mele, cât de important este să fii mereu conectat la toată această schimbare. Anticiparea, adaptarea, reinventarea sunt absolut necesare. Entuziasmul, efervescența îi ajută pe cei dornici să meargă înainte.

Din fericire, îmi împart existența în jurul a două domenii în care văd zilnic aceste calități. Mă refer aici la IT, în primul rând. Firme și oameni, deopotrivă și împreună, explorează noi oportunități. Sunt cei care provoacă și aduc schimbarea, în loc de asiste pasiv și să se conformeze tendințelor. Aceste calități le poți recunoaște la cei care au succes și care își păstrează neatinsă curiozitatea și dorința de a experimenta. Un al doilea domeniu este cel

al educației, unde, în ciuda opiniilor vehement exprimate, mai trăiește încă inovarea și creativitatea și poți găsi atitudinea deschisă către căutare și învățare.

Despre aceasta citiți și în numărul de față al revistei. Vă prezentăm aici oameni, companii, tehnologii care au puterea să schimbe și să se schimbe, deopotrivă. Softelligence și Robert Komartin sunt un excelent exemplu de învățare și inovare. Apoi, SolvIT reprezintă și el un bun exemplu de know-how românesc în IT. Kaspersky, de asemenea, își bazează succesul pe abilitatea de a inova permanent în lumea securității IT.

La final, o mică istorioară. Am participat în ultima vreme la discuții legate de „soarta presei” și a presei de IT în special. Mă întreb: de ce ne așteptăm să trăim aceeași poveste ca în urmă cu zece ani, când în jurul nostru toate celelalte s-au schimbat? Mai este IT-ul același ca acum zece-douăzeci de ani? De ce am scrie atunci aceleași articole? Lumea mai are nevoie de presă, o spun, doar că de altfel de presă decât cea pe care am vazut-o până acum. Ce subiecte, pe ce căi noi vor ajunge la cei care caută informația? Cine sunt aceștia acum, pentru ce le (mai) trebuie această informație? Primii care vor găsi răspunsurile și se vor schimba, vor avea o soartă bună. Restul... Și ca să nu rămână aceste afirmații aruncate așa, într-o doară, vă spun că eu sunt un outsider în acest sistem, căutând încă răspunsuri și învățând. Calea cea mai bună de a crește această inițiativă editorială nu am găsit-o încă, pot să mărturisesc asta, dar sunt (ca întotdeauna) încrezătoare. Mă încred în experiența noastră, a celor implicați, și văd în jurul meu idei, ambiție, și dorința de a face lucruri grozave. Ce-o ieși din asta până la urmă, vom vedea. □

Camelia Cojocaru

## 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](mailto:redactie@itchannel.ro)  
Web: [www.itchannel.ro](http://www.itchannel.ro)

### REDACȚIA

Silviu Cojocaru ([silviu@itchannel.ro](mailto:silviu@itchannel.ro))  
Camelia Cojocaru ([camelia@itchannel.ro](mailto:camelia@itchannel.ro))  
Andreea Neagu ([andreea@itchannel.ro](mailto:andreea@itchannel.ro))  
Iustin Vădană ([justin@itchannel.ro](mailto:justin@itchannel.ro))  
Antonio Buză ([antonio@itchannel.ro](mailto:antonio@itchannel.ro))

### TIPĂRIT LA

Tipografia EVEREST  
[office@everest.ro](mailto:office@everest.ro)  
[www.everest.ro](http://www.everest.ro)  
ISSN 2285 – 4967

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

# GARTNER DESEMNEAZĂ LIDERUL DE PIAȚĂ PENTRU TREI TEHNOLOGII DE SECURITATE ENTERPRISE

**Potrivit Gartner Magic Quadrant, Symantec este liderul pieței de soluții Data Loss Prevention (DLP). Symantec obține acest titlu a șaptea oară consecutiv, fiind reconfirmat ca principal jucător pe această piață de soluții. De asemenea, Symantec este lider în alte două studii realizate de Gartner pentru platformele EndPoint Protection și Enterprise Information Archiving.**

## Data Loss Prevention (DLP)

Data Loss Prevention (DLP) este un set de tehnologii pentru protecția datelor și informațiilor importante pentru desfășurarea afacerii. Soluțiile DLP monitorizează accesul la datele stocate și informațiile transmise către exteriorul organizațiilor, oferind posibilitatea de a identifica potențialele scurgeri de informații neautorizate.

Studiul Gartner a analizat toate categoriile de soluții DLP: soluții DLP pentru companiile mari, soluții DLP dedicate companiilor medii și mici, precum și modulele DLP integrate în alte categorii de soluții.

Potrivit analizei Gartner din seria Magic Quadrant, Symantec oferă cea mai completă gamă de soluții de protecție DLP, având integrate mai multe tehnologii inovatoare de detecție care nu sunt disponibile la alți competitori. În plus, compania are o strategie coerentă de dezvoltare a gamei de produse și un „roadmap” cuprinzător pentru gama de soluții. Noile versiuni ale Symantec DLP au inclus un set complet de tehnologii dedicate zonei de mobilitate. În acest sens, funcțiile produselor au

oferă cea mai bună garanție pentru implementarea unei soluții DLP. Acest lucru este confirmat atât de poziția de lider în Magic Quadrant, cât și de cota de piață cea mai mare pe care Symantec o deține atât la nivel global, cât și la nivelul pieței autohtone.

*„Soluțiile de Data Loss Prevention (DLP) permit companiilor să identifice, să monitorizeze și să-și protejeze informațiile confidențiale, indiferent unde acestea sunt stocate sau utilizate. Discuțăm bineînțeles despre protecția datelor despre clienți, despre contracte și condiții comerciale, IP, informații interne confidențiale, etc. Symantec DLP este lider în Gartner Magic Quadrant și este totodată lider de piața la nivel mondial.”*



*Vasile Aniculăesei,  
Country Manager la Symantec pentru Romania și Bulgaria*

## EndPoint Protection Platform

Potrivit aceleiași companii de cercetare și consultanță, piața Endpoint Protection este o piață compozită formată dintr-o se-

## Enterprise Archiving

Studiul Gartner citat evaluează companiile care propun produse și servicii de arhivare și căutare pentru email, fișiere și alte categorii de conținut. Symantec este de peste 13 ani pe această piață de soluții și este lider detașat având peste 25.000 de clienți, gestionând aproximativ 27 de milioane de utilizatori.

Gartner consideră că, pe lângă faptul că Symantec este liderul pieței în ceea ce privește numărul de clienți și utilizatori, are totodată capacitatea de a fi un pionier în inovarea în acest domeniu. Enterprise Vault este campion în integrarea de noi tehnologii, fiind disponibilă și în varianta în cloud. Symantec are la activ și cele mai mari proiecte de acest gen (peste 850.000 de căsuțe de email consolidate de Enterprise Vault). □



*„Symantec s-a impus ca lider de piață într-o zonă de tehnologii de securitate relativ nouă și în care există un nivel ridicat al competiției. Tehnologiile DLP, EndPoint Protection și soluțiile de arhivare sunt importante pentru majoritatea companiilor, având ca principal rol protejarea informațiilor relevante pentru afaceri.”*

*Răzvan Balint, Director General - Romsym Data*

fost extinse pentru monitorizarea accesului la resurse de pe tablete sau telefoane inteligente. Prin numeroasele tehnologii integrate, Gartner consideră că Symantec

rie de produse: anti-malware, anti-spyware, firewall, host based intrusion detection, managementul vulnerabilităților. Potrivit Gartner, piața EndPoint Protection a fost



# TEHNOLOGIILE BYOD ADUC SCHIMBAREA SOLUȚIILOR DE REȚELISTICĂ

**...dar și a atitudinii angajaților față de utilizarea de dispozitive mobile, fie ele personale sau ale companiei, în timpul și în afara orelor de lucru**

**N**oua tendință BYOD (*Bring Your Own Device* - folosește propriul dispozitiv la birou), este departe a fi numai o tendință IT, așa cum se discută de cele mai multe ori. OK, unii o numesc revoluție, alții îi spun „coșmarul administratorilor de securitate IT”. Este evident că BYOD a adus modificări clare în comportamentul angajaților, în industrii diferite, în ceea ce privește echilibrul între timpul de lucru și viața personală. Unii angajați sunt dispuși să „trăiască la locul de muncă” și să folosească orice dispozitiv de care au nevoie pentru a-și face treaba legată de slujbă, dar și pentru scopuri personale. Pentru aceștia, a folosi dispozitivele personale la birou este de la sine înțeles, cât timp îi ajută să muncească mai repede, mai bine. Alți angajați agreează un alt tipar de lucru și sunt mult mai exigenți cu privire la separarea muncii de aspectele personale ale vieții lor. Aceste modele de comportament vor influența în mare măsură viitorul mobilității în companii, și, de asemenea, va schimba modul în care, cu ce și de unde lucrăm.

Conform unor studii, până în 2016, două treimi din forța de muncă va deține telefoane inteligente, în timp ce 40% din aceasta va fi mobilă. Și totuși, infrastructura IT existentă astăzi necesită două rețele separate și aplicații de management pentru conectivitate wired și wireless, ceea ce crește complexitatea operațională. În plus, aceste infrastructuri nu sunt scalabile pentru a suporta mai multe dispozitive pe utilizare și nu au nivelul de securitate necesar pentru a proteja informațiile critice.

Potrivit Gartner, fiecare companie are nevoie de o poziție clară în ceea ce privește BYOD, iar programele formale BYOD sunt un fenomen care se dezvoltă rapid datorită pieței inovatoare de dispozitive mobile.

Este evident, așadar, că furnizorii tradiționali (și nu numai) reacționează la aceste tendințe cu noi soluții de rețelistică. Un exemplu este compania HP, care a prezentat noi soluții unificate wired și wireless, care să susțină o rețea simplă, scalabilă și securizată pe care să se dezvolte inițiative BYOD. Con-

form reprezentanților companiei, aceasta este singura soluție completă din industrie care suportă din ce în ce mai numeroasele inițiative BYOD. Soluția livrează platforme unificate de management și switching wired și wireless, care creează o singură rețea pentru conectivitate wired și wireless. Avantajele arhitecturii HP FlexNetwork susțin foarte bine nevoile BYOD de bază ale clienților, prin intermediul unor funcționalități noi de introducere a unui dispozitiv în rețea și de provizionare printr-o singură aplicație de management și securitate automatizată prin tehnologie de rețelistică software-defined (SDN), acestea fiind completate de servicii de conectivitate mobilă.

Cu aceste soluții de rețelistică, HP face un pas important în strategia sa de a deveni singura companie producătoare din domeniul IT care deține întreaga gamă de produse posibile.



**„Această tendință BOYD este de neoprit, iar mai devreme sau mai târziu companiile trebuie să se alinieze. Modul în care muncesc oamenii se schimbă și mobilitatea este motorul acestei schimbări.”**

**Rudy Kozak, Director, HP Networking, Central & Eastern Europe**

„HP investește puternic în zona de cercetare-inovare și dorește să atace și domeniul BYOD, furnizând o soluție integrată, end-to-end. Dispozitivele mobile sunt extrem de răspândite, așadar concentrarea pe infrastructura potrivită pentru acestea este un domeniu cu multe oportunități. Iar HP are deja în portofoliu multiple soluții, astfel încât a fost doar un pas până în zona de rețelistică.” a declarat Dl. Rudy Kozak,

Director, HP Networking, Central & Eastern Europe, cu prilejul ultimei sale vizite în România.

HP a fost inclus în categoria vizionarilor în „Magic Quadrant for Data Center Network Infrastructure”, publicat în luna februarie a acestui an, depășind companii cu tradiție din domeniul rețelisticii. HP continuă să-și sporească capacitățile sale de rețele de centre de date, veniturile sale din această zonă de rețelistică crescând continuu în ultimii ani. Aceasta dovedește faptul că HP începe să fie luat în considerare din ce în ce mai mult

pentru toate cerințele de rețelistică, în special pentru organizațiile care doresc să-și simplifice operațiunile legate de rețelele lor și să profite de SDN (Software Defined Network).

„Această tendință BOYD este de neoprit, iar mai devreme sau mai târziu companiile trebuie să se alinieze. Modul în care muncesc oamenii se schimbă și mobilitatea este motorul acestei schimbări,” adaugă dl. Kozak.

Numărul de dispozitive mobile este în continuă creștere și utilizarea lor în muncă este din ce în ce mai mare, indiferent dacă aceste dispozitive sunt în proprietatea angajaților sau a companiei. Din punct de vedere al eficienței proceselor de business, de multă vreme nu mai există îndoieli în privința benefici-

ilor pe care le aduce o forță de muncă mobilă, conectată în permanență la aplicațiile de business. Ceea ce mai rămâne este alinierea soluțiilor tehnice la aceste tendințe, prin optimizarea experienței utilizatorilor care accesează rețelele, prin asigurarea scalabilității pentru aplicațiile mobile, și eliminarea riscurilor la care sunt expuse aceste date și aplicații. □

Camelia Cojocar



# ÎNTÂLNIRE DE E-BUSINESS

**Există o vorbă veche: „omul potrivit la locul potrivit”. Cred că aceasta caracterizează întâlnirea de bun augur dintre Softelligence și Robert Komartin. Vă invit să citiți despre o companie care știe să ofere soluții de e-business, despre un profesionist cu multe resurse, și despre planurile lor de viitor.**

**ITChannel:** Piața soluțiilor de e-business este destul de aglomerată. Care este poziția companiei Softelligence în acest moment?

**Robert Komartin:** Poți să spui că este o piață aglomerată, dar, pe de altă parte, dacă am compara cu o altă piață pe care o cunosc și anume piața ERP (Enterprise Resource Planning), atunci acolo am putea vorbi despre o piață cu adevărat aglomerată. După mai bine de cincisprezece ani de implementat proiecte ERP, avem o piață aproape saturată, și aceasta se vede și din numărul mic de noi implementări cu adevărat referențiabile. În piața de e-business, lucrurile stau diferit, adică marea majoritate a companiilor nu au implementate încă soluții web&mobile de e-business, și nu mă refer prin aceasta la un site web, ci la capabilități de e-commerce, e-loyalty, e-marketing, B2B (Business-to-Business), CRM (Customer Relationship Management), prin care să se realizeze în mod real integrarea canalelor de vânzări. Sunt puține implementări în această zonă, care este după părerea mea un factor de diferențiere competitivă, spre deosebire de ERP care este un factor de igienă, adică

ceva ce trebuie să ai ca să știi unde te afli: din punct de vedere al stocurilor, salariiților, profitului, facturilor, etc. Soluțiile de e-business sunt de fapt o extensie a afacerii.

Așa că toată lumea are loc pe această piață, pe paliere diferite. De exemplu, soluțiile open source sunt un bun start pentru companiile mici care fac primul pas. Este un pas bun, fiindcă în multe situații așteptările lor sunt nerealiste și cultura internă nepregătită pentru o soluție integrată. Dacă adoptă o soluție open source, își calibrează așteptările și rezultatele, pregătindu-se pentru o soluție integrată. De ce spun aceasta? Fiindcă îți poți imagina că în spatele unei aplicații de e-business sunt milioane de tranzacții și milioane de euro; ori, în online banii nu se fac mai ușor decât în mediul tradițional, ci la fel de greu și cu condiția să înțelegi foarte bine această afacere.

Pe de altă parte, există și următorul scenariu: o companie implementează o soluție e-commerce; și apoi apar alte aspecte - nu cumva mai trebuie și altceva, cum ar fi integrarea cu o soluție ERP, cu canalele de vânzări offline. În acest moment pot să vadă că în general și soluția open source este pu-

țin depășită, sau greu de modificat (eu fiind un mare admirator al open source, asta ca să nu rămână neclarificată afirmația precedentă), așadar ajung la concluzia că au nevoie de un proiect personalizat care să li se potrivească „mănușă”. Și aici intervine zona în care noi oferim proprietatea intelectuală a unei platforme dezvoltată pe infrastructura și instrumentele Microsoft - și când spun aceasta mă refer nu numai la baza de date și la serverul de internet, ci la toată paradigma dot.net, la cloudul Microsoft - Azure, la instrumentele analitice de la Microsoft - pe care Softelligence a dezvoltat o suită de e-commerce integrată, cu capabilități complexe, nu doar de web classic, ci și de mobilitate. Așadar, în această zonă ne poziționăm noi, și multe companii care au crescut peste un anumit nivel au apelat la Softelligence pentru astfel de soluții.

**ITC:** Ce ne poți spune despre poziția ta actuală la Softelligence?

**R.K.:** Înainte de a răspunde, trebuie să încep prin a adăuga câte ceva despre Softelligence. Ceea ce diferențiază Softelligence în piață este mai întâi de toate această platformă

și produsele, dar mai ales (și asta are legătură cu rolul meu) competențele de a genera și livra proiecte și soluții complexe. Aceste proiecte nu sunt proiecte out-of-the-box. De obicei, la mari distribuitori, mari firme de asigurări sau financiare, există proiecte care implică mai multe componente software – pe lângă platforma proprie putem să avem un Microsoft Dynamics CRM, putem să avem modele de date ale SQL Server, poate exista un DMS (Document Management System), toate acestea integrate cu platformele de aplicații ale clienților: ERP (fie că este el SAP, Charisma sau Microsoft Dynamics NAV), cu canalele de vânzări offline, ca să enumerăm numai câteva. Proiectele Softelligence au în inima lor OMNi, este produsul principal, desigur, dar Softelligence este o companie de soluții web&mobile care integrează și soluții și produse de la alți parteneri.

**ITC: Ați luat premiul de cel mai bun partener Microsoft Dynamics CRM, aveți competențe și în ceea ce privește produsele și tehnologiile Microsoft SharePoint; intenționați să integrați și alte produse în portofoliu?**

**R.K.:** Da, dacă există nevoia clientului. În cazul în care clientul dorește să folosească o platformă e-business ca și core-business, apar de obicei și alte aplicații, atunci când există o viziune privind integrarea platformelor de business. De exemplu, o companie de distribuție de mari dimensiuni are nevoi complexe. O companie de acest gen vinde prin magazinele proprii, prin intermediul unei echipe de agenți de teren, prin canale indirecte gen recomenders dar și online, prin intermediul site-ului web. Nu mă refer aici numai la instrumentele de automatizare – SFA (Sales Force Automation) pentru agenții de vânzări, portal B2B pentru parteneri, portal B2C (Business-2-Customer) pentru vânzarea online – ci mă refer în primul rând la integrarea acestora. Un client ce astăzi cumpără din magazin, iar mâine comandă de pe site, obține aceleași discounturi, și este disponibil același istoric de tranzacții. Și aceasta nu se face doar cu o „coajă” de web&mobile, ci necesită o integrare de canale care presupune, de exemplu, și un domeniu de Customer Relationship Management bine dezvoltat. Softelligence propune aici atât soluția proprie cât și Microsoft Dynamics CRM. Microsoft Dynamics CRM se potrivește foarte bine, atât tehnologic cât și ca filozofie, cu ceea ce lucrăm noi, la Softelligence. Pot să spun că am adaptat „mănușă” Microsoft Dynamics CRM la două verticale – financiar & asigurări și retail, în proiectele noastre.

**ITC: Care este impactul unei astfel de soluții?**

**R.K.:** CRM este aproape un core-system pentru astfel de companii. Ceea ce oferim noi reprezintă soluții pentru automatizarea proceselor de vânzări și integrarea canalelor de vânzări. Putem integra partea de aplicații necesare zonei financiar-contabile (Microsoft Dynamics NAV), și avem parteneri și pentru zona de document management. De ce? Până la urmă, clienții nu cumpără ERP/CRM/DMS/etc. Clienții au anumite cerințe

monstrat că o companie apreciază proiectele care aduc valoare adăugată afacerii. Dacă soluția noastră îmbunătățește performanța sistemelor core-business, atunci crește eficiența și valoarea întregii afaceri a clientului și aceste soluții sunt specialitatea noastră, la Softelligence.

**ITC: Și întrebarea clasică: ce obiective de viitor aveți?**

**R.K.:** Obiectivul nostru este să ne consolidăm poziția de lider. Piața este încă mică,

*„Microsoft Dynamics CRM se potrivește foarte bine, atât tehnologic cât și ca filozofie, cu ceea ce lucrăm noi, la Softelligence. Pot să spun că am adaptat <<mănușă>> Microsoft Dynamics CRM la două verticale – financiar & asigurări și retail, în proiectele noastre.”*



de business care constau în integrarea canalele de vânzări, implementarea unor fluxuri de aprobare de documente, ș.a. Softelligence traduce aceste cerințe, aceste nevoi într-un set de produse și servicii. De exemplu, avem un proiect care a pornit având ca scop automatizarea forței de vânzări (SFA), dar care s-a transformat în acest moment în proporție de peste 90% într-un proiect CRM (Customer Relationship Management), deoarece de fapt nevoia reală a clientului, ce a reieșit pe măsura derulării proiectului, era să normeze modalitățile de interacțiune cu clienții și prospecții. Și este un fapt deja de-

decu este ușor să zici că ești lider, dar pe măsură ce piața va crește dorim să ne menținem această poziție. Și aceeași poziție dorim să o păstrăm și în relația cu Microsoft – vrem să fim în continuare principalul CRM Microsoft Partner. Suntem, în același timp, și cel mai mare utilizator al platformei Microsoft Azure din România, incluzând Softelligence, și clienții noștri care au migrat spre cloud. Softelligence este parte din acest proces de evanghelizare pe zona de cloud. Doar că noi am arătat nu numai concepte, ci mai ales am arătat clar cum funcționează; colegii noștri care se ocupă de Azure chiar au arătat studii de caz, incluzând grafice de performanță și disponibilitate, și aceasta este foarte important. Verticalele noastre sunt retail și distribuție, dar ne-am exins și la brokeri, e-retaileri, bănci și companii de asigurări.

**ITC: În plan personal, ce ne poți spune despre noua ta poziție?**

**R.K.:** Personal, pot să spun că Softelligence este o echipă ce face dezvoltare de software ca la carte. Eu am găsit la Softelligence o practică extrem de bine pusă la punct de a dezvolta software, care este altceva decât de a implementa software-ul altui producător, și mă bucur că am de învățat, la rândul meu. Rolul meu în organizație este de a da un contur mai clar echipei de servicii, de a-i crește rolul în organizație, de a crea cadrul metodologic pentru proiecte de talie grea – adică ceea ce știu eu să fac. □

*Interviu realizat de Camelia Cojocaru*

NOILE SISTEME IBM POWER ȘI STORAGE  
SIMPLIFICĂ ADOPTAREA TEHNOLOGIILOR  
BIG DATA ȘI CLOUD COMPUTING

## O SIMPLĂ DEFINIȚIE A COMPLEXITĂȚII

**IBM a accelerat strategia companiei de a transforma conceptele Big Data și Cloud Computing în realitate pentru companii de toate dimensiunile, cu ajutorul Power Systems și Storage Systems care oferă perspective complexe în gestionarea volumelor mari de date, prin simplificarea stocării datelor în Cloud și reducerea costurilor prin consolidarea acestora.**

### Gama de servere IBM Power Systems

Având la bază tehnologia procesorului POWER, serverele IBM Power Systems oferă noi facilități în zona de procesare, dincolo de sistemele și serverele tradiționale.

În această nouă era a smarter computing-ului pentru business și IT, companiile orientate către viitor iau în calcul mai mult decât performanța serverelor, funcțiile existente și ușurința în utilizare, atunci când aleg o platformă de lucru pentru noi aplicații. Acestea evaluează cât de mult le va ajuta platforma să obțină trei obiective de business principale: livrarea rapidă de noi produse și servicii, o calitate mai bună a acestora și capacitatea de a răspunde în timp real la schimbările din mediul economic. Procesoarele POWER oferă posibilitatea de a dezvolta sisteme optimizate în combinație cu software și expertiză. Pentru a obține performanța maximă, sistemele bazate pe procesoarele POWER sunt dotate cu tehnologii de optimizare a procesului de lucru. De exemplu, aplicațiile dinamice de management schimbă modul de operare pentru a obține performanța optimă pentru diverse sarcini. Modulul TurboCore oferă de asemenea facilități de optimizare a sistemului, pentru utilizarea în funcție de nevoile de procesare a serverelor, asigurând o performanță maximă pentru baza de date și sarcinile de tranzacționare. Modulul Active Memory Expansion ajută la reducerea costurilor prin validarea extinderii memoriei fizice cu până la 100% pentru anumite sarcini, cum este SAP.

### IBM Power – element-cheie pentru Smarter Computing

Tehnologii mai noi și mai inteligente sunt lansate în fiecare zi. Modele noi de business se nasc, în timp ce cele vechi dispar foarte rapid. Această schimbare radicală pune o presiune enormă pe toți reprezentanții mediului de afaceri, indiferent de dimensiunea lor și de domeniu. În acest moment este esențial ca organizațiile să fie proactive, ceea ce presupune o infrastructură de resurse umane și tehnologică foarte agilă și flexibilă. Companiile aplică tehnologiile smar-



*„Cândva, tehnologiile Big Data și cele de Cloud Computing erau accesibile doar pentru întreprinderile mari. Inițiativa recentă a companiei schimbă acest lucru: tehnologia avansată IBM este acum disponibilă pentru companiile de toate dimensiunile. Cu noile sisteme POWER anunțate, IBM atinge segmente importante pe piețele aflate în creștere.”*

*Mihai Teodor Popescu, Power Systems CTS, IBM România*

ter computing, pentru a face față acestor schimbări.

Organizațiile care folosesc servere IBM Power Systems creează infrastructuri IT care sunt coordonate cu sarcinile companiei, ajutând la reducerea costurilor prin creșterea eficienței și performanței pentru fiecare încărcare virtuală.

### Motivele alegerii platformei IBM Power

Consolidarea domeniului IT în organizații reprezintă o țintă pentru majoritatea responsabililor IT, în zilele noastre. Organizațiile se așteaptă să-și gestioneze mult mai simplu infrastructura IT și cu cheltuieli cât mai reduse. Articolul își propune să prezinte impactul utilizării tehnologiilor IBM Power Systems asupra aspectelor strategice precum eficiența organizațiilor. În acest sens, am realizat o cercetare exploratorie în rândul responsabililor IT din organizații reprezentative din România. Rezultatele obținute prin cercetarea cantitativă și calitativă au relevat perspective

noi în interiorul organizațiilor, cu privire la utilizarea tehnologiei informației.

La nivel global, mediul de afaceri devine din ce în ce mai competitiv, iar organizațiile trebuie să furnizeze servicii IT consistente, sigure, rapide și cu grad ridicat de disponibilitate, pentru a sprijini procesele de business. În viziunea clienților IBM Power Systems



intervieați pentru acest articol, principalul motiv pentru alegerea platformei IBM Power Systems este forța de procesare și capacitatea sistemelor de a răspunde la cele mai diverse nevoi. Pe zona educațională și de cercetare, foarte importantă este forța de procesare și capacitatea sistemelor de a oferi suportul pentru diverse tipuri de simulări și studii științifice care necesită resurse de calcul importante. Pe zona de business, platforma IBM Power Systems are capacitatea de a oferi un suport complet pentru procesele de afaceri critice la nivelul organizației. Discuțăm despre sisteme „core-business” în care funcționarea unui sistem informatic este crucială pentru desfășurarea activităților în cadrul organizației (e.g. sistemele din zona de retail care asigură procesele de vânzare).

### IBM Power suport pentru Big Data și cloud privat

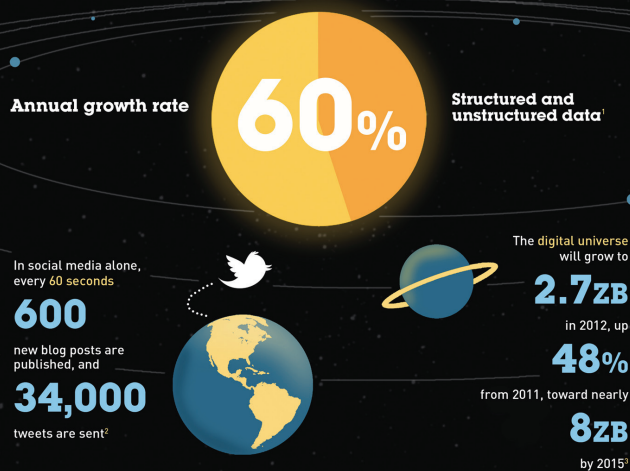
Multe companii s-au confruntat cu problema adoptării de soluții Big Data și cloud privat din cauza lipsei de competențe și expertiză interne privind proiectarea și menținerea sistemelor hardware. IBM abordează aceste probleme cu noul Power Systems care nu necesită abilități specializate și care oferă cele mai recente progrese privind virtualizarea și automatizarea, pentru a accelera dezvoltarea de sisteme private și hibride de cloud. IBM a extins tehnologia POWER7+ pe sistemele entry-level și mid-range pentru a sprijini companiile să implementeze și să dezvolte rapid infrastructuri de cloud privat și hibrid. Procesoarele POWER reprezintă o platformă mai bună pentru volumele mari de date decât x86, deoarece memoria încorporată și virtualizarea - ingrediente esențiale pentru mediile de lucru analytics și cloud - sunt construite în procesor. Aceste sisteme vin optimizate pentru a rula software-ul analytics de top al IBM, inclusiv Cognos și SPSS pentru afaceri și analize predictive.

IBM prezintă mai multe servere noi Power Systems pentru IMM-uri și pentru companiile de pe piețele aflate în creștere. Noile sisteme entry-level includ modelele Power Express 710, 720, 730 și 740. Două noi sisteme Power Systems pentru întreprinderile mijlocii și mari, modelele 750 și 760, sunt platforme

## Big Data The New Natural Resource

Big Data is the digital convergence of structured data found inside databases, and unstructured data flowing from new sources like social networks, mobile devices, sensors, RFID, smart meters and financial systems. Today, organizations can capture and analyze any data, regardless of what type, how much, or how fast it is moving, and make more informed decisions based on that information.

### Big Data is growing fast



### Are you capitalizing on Big Data?

**1 in 3** business leaders make critical decisions *without* the information they need<sup>4</sup> **53%** of business leaders *don't* have access to information from across their organizations required to do their jobs<sup>5</sup>

#### If you aren't, you could be...

Organizations applying analytics to data for competitive advantage are

**2.2x**

more likely to substantially outperform their industry peers<sup>6</sup>

Organizations adept at analytics enjoy

**1.6x** more revenue growth,

**2.0x** more profit growth, and

**2.5x** more stock price appreciation than their peers<sup>7</sup>

\*Information gathered by IBM

1 IDC

2 "In 60 Seconds" What is Happening in the Digital World?, IBI Times, December 2011

3 IDC Key Forecast Assumptions for the Worldwide Big Data Technology and Services Market, 2012-2015

4 IBM CMO Study 2011

5 IBM CMO Study 2011

6 Analytics: The Widening Divide, Report by MIT Sloan Management Review and IBM Institute of Business Value, 2011

7 Outperforming in a Data-Rich and Hyper-Connected World, The IBM Center for Applied Insights & Economist Intelligence Unit

Twitter bird is a trademark of Twitter™  
© Copyright IBM Corporation 2012. All rights reserved.

ideale de consolidare care centralizează volumele de lucru Big Data analytics și cele de cloud.

### Gestionarea eficientă, mai rapidă a volumelor mari de date

Deoarece volumele de date continuă să crească, tot mai multe organizații se îndreaptă spre tehnologii de cloud și de virtualizare pentru a crește eficiența, a reduce costurile și pentru a accesa rapid capacitățile de stocare disponibile. IBM introduce noi soluții de stocare și Smart-

cloud pentru a satisface aceste tendințe și nevoi:

- **IBM SmartCloud Storage Access:** IBM introduce în premieră noul software care permite organizațiilor să dezvolte medii private și securizate de cloud, iar utilizatorilor să stocheze datele în sistemul de cloud intern al companiei. Noul pachet are un portal web-based self-service care permite oricărui utilizator să creeze un cont, să stabilească spațiul de stocare de care are nevoie și să încarce fișiere prin intermediul serviciului de cloud - totul cu doar câteva click-uri și fără asistența unui administrator IT.

- **IBM XIV Storage System** sistemul de stocare pentru volumele mari de date, a fost actualizat cu un nou design, și cu tehnologii care suportă până la 12 porturi Ethernet de 10GB (sau 22 porturi Ethernet de 1GB) și până la 6TB de solid state cache, împreună îmbunătățind performanța modelelor precedente de cinci ori. În plus, includerea de surse de alimentare eficiente reduce consumul unui sistem XIV complet încărcat, cu 16% față de modelele precedente.

„Sistemele recent anunțate reprezintă un important pas înainte în strategia globală IBM de a oferi o familie de sisteme cu expertiză încorporată bazată pe experiența acumulată de IBM timp de decenii în reducerea costurilor și a complexității asociate cu sistemele IT”, a declarat Dan Popa, Storage Principal, IBM România. „Suntem la începutul unei noi ere de calcul, unde clienții pot procesa volume mari de informații în timp real, prin modalități care transformă fundamental modul de dezvoltare a afacerilor. Pentru a grăbi această transformare, avem nevoie să simplificăm și să accelerăm implementarea noilor capacități, precum și să reducem costurile operațiunilor IT.”

Pe o Planetă mai Inteligentă, granițele IT-ului nu pot fi delimitate cu precizie. Numărul dispozitivelor conectate și volumul datelor provenite de la acestea cresc exponențial. Aceasta reprezintă o mare provocare pentru specialiștii IT, deoarece zilnic sunt generate solicitări și probleme tot mai dificile, mai complexe. □

Silviu Cojocar



## SOLVIT NETWORKS – KNOW-HOW ROMÂNESC ÎN SERVICII IT

*SolvIT Networks s-a impus ca un lider în furnizarea de soluții de IT Management & Security, precum și soluții de business, cu o vastă expertiză în implementarea proiectelor IT. Compania a realizat mai multe proiecte de servicii IT de mare anvergură, proiecte câștigate în competiție cu liderii globali pe zona de servicii IT. Mihai Scemtovici, Managing Partner la SolvIT Networks, ne-a oferit câteva detalii despre evoluția acestei companii.*

**ITChannel:** Din câte spuneți, SolvIT Networks a început ca un proiect de antreprenoriat. În ce măsură și-a păstrat spiritul cu care a pornit la drum?

**Mihai Scemtovici:** Într-adevăr, am început ca un proiect de antreprenoriat local, fără o investiție de capital externă. Așa suntem și astăzi, cu toate că au mai apărut o serie de modificări în structura de antreprenoriat. Cu SolvIT Networks (n.r. companie înființată în 2005) am trecut prin toate etapele: momente grele, momente foarte grele și momente fericite. Nu a fost ușor dar, uitându-mă în urmă, aș începe din nou dacă ar fi cazul, pentru că satisfacțiile sunt destul de mari.

**ITC:** Cum percepeți schimbările din piața locală de IT&C după aproape 8 ani de existență?

**M.S.:** Lucrurile s-au schimbat în acest interval de timp, piața a căpătat o altă dinamică, iar noi a trebuit să ne adaptăm. Lucrurile nu pot rămâne constante, așa că noi am încercat să menținem un ritm de creș-

I-am pornit destul de bine, ceea ce ne dă o notă de optimism pentru rezultatele finale. Pentru noi, anul trecut a fost unul de colaborare și de încercare, dar în septembrie lucrurile s-au schimbat în bine. Anul acesta a început cu niște proiecte frumoase.

**ITC:** Sunteți o companie orientată pe servicii, nu pe zona de vânzare „de cutii”. Vă creează un avantaj competitiv acest lucru?

**M.S.:** Noi nu am vândut niciodată simple „cutii” și acesta reprezintă un avantaj substanțial pentru noi. Tot ce vindem este cu valoare adăugată. Doar 5% dintre softurile pe care le vindem se instalează cu „next, next, next”, restul aplicațiilor pe care le instalăm înseamnă aplicații la care trebuie să faci analiză pentru client, trebuie să ai un nivel destul de mare de know how, să asiguri multă consultanță. Implementarea nu este una standard niciodată, nu seamănă o implementare cu alta, deși este același produs, fiindcă mediile clienților sunt foarte diferite, ceea ce vrea să facă fiecare client cu produsul este diferit, aplicațiile fi-

mai dinamică și cu o competiție tot mai acerbă?

**M.S.:** Noi ne-am poziționat ca un centru de competență, nu suntem un integrator, ci putem fi foarte ușor un departament în cadrul unui mare integrator.

Mi-a plăcut ce a spus un client despre noi, lider în domeniul asigurărilor la implementarea unui proiect „V-am ales pe voi din două motive: în primul rând pentru că la sesiunea de prezentări și la sesiunea de pilot, voi ați dovedit că știți despre ce vorbiți în comparație cu ceilalți și, în al doilea rând, pentru că cineva de pe piață ne-a spus despre voi că aveți o soluție de service desk care chiar funcționează”. Pentru noi, acest lucru a fost măgulitor. Acesta a fost obiectivul nostru – clienții să aibă imaginea unei companii care livrează și ceea ce livrează funcționează, pe termen lung. Și astăzi noi oferim zile de implementare în plus, care sunt gratuite pentru clienți, fiindcă la final vrem să fim siguri că s-a înțeles de către client ce s-a implementat, iar acesta este mulțumit. Vrem să îl ajutăm să înțeleagă ceea ce își dorește. Acesta este obiectivul nostru.

Considerăm că în zona de servicii profesionale relația cu clienții este extrem de importantă, iar acesta este lucrul în care investim cel mai mult. Un client mulțumit de serviciile oferite este în măsură să genereze un alt proiect în viitor, iar acesta considerăm că este principalul motor al afacerii noastre. □

*„Obiectivul nostru este ca beneficiarii să aibă despre SolvIT Networks imaginea unei companii care livrează calitate.”*

tere și am reușit lucrul acesta, în sensul că între 2008 și 2011 a fost o perioadă de evoluții pozitive. În anul 2011, an de criză, noi am înregistrat cea mai mare cifră de afaceri. În 2012 s-a produs o scădere care ne-a dus de la 2,2 milioane Euro la 1,5 milioane Euro cifră de afaceri. Dar anul acesta

ecăru client, pe care noi trebuie să le înțelegem, cu care trebuie să facem schimburi de date, sunt diferite. Astfel, fiecare implementare este o provocare, un nou proiect.

**ITC:** Cum vă poziționați față de companiile competitoroare, pe o piață tot

*Interviu realizat de  
Silviu Cojocaru și Ștefania Dinu*

TEODOR CIMPOEȘU, KASPERSKY:

## „ÎN ACEST BUSINESS, COMPETENȚELE ȘI VALOAREA FIRMEI SUNT DATE DE CAPACITATEA DE A INOVA”

*Piața autohtonă a soluțiilor de securitate informatică este tot timpul în mișcare. Amenințările informatice se înmulțesc cu rapiditate, iar oferta de produse de securitate trebuie să se adapteze constant. Despre toate acestea, am stat de vorbă cu dl. Teodor Cimpoeșu, Managing Director Kaspersky Lab Romania și Bulgaria.*

**ITChannel:** Sunteți un furnizor foarte vizibil pe piață, atât pe zona de retail, cât și pe zona de enterprise. Cum priviți cele două componente de piață, în acest moment?

**Teodor Cimpoeșu:** Da, suntem un jucător important pe piața din România, pentru că am avut o prezență foarte intensă și activă încă din 2008. Pe partea de consumer, de utilizatori rezidențiali, există într-adevăr o gamă destul de acoperitoare de produse, pentru device-uri clasice (laptop și PC) până la tablete și telefoane. Din punct de vedere al poziționării, suntem un produs premium, adică toate tehnologiile din produs au reprezentat o investiție destul de serioasă și de aceea nu există o versiune gratuită de Kaspersky. Există, în schimb, instrumente gratuite, cum ar fi Virus Removal Tool astfel încât orice utilizator care are nevoie de asistență pentru a face o devirusare, poate să folosească produsele de încercare de la noi, care sunt complet funcționale. Pe partea de corporate, este o altă poveste. Aici nu avem de protejat unul sau câteva calculatoare sau telefoane mobile, ci infrastructuri mult mai complexe, iar piața este diferită. Vedem o schimbare de-a lungul timpului în ceea ce privește conceptul de securitate a companiilor: de la renumitul BYOD (Bring Your Own Device), până la diversificarea infrastructurii, adoptarea de servicii externalizate, servicii cloud. Acestea înseamnă o expunere mai mare și o creștere a suprafeței de risc. Acest risc a început să devină foarte real, tangibil, există o tendință puternic ascendentă de creștere a fluxului de malware și de sofisticare a atacurilor. Din acest punct de vedere, produsele și tehnologia de protecție enterprise trebuie să țină pasul.

**ITC:** Cum țineți așadar pasul cu această evoluție a tehnologiei? Am văzut că aveți foarte multe patente.

**T.C.:** Da, când vorbim de firme care activează în domeniul tehnologiei, și nu mă refer doar la tehnologia informației, competențele și valoarea firmei sunt date, de fapt, de capacitatea ei de a inova. Una dintre expresiile inovării este și înregistrarea acestor realizări, sub forma patentelor, în mare măsură pentru protecție. Pentru că activăm pe piețe foarte competitive, este foarte important să-ți înregistrezi aceste invenții, pentru a-ți proteja businessul. Pe de altă parte, când vorbim de evoluția malware, nu este ușor să inventezi, să găsești noi metode de prevenire. Cu cât cerințele de securitate sunt mai înalte, cu

*„Avem o nouă ediție de produse enterprise, vom îmbunătăți programul nostru de parteneriat și politicile de distribuție, care sperăm să aducă mai multă disciplină și să se și reflecte în vânzări.”*

atât metodele și tehnologiile pe care trebuie să le implementezi sunt mai sofisticate și acest lucru se simte. În ceea ce privește abordarea securității, în ultimii ani a avut loc o schimbare de paradigmă, și anume, o orientare a companiilor de top de pe piață către tehnologii noi.

**ITC:** În business-ul acesta, zona de servicii IT tinde să crească față de zona de licențe?

**T.C.:** Cred că există o presiune pe partea de produse pentru utilizatorii individuali. Pe partea de business, în schimb, cred că există un potențial foarte mare pentru servicii administrate, și anume, mici companii care nu au resursele să se admi-



nistreze singure și care poate ar plăti un abonament, atât pentru infrastructura informatică, cât și pentru partea de securitate. Există cereri de la parteneri și pentru ceea ce noi numim managed security service, și anume licențierea și administrarea de către un outsourcer a infrastructurii.

**ITC:** Ce obiective urmăriți pe piața românească pentru 2013?

**T.C.:** Evident, să creștem. Dacă în 2008 am plecat de la 3-5% din piață, estimările noastre actuale sunt undeva la 20% cotă de piață. Asta înseamnă o creștere destul de bună. De asemenea, anul trecut, piața soluțiilor de securitate, ca și tot ce înseamnă domeniul IT, de altfel, a suferit un ușor recul: aceasta este realitatea. Pentru 2013,

noi ne-am propus să avem performanțe peste nivelul anului trecut, și cred, de asemenea, că există toate premisele pentru aceasta. Avem o nouă ediție de produse enterprise, cu funcționalități foarte interesante și foarte cerute, vom îmbunătăți programul nostru de parteneriat și politicile de distribuție, care sperăm să aducă mai multă disciplină și să se și reflecte în vânzări. Așadar, pentru nivelul României și Bulgariei sunt foarte optimist. □

*Interviu realizat de Ștefania Dinu*

Interviu complet este disponibil la adresa [www.itchannel.ro/Kaspersky](http://www.itchannel.ro/Kaspersky)



Alexandra COJOCARU SKOWRONSKI

**Este un fapt confirmat: domeniul IT a evoluat foarte mult, devenind deopotrivă mai complex, dar și mai orientat către client.**

**Nu mai există acel departament IT care se limitează doar la întreținerea părții hardware și scrierea și rularea software-ului. "IT"-ul oferă acum clienților săi atât produse, servicii cât și soluții.**

# CUSTOMER SERVICE ȘI IT: CUM EVOLUEAZĂ ÎMPREUNĂ?

**C**ategoric, a trecut perioada când zona de IT dintr-o companie era exclusă de la masa afacerilor. Acum, IT-ul este parte integrantă a businessului și se bucură de o paletă mare de clienți, atât interni, cât și externi.

De aceea, integrarea serviciului de relații cu clienții în departamentele IT, cât și în firmele IT, este cu atât mai importantă.

Percepția generală este că, dacă lucrezi într-un domeniu tehnic, serviciul de relaționare cu clienții este destul de dificil. Motivul este simplu: oamenii de la tehnic sunt obișnuiți să se limiteze doar la a face sistemul să funcționeze, fără să ofere informații suplimentare, explicații, fără a se vedea ca furnizori de produse și servicii și fără a privi beneficiarii acestor sisteme ca fiind clienții lor, fie ei interni, fie externi. De fapt, chiar și în această nouă eră a tehnologiei, totul se rezumă la client. Firmele de IT oferă infrastructura și soluțiile care mențin businessul activ și-l ajută să se dezvolte. Componenta IT se regăsește acum aproape în fiecare departament al unei companii și aproape nu există angajat care să nu folosească într-un fel sau altul tehnologia informației în munca sa. Aceste departamente și angajații lor sunt clienții. Misiunea noastră, ca și customer service, este destul de simplă și anume "să existe o continuă îmbunătățire a produselor și serviciilor oferite în vederea satisfacerii așteptărilor clienților noștri. Scopul nostru este să ne amintim cui ne adresăm și să o facem cât mai bine."

**Așadar, iată regulile noastre privind satisfacerea așteptărilor clienților (în cinci puncte):**

**1. Identifică-ți clienții:** Stabilește care sunt oamenii și departamentele care utilizează produsele și serviciile tale; ai în vedere TOȚI clienții, atât interni cât și externi.

**2. Stabilește așteptările clienților:** De regulă, clienții transmit care le sunt așteptările în ceea ce privește serviciile companiilor IT. Pentru alți clienți, noi trebuie să descoperim care le sunt așteptările reale. Cea mai bună și sigură metodă de a afla este comunicarea: determină-i să-ți spună dacă sunt mulțumiți, de ce anume au nevoie, ce mai trebuie îmbunătățit (aici intră în joc binecunoscutele chestionare privind gradul de satisfacție a clienților).

**3. Stabilește procesul:** Trebuie să ne gândim ca produsele și serviciile pe care le oferim să aibe un standard de calitate ridicat. Există o singură cale de a furniza servicii într-o manieră superioară și anume prin a ne documenta, a strânge informația și a întocmi proceduri de lucru, pe care să le implementăm, standardizăm și respectăm.

**4. Urmărește procesul:** Este necesar să verificăm că procedurile de lucru sunt respectate și sunt în concordanță cu solicitările clienților. Orice nerespectare a acestor proceduri poate atrage după sine nemulțumirea clienților.



**5. Obține feedback:** Pentru a obține un feedback constructiv din partea clienților, referitor la activitatea noastră, din când în când le solicităm părerea vis-a-vis de serviciile prestate să vedem dacă atingem obiectivele stabilite.

## SUNTEM ÎNTR-O CONTINUĂ ÎMBUNĂTĂȚIRE

Schimbarea este inevitabilă în business. Nevoile, cererile și așteptările clienților se schimbă. Tocmai de aceea solicitarea de feedback este necesară, iar îmbunătățirea metodelor de lucru trebuie să facă parte din sistemul nostru.

În procesul de îmbunătățire a serviciilor noastre, trebuie să ținem cont de următoarele:

- În primul rând, trebuie să stabilim dacă se cere acest lucru din partea clientului.
- Dacă este necesar, trebuie analizat și stabilit cum se pot îmbunătăți serviciile noastre. Există vreo metodă de a schimba mai rapid, mai eficient și cu costuri minime? Se poate face astfel încât să atingem sau să depășim așteptările clienților?
- Implementăm procesul de îmbunătățire a serviciilor noastre și-l monitorizăm atent pentru a vedea rezultatele și impactul pe care-l va avea asupra așteptărilor clienților.
- Dacă rezultatele sunt pe măsură, ne asigurăm că noile proceduri de lucru vor fi respectate.

Ca și firmă de Tehnologia Informației, considerăm că este și va fi nevoie în permanență să îmbunătățim câte ceva pentru a crește gradul de satisfacție a clienților și a ne diferenția pe piața de IT. Ceea ce facem noi, ca serviciu de relații cu clienții, este să ne cunoaștem clienții, să le identificăm nevoile și să le determinăm așteptările, să dezvoltăm procese standardizate pe care să le respectăm și să obținem feedback din partea acestora. Dacă clienții sunt mulțumiți de serviciile noastre suntem și noi fericiți că i-am putut ajuta. □

## METODOLOGIA - CHEIA SUCCESULUI ÎN IMPLEMENTĂRILE ERP?

**Carmen STOICA,**

**Project Manager - LLP Dynamics România**

**M**etodologia, în sine, este un sistem de principii sau reguli de la care derivă metode specifice sau proceduri ce pot interpreta sau rezolva anumite probleme din cadrul unui proiect. Ca și concluzie, metodologia nu este o formulă, ci un set de practici. La acestea se adaugă, însă, pentru fiecare proiect - experiența în implementare a LLP Dynamics și practicile specifice proiectului, domeniului de activitate al clientului, și experiența - cunoștințele - abilitățile personale ale echipelor de proiect.

LLP Dynamics furnizează și implementează soluții software de tip ERP: Microsoft Dynamics AX și Microsoft Dynamics NAV. În acest sens, LLP Dynamics a adoptat Microsoft Sure Step ca și metodologie de implementare.

Adoptarea unei metodologii (sau a unui set de proceduri) care să se plieze pe toate implementările permite o livrare de succes și dobândirea de experiență pentru toate persoanele implicate. Acest lucru este foarte important pentru o companie multinațională ca LLP Dynamics, deoarece în acest fel ne asigurăm că în toate sucursalele noastre personalul LLP Dynamic oferă aceleași servicii de implementare de calitate pentru clienții noștri, indiferent de locațiile lor. Ne dorim ca livrările noastre să fie fiabile, iar utilizarea unei metodologii de implementare ne asigură acest lucru. Utilizarea în mod repetat a unei metodologii de implementare în cadrul tuturor sucursalelor dintr-o organizație oferă o vizibilitate crescută pentru toate părțile implicate în proiectul respectiv, atât la nivel intern cât și extern. Acest lucru permite angajaților să înțeleagă procesul de implementare de la început până la sfârșit și, mai important, vizibilitatea le permite clienților noștri să știe la ce să se aștepte pe tot parcursul implementării.

De asemenea, capacitatea de a avea control asupra costurilor este un beneficiu imens al adoptării unei metodologii

de implementare. Livrarea soluțiilor ERP prin intermediul unor proceduri repetate ne ajută ca, în timp, să înțelegem cât timp și ce resurse sunt necesare pentru o livrare de succes.

Definirea rolurilor și responsabilităților este, de asemenea, un element foarte important într-o companie. Acestea trebuie definite foarte clar, în cadrul unei implementări, pentru a le permite părților implicate să-și eficientizeze rolul individual pe care fiecare îl are în cadrul implementării, dar și rezultatul final al muncii în echipă.

Fiecare client are nevoi diferite, astfel încât este nevoie de o metodologie de implementare flexibilă, care le permite angajaților să croiască anumite părți ale implementării astfel încât aceasta să se plieze pe aceste nevoi. O metodologie flexibilă este calea sigură către o implementare de succes.

Comunicarea permanentă cu clientul este și acesta un aspect foarte important într-un proiect de implementare. Unul dintre motivele principale de eșec este lipsă de comunicare între părțile implicate, fapt care poate duce la așteptări sau cerințe neîndeplinite. Având o comunicare constantă pe tot parcursul proiectului, mai ales în punctele critice, se poate asigura o bună parte din succesul unei implementări.

O componentă esențială de a avea o metodologie de succes este revizuirea constantă a acesteia, prin feedback-ul obținut de la cei la care a fost aplicată.

Mediul de afaceri este în continuă schimbare. Ceea ce a funcționat acum 6 luni de zile, poate nu mai este de actualitate. Acest lucru este valabil și la o metodologie de implementare. Într-un segment de piață unde lucrurile se schimbă rapid, este important să găsim modalități mai bune de a implementa o soluție ERP și să obținem feedback de la cei care demarează schimbări. Este esențial pentru o companie să aibă un management al schimbării pentru metodologia sa de implementare. □



Bogdan MARCHIDANU

**Ajuns pe buzele multora, conceptul Bring-Your-Own-Device (BYOD) pare a preziona un alt mod de desfășurare a afacerilor în viitor: acela în care oamenii vor lucra pe dispozitivele IT pe care le socotesc cele mai potrivite pentru nevoile lor.**

# BYOD

## - ÎN NOR SAU LA FIRMĂ?

**T**inând de mobilitate și eficientizare, dar și de înglobarea diferitelor unelte software și hardware necesare în viața de zi cu zi a oamenilor, conceptul BYOD este, poate, cel mai nou apărut pe piața IT. Atât de nou încât unii analiști susțin că el, și nu conceptul de „cloud computing”, existent sub diverse forme de ani buni pe piață, este cel care va revoluționa modul în care IT-ul este folosit de către oameni.

Istoric vorbind, și chiar filozofic dacă doriți, era inevitabilă apariția unui nou concept care să definească unul din fenomenele cele mai vizibile în ultimii zeci de ani: trecerea de la concentrarea pe entități de afaceri la concentrarea pe client. Vorbim aici, cu alte cuvinte, despre orientarea inevitabilă a unei întregi piețe de soluții și produse de la agregatorii de angajați, companiile, indiferent de dimensiunea lor, la angajații înșiși, conform principiului de maximizare a rezultatelor prin maximizarea oportunităților oferite celor care aduc acele rezultate.

Născut prin apariția dispozitivelor mobile inteligente și prin creșterea rapidă a infrastructurii de comunicații mobile de date, conceptul BYOD se bucură de avantaje, dar și de dezavantaje, așa cum era și previzibil, de altfel. Ușurarea enormă a multor tipuri de activități prin permisiunea acordată angajaților de a-și folosi propriile dispozitive IT (indiferent că se numesc smartphone, tabletă sau altfel) se bate, deocamdată, cap în cap mai ales cu teama de expunere și furturi. Dincolo de toate acestea însă, conceptul BYOD are de-a face și va continua să aibă de-a face cu două aspecte esențiale: unul tehnico-procedural, celălalt mental.

### Factorul procedural

La o primă vedere, mobilitatea și banda largă de comunicații, premisele esențiale ale transpunerii conceptului BYOD în practică, fac naturală folosirea ca procedură de adoptare a conceptului fenomenului cloud computing. În fond, atâta vreme cât angajaților unei companii li se permite să utilizeze dispozitivele inteligente per-

sonale sau oferite de către firmă în scop de desfășurare a activității în folosul firmei, nimic nu poate fi mai natural decât fructificarea integrală a avantajelor cloud computing pentru maximizarea rezultatelor acestei activități.

Chiar dacă pare procedura care are darul de a concretiza pe deplin profețiile lui Alvin Toffler din „Al treilea val” și de a permite oamenilor să decidă singuri cât, cum și unde să muncească, transpunerea conceptului BYOD în realitate prin cloud computing se confruntă deocamdată, și probabil se va confrunta și în viitorul apropiat cu câteva dificultăți.

Iar cea mai „tehnică” dificultate dintre toate este legată, pur și simplu, de adoptarea cloud computing în firma respectivă. Oricât ar dori un angajat să își folosească dispozitivul inteligent de oriunde și oricum, dacă firma pentru care lucrează nu adoptă cloud computing ca tehnologie de bază pentru desfășurarea activității, angajatului respectiv îi va fi imposibil să desfășoare vreo activitate cu respectivul dispozitiv în folosul muncii sale plătite.

Cele de mai sus constituie, poate, motivul pentru care pe piață a apărut deja o procedură de lucru privitoare la conceptul BYOD, anume transpunerea lui în practică prin soluții instalate on premises. Ce înseamnă asta? Nimic altceva decât o extindere a integrării de platforme și soluții IT de lucru din mediul business în zona de mobilitate.

Cum se poate realiza practic așa ceva? Pentru piața românească, de pildă, cel mai recent exemplu, dacă nu cumva chiar primul de acest gen, a fost dat de integratorul de sisteme Kapsch România, care la sfârșitul anului trecut a semnat un parteneriat cu Apple pentru integrarea soluțiilor de mobilitate ale ultimului, implicat pentru transpunerea în realitate a conceptului BYOD în mediul de afaceri, în cadrul infrastructurii deja existente într-o întreprindere.

Sigur, această a doua metodă procedurală presupune investiții de tip „clasic” efectuate de beneficiar în achiziționarea unei astfel de soluții. Pe de altă parte, preluarea unei mari părți a riscurilor, in-

clusiv cel legat de securitate, de către integratorul de sisteme ar putea reprezenta un răspuns hibrid de calmare a oricăror temeri privind potențialele pericole ale aplicării BYOD în viața companiilor.

### Factorul mental

Acest factor nu reprezintă altceva decât clasică aversiune a oamenilor față de riscul de orice natură. Este principalul factor „vino-vat” de rata încă relativ scăzută de adoptare a tehnologiilor și procedurilor moderne de lucru precum cloud computing sau IT outsourcing.

### Conceptul BYOD va continua să aibă de-a face cu două aspecte esențiale: unul tehnico-procedural, celălalt mental

Teama de a nu suferi pierderi, mai ales de date sensibile, critice pentru activitatea unei companii, face din tot ceea ce înseamnă serviciu specializat IT o tentație extrem de mare (în special din perspectiva reducerii dramatice a costurilor) combinată cu o adversitate din multe puncte de vedere la fel

de mare. O relație de tip „like-hate” care nu reprezintă altceva decât un permanent teren de luptă, mai ales pentru furnizorii de soluții și servicii, în războiul dus nu cu schimbările tehnologice, ci cu schimbarea de mentalitate.

Conceptul BYOD nu este deloc scutit de o asemenea relație, ba chiar din contra. Este aproape imposibil de imaginat actualmente, de pildă, că o instituție financiară ar permite unui angajat al ei să își folosească dispozitivul inteligent pentru a face operațiuni cu date esențiale ale instituției stând comod în fotoliul de acasă pe timp de iarnă, eventual în fața unei cești fierbinți de ceai.

Cu toate acestea, premisele schimbării există deja. Mă refer aici la două lucruri esențiale. Primul ar fi acela că tot mai multe firme permit propriilor angajați să folosească dispozitivele inteligente măcar pentru activități nu neapărat esențiale, cum ar fi consultarea e-mail-ului de serviciu. Este, evident,

un început palid, dar orice construcție solidă pornește cu un prim pas.

Al doilea lucru esențial este dat de efortul continuu al furnizorilor de a-și convinge potențialii clienți de avantajele adoptării noilor proceduri precum cloud computing și, prin extensie, BYOD. Mă refer aici, așa cum exemplul mai sus al integratorului Kapsch demonstrează, nu la eforturi de marketing și vânzări, ci chiar la asumarea clară de responsabilități, de către furnizori, privind diminuarea până la dispariție a riscurilor asociate desfășurării activității clientului.

Liniștirea aversiunii față de risc a clientului poate fi răspunsul major la întrebarea legată de modul de evoluție a pieței IT, mai ales din perspectiva unor concepte precum BYOD și cloud computing. Iar câtă vreme atât furnizorii cât și clienții vor începe să înțeleagă că responsabilitatea este, mai ales în România, principala cărămidă de la baza construcției unei afaceri de succes chiar și în condiții de criză economică, partea benefică a universului numit tehnologia informației va putea să-și facă, în sfârșit, pe deplin simțită prezența și pe plaiuri mici-orice. □

### Cloudul pe înțelesul tuturor, explicat de GECAD NET

## CLOUD PUBLIC VS. CLOUD PRIVAT

Termenul de „cloud computing” este utilizat masiv de aproximativ doi ani în România, însă tehnologiile tip cloud public sunt utilizate de români încă de la primul cont de Yahoo mail. Până când utilizatorii au aflat de urgența amenințărilor care circulă pe Internet, o mare parte trimiteau CNP-uri, numere de carduri, numere de telefon prin e-mailul personal, către părinți și prieteni.

Mulți profesioniști încă păstrează o doză de reticență față de utilizarea tehnologiilor cloud în scopuri de business, în ciuda faptului că le utilizează zilnic în scop personal. O parte din această reticență a utilizatorilor este legată de înțelegerea tehnologiei cloud computing ca fiind sută la sută publică. De fapt, în prezent, există trei tipuri de cloud: public, privat și hibrid.

Aplicațiile disponibile prin intermediul unui browser, fac parte din **cloud-ul public** și sunt accesibile doar prin Internet. Soluțiile de cloud public sunt găzduite de către providerii lor, pe serverele lor (Microsoft, Yahoo etc.) iar utilizatorii au control la informațiile pe care le editează și salvează în interfețele respective printr-un user name și o

parolă securizată. Siguranța este de nivel maxim. Securitatea și capacitățile centrelor de date Microsoft, de exemplu, sunt recunoscute, întrucât gestionează toate atributele care vin cu licențele software pentru miliarde de clienți.

**Cloudul privat** se referă la o infrastructură extrem de performantă, disponibilă la sediul companiei. Cloudul privat nu este însă sinonim cu infrastructura IT tradițională.

Cloud privat înseamnă un set de aplicații software și sisteme hardware care au aceeași performanță precum centrele de date ale providerilor de cloud public (Amazon, Ebay, Microsoft, IBM, Oracle etc.). Utilizatorii care doresc să își modernizeze infrastructura IT și au politici de menținere a informației doar în cadrul companiei, pot alege soluțiile de cloud privat. Cloud privat înseamnă și management IT centralizat, control total pe tot parcul IT și aplicații care

funcționează la secundă. Vestea bună este că în prezent există în România și soluții de cloud privat pentru IMM-uri, dezvoltate „la cheie”, precum SystemV dezvoltat de GECAD NET, un server cu toate softurile de virtualizare și management de infrastructură preinstalate.

# CAUT JOB... CARE JOB?

de Bogdan Marchidanu

**De ani de zile, atunci când se vorbește despre educație se face referire la necesitatea unor programe de instruire adaptate cerințelor pieței. Problema tot mai vizibilă devine însă alta: care cerințe?**

**C**u foarte puțin timp în urmă, o știre apărută în media a trecut relativ puțin observată, deși impactul ei este, cel puțin din punctul meu de vedere, mai mare decât acela al răsturnării violente a unor sisteme politice din diverse țări de pe glob. Pe scurt, știrea respectivă spunea că în Marea Britanie s-a ajuns, în ultimii doi-trei ani, ca aproape 50% din absolvenții de institute universitare prestigioase din această țară să nu își găsească de lucru după absolvirea studiilor.

Pentru cei care își legau speranțele de „îndulcire” a perspectivelor de viață, cel puțin profesională, de absolvirea unor astfel de instituții aflate în topul mondial al recunoașterii, vestea poate veni ca o măciucă. Și asta deoarece ea naște cel puțin câteva întrebări. Dacă așa ceva se petrece cu un absolvent în Marea Britanie, ce se petrece cu un absolvent de instituție de învățământ superior mai puțin faimoasă, aflată în altă țară, de pildă în România? Și chiar, mai înfricoșător decât atât, dacă se poate petrece așa ceva, ce nevoie mai este de învățământ universitar per ansamblu? Doar ca să scoată șomerii pe bandă rulantă?

## Scurt istoric și fenomenologie

Ceea ce se petrece acum la nivel mondial este extrem de pervers și prea puțin întrevăzut de omenire în ultimele decenii. Fenomenul are două laturi, la fel de importante amândouă: latura educațională pură și latura dezvoltării sociale prin intervenția tehnologiei. Latura educațională se referă, din punctul meu de vedere, la faptul că

principiile fundamentale de educație, la toate nivelurile, s-au bazat dintotdeauna pe dezvoltarea aptitudinilor de execuție specializată și eficientă a unor sarcini, și prea puțin pe dezvoltarea elementelor de creativitate personală în cadrul unor fenomene generale din care esențiale sunt doar liniile directoare.

Ca să explic mai bine ce vreau să spun, să luăm exemplul unei facultăți tehnice, alta decât știința calculatoarelor. De zeci de ani programa școlară s-a axat aproape exclusiv pe însușirea unor legi și teh-

nicile pentru aplicare eficientă a ceea ce există. Despre folosirea unor talente personale, eventual caracteristice persoanei respective de dinainte de accesarea la nivelul pregătirii universitare nu s-a făcut aproape niciodată vorbire. Cu atât mai puțin nu s-au aplicat astfel de talente pentru a se încerca în cadru universitar dezvoltarea permanentă a unor procese creatoare în chiar domeniul specific de educație al respectivei instituții universitare.

Ei bine, o asemenea atitudine a instituțiilor universitare își arată roadele nefericite

*Cisco previzionează că în 2015 vor exista circa 50 de miliarde de dispozitive M2M conectate în rețele la nivel mondial. Cam șase astfel de dispozitive pentru fiecare om de pe planetă. Ce va însemna asta?*

nologii astfel încât absolventul instituției respective, denumit inginer, să știe imediat ce intră în câmpul muncii ce anume să folosească mai bine pentru a eficientiza domeniul de muncă.

Indiferent că metodele educaționale s-au modernizat sau nu, că accesul tot mai larg și mai rapid la Internet a făcut posibilă adoptarea unor metode educaționale moderne, precum e-Learning, filozofia din spatele întregului proces educațional a rămas aceeași: pregătirea oamenilor

acum, când cea de-a doua latură menționată mai sus, cea a dezvoltării sociale prin intervenția tehnologiei, a transformat deja fundamental peisajul activității umane de după încheierea studiilor și absolvirea unei astfel de instituții de învățământ superior.

Ca să exemplific ce vreau să spun, voi lua doar două exemple, definite de acronime: M2M și imprimarea 3D. Denumirea M2M ascunde fenomenul mondial de transformare a infrastructurilor tehnologice în in-





frastructuri în care mașinile comunică direct între ele, fără intervenția omului (de unde și numele, Machine-to-Machine sau M2M). A doua denumire se referă la recentul fenomen al dezvoltării tehnologiei de imprimare tridimensională.

### Fenomene și soluții

Furnizorul global de tehnologie Cisco previzionează că în 2015 vor exista circa 50 de miliarde de dispozitive M2M conectate în rețele la nivel mondial. Cam șase astfel de dispozitive pentru fiecare om de pe planetă. Ce va însemna asta? Printre altele, dispariția enorm de multor locuri de muncă de pe suprafața întregii planete, de educația ocupanților ai cel puțin unei părți din acestea ocupându-se instituțiile actuale de învățământ superior, pe baza programelor școlare curente.

Și ca să nu rămân doar în sfera generalităților, cred că sunt suficiente câteva exemple minore, prezente și în România. Unul este cel al expansiunii Internet Banking-ului. Întrebarea care se pune aici este câte locuri de muncă din bănci vor fi anihilate de o asemenea expansiune, în condițiile în care se știe că pentru ocuparea unui astfel de post într-o bancă, aspirantul trebuia musai să fie absolvent de învățământ superior? Un alt exemplu este cel al comerțului electronic, fenomen care cunoaște și el o creștere extrem de dinamică. Câți absolvenți de Comerț și

în zilele noastre, din momentul în care orice om își va putea proiecta orice fel de obiect, oricât de complicat, pe care și-l va transpune în realitate prin intermediul unui robot de imprimare tridimensională, ce nevoie va mai fi pe piață de fabrici, de comerț și de lanțuri de desfacere? Cu alte cuvinte, ce utilitate vor mai avea inginerii, economiștii, ș.a.m.d.? Sunt cele de mai sus niște utopii? Foarte posibil că da, pentru mulți. Tuturor celor care se îndoiesc că aceasta este evoluția aproape inexorabilă a omenirii, îmi permit să le amintesc, dacă nu știau deja, că în anul de grație 1993, deci cu mai puțin de două decenii în urmă, marele om de IT care se numește Bill Gates afirma public că Internetul este o tâmpenie și că nu va ajunge niciodată un fenomen de masă...

Care ar fi, atunci, soluțiile, cel puțin la nivel educațional? Greu de spus în urma unei analize extrem de sumare a doar unor fragmente minuscule ale fenomenelor care se produc actualmente în viața omenirii. Și mai ales greu de spus din perspectiva unui simplu analist conștient de universul care îl înconjoară, dar care, de unul singur, se poate mărgini doar la deschiderea unor ochi. În mod cert va fi nevoie de un uriaș efort conjugat al unor oameni din cele mai diverse domenii și de cele mai diverse facturi pentru găsirea unor soluții de continuare a dezvoltării umane în circumstanțe precum cele menționate

anterior și care au darul de a schimba însăși paradigma existențială a omului. Iar printre acești oameni, poate în primul rând vor trebui să se găsească înșiși profesorii, cei care ar trebui să-și dea primii seama că fără o abordare lucidă a ceea ce se petrece în jurul nostru,

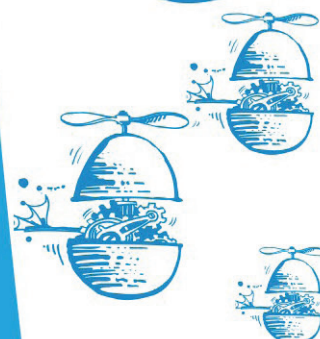


Marketing își vor mai găsi, în atari circumstanțe, locuri de muncă în viitor pe măsura pregătirii de tip clasic permise de ei pe băncile facultăților?

Al doilea fenomen menționat de mine anterior, cel de imprimare tridimensională, are darul de a provoca efecte și mai perverse. Privind lucrurile oarecum la extrem

obiectul muncii lor va deveni caduc din pricina lipsei de perspectivă a „clienților” pe care ei îi educă.

Pentru toți profesorii de pe planetă zicala: „*Deschideți voi primii ochii și bine, ca să nu vi-i închidă viața și vremea!*” pare să fie astăzi mai adevărată ca oricând. □



Business Analytics means BUSINESS



## DESPRE ECHIPE, PERFORMANȚĂ ȘI MOTIVAȚIE ÎN VÂNZĂRI

*Discuția cu Anca Lăzărescu, Sales Director – LLP Dynamics, s-a dovedit un excelent prilej de a înțelege care sunt provocările și „capcanele” cu care se confruntă un om de vânzări și un manager în industria IT*

**ITChannel:** Care este motivația principală, în acest business al ERP-urilor, un proces adesea îndelungat și fără satisfacții imediate?

**Anca Lăzărescu:** Pot să-ți spun că este greu, dar este foarte interesant, altfel nu aș fi stat 11 ani în acest domeniu. Eu am început să vând soluții de tip ERP în ultimul an de facultate, când nu reușeam să am o viziune de ansamblu asupra întregului proces. Avansând în *business*, am reușit

să văd cum se derulează întreg procesul și multe necunoscute au început să aibă sens. Ideea principală este că îți trebuie foarte mult pentru a construi o relație cu clientul. Contează desigur, cât de bună este soluția, cât costă, dar și mai importantă este relația pe care o ai cu clientul. Personal, am avut procese de vânzări care au durat între două săptămâni și cinci ani. „Recordul” personal de încheiere a unui *deal* a fost de cinci ani. În tot

acest timp, am insistat pe profesionalism, răbdare și empatizare: discutam cu clientul în mod regulat, răspundeam la toate întrebările, reveneam cu feedback de câte ori aveam informații noi, îl ajutam să ia decizii. Așadar, procesul este, cu siguranță, unul de colaborare între participanți. După aceea, intră în scenă perioada de implementare, metodologia, procedurile, referințele și celelalte aspecte practice ale unui astfel de proiect.

### ITC: Cum dezvolți această relație cu clienți care nu știi de la bun început că le trebuie sau că vor un sistem ERP?

**A.L.:** Acesta este un alt tip de client, căruia trebuie să-i creezi nevoia. Aici este mai dificil, pentru că acest potențial client nu are încă încrederea necesară pentru a-ți furniza informațiile de care ai nevoie să-ți construiești cazul. Compania respectivă nu are o problemă în acel moment, lucrurile merg bine, iar tu trebuie să-l convingi că are nevoie de o soluție ERP. Discuțiile ulterioare se învârt în jurul situației existente în compania sa, a nevoilor care încă nu sunt acoperite etc. Procesul este mult mai anevoios, dar și mai provocator. Este esențial să reușești, după mai mulți ani în acest *business*, să nu îți pierzi răbdarea pentru astfel de lucruri și să îți păstrezi dorința de experimenta, de a testa și învăța. De aceea cred că este interesant pentru vânzătorii juniori să fie lăsați să învețe această meserie încercând toate scenariile de vânzare pe care le poți întâlni la un moment dat.

### ITC: Echipa tânără, pe care o ai acum, cum vede lucrurile?

**A.L.:** În echipa noastră, am reușit ca anul acesta să nu mai avem nici un vânzător fără certificările pe care le aveam în plan; din punct de vedere al grupului LLP, deși nu este o cerință a Microsoft (pentru că certificările obligatorii le avem de foarte mulți ani), se consideră că este preferabil ca toți membrii echipei să obțină toate certificările legate de tehnologia sau produsul cu care lucrează. În afara acestor certificări, intervin și aspectele soft: este nevoie să înțelegi multe lucruri, să vrei să muncești, să ai răbdare și prudență în tot ce faci; altfel nu reușești. Meseria se și „fură”: trebuie să prinzi din zbor multe lucruri, trebuie să fii atent la gesturi, la priviri; limbajul trupului este esențial în vânzări. Să vinzi nu înseamnă să vorbești; cel mai important lucru este să lași clientul să vorbească. Tu, ca vânzător, trebuie să-l ascuți, să-l înțelegi nevoile și cerințele. Dacă nu ești atent la aceste lucruri, nu vei reuși.

### ITC: Și cum îi găsești pe acești oameni de vânzări?

**A.L.:** Nu îi găsești: aici este vorba despre experiență, despre intuiție. Pe acești oameni îi crești și îi păstrezi. În momentul în care simți că un angajat poate performa în acest domeniu, depui toate eforturile pentru a-l forma, pentru a-l păstra. Acest lucru ține, desigur, de viziunea managerilor companiei asupra proceselor de vânzări. Dacă managerii se concentrează preponderent asupra părții de administrare a afacerii, asupra micromanagementului, nu este suficient. În acest domeniu, dezvoltarea personală a angajatului, dar

și a echipei, sunt importante în egală măsură. Noi facem ședințe de vânzări în care ne vorbim unul altuia despre ce și cum ar trebui să se întâmple lucrurile și să știi că am avut surpriza de a afla idei excelente și de la oameni care nu au nimic în comun cu vânzările. Trebuie doar să nu îți imaginezi că le știi pe toate, ci să stai în scaunul tău și să ascuți. În al doilea rând, subliniez din nou importanța oamenilor: să nu ne lăsăm conduși doar de cifre, fie salarii, bonusuri, sau targeturi. Ai nevoie de cifre, dar ele nu trebuie să-ți conducă afacerea.

### ITC: Cum vă împlețiți munca cu consultanții?

**A.L.:** Armonios. Nu putem lucra unii fără alții. Consultanții sunt implicați în procesul de vânzări încă din faza de pre-sales. În momentul în care se încheie procesul de vânzare, proiectul se predă echipei de implementare. *Project manager*-ul alocat este responsabil de transferul de *know-how* și de încheierea implementării cu succes. Aici intervine un punct sensibil al firmelor de consultanță. La încheierea proiectului, *project managerul* iese din cont. De aceea, la noi în companie, vânzătorii, pe care îi nu-

*„În această industrie contează foarte mult relația pe care o construiești cu clientul. Procesul de achiziționare și implementare a unei soluții ERP este, cu siguranță, unul de colaborare între participanți.”*

mim *account manageri*, sunt răspunzători nu numai de vânzarea propriu-zisă, dar și, în egală măsură, de procesul de implementare și de cel de *after-sales*. *Account managerul* este cel care are grijă de cont pe perioada nedeterminată. Își construiește o relație bazată pe respect și încredere cu clientul, corespundează cu el, administrează toate cererile; tot de la el sunt inițiate și alte miniproiecte către echipa de implementare.

### ITC: Trebuie să existe o notă personală în orice business?

**A.L.:** Da, cred cu tărie în acest principiu. Clientul trebuie să știe că te poate suna în orice situație, că poate să-ți vorbească deschis. Trebuie să-i câștigi încrederea. Avem clienți - directori financiari, cu precădere - cu care am colaborat acum mulți ani și care au schimbat între timp compania. La noul loc de muncă au cerut să lucreze cu același ERP și tot cu LLP. Acest lucru aduce satisfacție extraordinară unei echipe de vânzări.

### ITC: Cum ai ajuns în această industrie? Care au fost pașii?

**A.L.:** Eram studentă în anul II, la Marketing și Relații Internaționale, și aveam nevoie de un job. Programul de la facultate era destul

de încărcat, astfel încât nu puteam să lucrez decât *part-time*. M-am angajat la Departamentul Contabil, într-o firmă de IT franțuzească, care se ocupa și de ERP-uri (*EWIR - Est-West Informatique, achiziționată între timp de LLP - n.r.*). Timp de un an am alergat prin tot orașul cu documente pentru Administrația Financiară și alte instituții. Nu era ceea ce-mi doream de la viața mea profesională pentru că nu evoluam. Am cerut mutarea către departamentul de marketing al aceleiași companii. Încă un an, am învățat și am înțeles ce înseamnă o soluție ERP, care este piața, cum trebuie să te poziționezi, ce înseamnă să faci telemarketing, cum generezi lead-uri etc. La terminarea facultății am preluat poziția de director de marketing. După câțiva ani, în 2007, compania unde lucram a fost preluată de către LLP și de atunci lucrez în vânzări. A fost o mutare de care sunt mulțumită pentru că mi-a dat ocazia să înțeleg procesul de vânzare în toată complexitatea lui: crearea și executarea strategiei de marketing, alegerea canalelor de vânzări, negocierea și vânzarea propriu-zisă, suportul pentru client. Acum doi ani, mi s-a propus să devin director de vânzări în LLP Dynamics. Evident, nu am refuzat.

### ITC: În altă ordine de idei, se spune că sunt puține femei în IT. Ce crezi despre asta?

**A.L.:** Părerea mea este că nu prea mai sunt puține femei în IT. Totul a plecat din perioada când toate firmele de IT recrutau din facultățile tehnice, și evident că toți IT-iștii erau bărbați. Ulterior, lucrurile s-au schimbat, când prin 2000-2002, multe fete au început să aleagă Politehnica și o carieră în IT. Acum, dacă ne uităm în piața de IT, sunt foarte multe femei în poziții de conducere, care au finalizat multe proiecte importante. Astăzi, cred că nimeni nu se mai îndoiește de locul femeilor în IT. Mie mi se pare o îmbinare foarte reușită, pentru că vorbim despre femei inteligente și pregătite să facă față inclusiv discuțiilor tehnice. În plus, ele au avantajul intuiției și diplomației specific feminine. Mai mult, am observat că, în ceea ce privește consultații și managerii de proiect, femeile sunt mai ușor de acceptat de către compania client, pentru că sunt mai deschise, mai apropiate. Ce să mai adaug? La noi în companie, șefii departamentelor de dezvoltare și de consultanță sunt femei – pe ambele, personal, le admir foarte mult pentru profesionalismul și răbdarea de care dau dovadă. □

*Interviu realizat de  
Camelia Cojocar și Ștefania Dinu*



## OFFICE 2013 HOME PREMIUM ÎN TEST

**Am primit recent la test Office 365 Home Premium, suita în cloud de la Microsoft dedicată utilizatorilor individuali. Programul a fost o surpriză plăcută din câteva perspective: simplitatea procesului de instalare, facilitățile oferite de componenta de stocare a documentelor în cloud, posibilitatea de a instala aplicațiile pe până la 5 dispozitive (tablete/laptop-uri cu Windows sau Mac, PC-uri, telefoane mobile etc.).**

Lansarea lui Office 2013 a adus schimbări majore în modul de licențiere și de distribuție a unuia dintre cele mai populare produse Microsoft. Important de subliniat că toate produsele „on premises” au fost dublate de versiuni în cloud. Versiune Office Home Premium s-a „născut” din Office Home & Student, versiunea “on premises” Home & Student fiind menținută și în varianta 2013. Diferența, față de modalitățile tradiționale, este că în cazul Office 365 Home Premium se plătește un abonament lunar sau anual (prețurile recomandate de producător sunt de 429,99 RON/an sau 42,99 RON/lună). Dorim să facem distincția între Office 365 (versiunea în cloud a Office) și versiunea tradițională a Office 2013. Office 2013 este suita de aplicații cunoscută și formată din aplicațiile: Word, Excel, Powerpoint, Outlook, Publisher, Access, versiunea 2013. Licențierea se face în general perpetuu, per computer. Office 365 este suita de productivitate în cloud de la Microsoft, disponibilă sub forma de subscripție lunară/ anuală, care poate include, în funcție de plan, pe lângă Office 2013, și soluții de comunicare-collaborare: Sharepoint, Exchange, Lync.

### Instalarea

Instalarea este prima surpriză. Cutia (încă mai există o cutie, cel puțin în varianta pentru retail tradițional a produsului) nu mai conține decât o cartelă cu un card și un scurt ghid. Nu sunt prezente în cutie nici un CD sau stick. Înainte de toate, am accesat site-ul [www.microsoft.com/setup](http://www.microsoft.com/setup) și am deschis o fereastră în care am introdus codul de 25 de caractere. Am trecut peste o etapă (având contul de Microsoft Live deja creat) și am realizat asocierea cheii introduse cu contul Microsoft Live. Mai departe instalarea a durat câteva minute, fișierele fiind descărcate automat de pe site-ul Microsoft.

La adresa [www.office.com/myaccount](http://www.office.com/myaccount) am avut posibilitatea să-mi accesez și gestionez abonamentul Office 365. Din pagina web am reușit să-mi dezactivez o instalare care am realizat-o pe un anumit calculator (e.g. la un Internet Cafe). Tot interesantă este facilitatea de instalare dinamică a aplicațiilor. Ce înseamnă asta? Să presupunem că sunt la un prieten cu o conexiune mai slabă la Internet și doresc să instalez rapid un Excel. În momentul în care am inițiat procesul de instalare toate

aplicațiile sunt deja disponibile în meniul de start / ecranul de start din Windows 8. Dacă voi da click pe Excel, procesul care controlează instalarea va sesiza acest lucru și va descărca cu prioritate librăriile necesare pentru această aplicație.

### Ce conține pachetul?

Pentru mine surpriza a fost să găsesc în pachetul Home Premium toate aplicațiile. Printre acestea se numără chiar și aplicația de gestiune a bazelor de date Microsoft Access, soluție utilizată cu predilecție în mediile profesionale. Alături de acesta, găsim OneNote, Publisher, Outlook, precum și celelalte produse tradiționale incluse în suită (Word, Excel și Powerpoint). Toate aplicațiile vor fi instalate în regim „on premises” pe calculatorul dvs.

Alături de acestea, avem SkyDrive ca mediu nativ de stocare pentru documentele în cloud și 27 GB spațiu. De asemenea, ca serviciu adițional este oferit Skype la pachet cu 30 minute de convorbiri internaționale pe lună.

Sunt accesibile toate aplicațiile disponibile pentru Web sau mobile (OWA-Outlook Web Access, OMA-Outlook Mobile Access, Office Web Apps-versiunile de Excel, Word, PowerPoint accesibile dintr-un browser Web).

### Noutăți în versiunea Office 2013

Noutatea principală în Office 2013 o reprezintă posibilitatea de salvare în cloud.

## MIGRAREA SPRE CLOUD

**Vera Carmazan – Microsoft Office Division Business Group Lead la Microsoft România – a avut amabilitatea să ne acorde un scurt interviu cu prilejul lansării Microsoft Office 2013 în România.**

**ITChannel: Ce ne puteți spune despre Home Premium, un produs nou care întregeste edițiile Office?**

**Vera Carmazan:** Office 365 Home Premium a fost o schimbare foarte importantă în strategia companiei. Este pentru prima dată când Microsoft introduce cloudul pentru utilizatorii de acasă. Această lansare este o continuare a produselor în cloud lansate acum peste un an (Office 365 pentru business și Office 365 pentru mediul academic). A fost un pas firesc să întregim Office 365 printr-o suită de produse dedicate utilizatorilor individuali. Pachetul este gândit pentru a răspunde nevoilor consumatorilor și aici sunt câteva diferențe față de edițiile pentru business. Cea mai importantă noutate este legată de modelul de licențiere care ține cont de dispozitivele pe care sunt instalate aplicațiile. Fiecare licență Office Home Premium poate fi instalată pe cinci dispozitive (indiferent de natura lor - PC-uri, tablete, telefoane – și sistemul de operare utilizat – Windows sau MAC). La aceste facilități se adaugă 27 GB spațiu pe SkyDrive și 30 minute lunar pe Skype.

**ITChannel: Ce ne puteți spune despre orientarea spre cloud a produselor Microsoft Office ?**

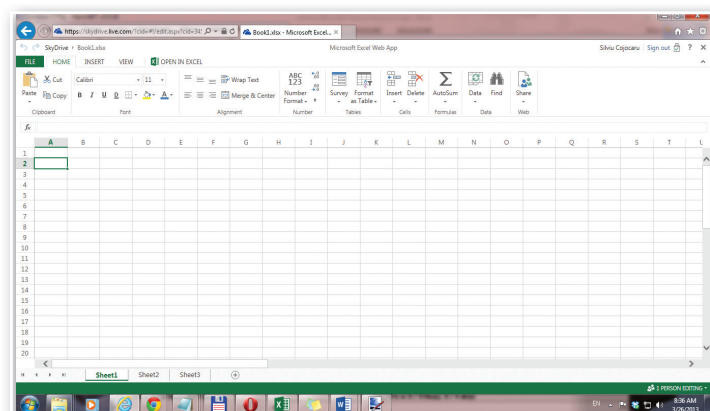
**Vera Carmazan:** Orientarea spre cloud este o direcție strategică pentru Microsoft. Prin lansarea Home Premium la începutul acestui an am completat ultima piesă din puzzle-ul soluțiilor Microsoft Office în cloud. În prezent, toate categoriile de utilizatori au acces la soluții Office disponibile sub forma software ca serviciu: utilizatorii finali prin Home Premium, toate categoriile de utilizatori din mediul de afaceri prin Office 365 for Business (soluția adresează de la nevoile organizațiilor foarte mari – zona enterprise, până la nevoile companiilor mici și medii). În prezent, tot ce avem ca software "on premises" este disponibil și ca software în cloud (incluzând recent lansatele Home Premium, Microsoft Office Project și Visio).

**ITChannel: Modelul de licențiere în cloud a fost adoptat cu ușurință în România ?**

**Vera Carmazan:** Ce s-a întâmplat până acum în România de la lansarea Office 365 pentru business dovedește că acest model



de licențiere este bine adoptat de companiile din România. Soluțiile Office 365 disponibile ca software ca serviciu aduc avantaje economice majore pentru companii. În primul rând, nu mai este necesară o investiție inițială mare în licențe "on premises" și echipamente hardware (servere, echipamente de stocare etc.). Această investiție a fost înlocuită de plata unui abonament lunar. De asemenea, companiile își pot optimiza mult mai bine investiția în infrastructura în cloud. Spre exemplu, în situația în care apare o restrângere sau extindere a activității firmei, numărul de utilizatori de Office 365 va putea fi schimbat chiar de luna următoare.



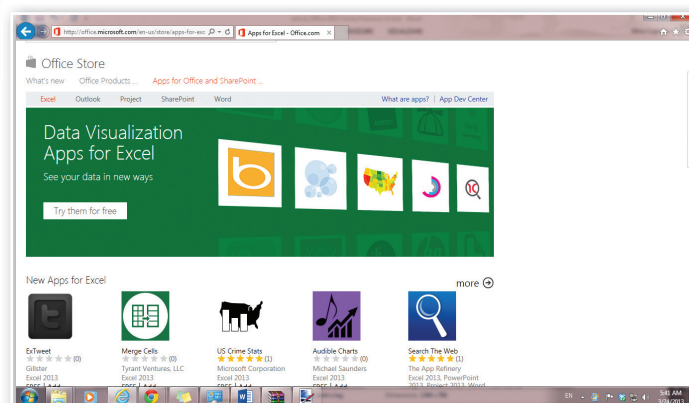
**Web app – aplicațiile de bază din suita Office pot fi editate în browser. Interfața Web funcționează foarte bine atât pe Internet Explorer, cât și pe alte browsere.**

Atunci când este instalat se poate configura și contul de Live, prin intermediul căruia fișierele vor putea fi salvate în cloud folosind serviciul SkyDrive. În noua versiune, practic setarea implicită presupune salvarea fișierelor în cloud-ul de la Microsoft. De asemenea, veți remarca noul design al panglicilor (*n.r. ribbons – elemente de interfață ce au înlocuit meniurile și au fost integrate începând cu versiunea 2007*), care conduce la o interfață ceva mai aerisită. În Word veți găsi o serie de noi instrumente care vă permit să poziționați mai precis imaginile în documente, transformând Word

într-o soluție eficientă pentru machetarea de documente complexe. PowerPoint a introdus formatul prezentărilor 16:9, lucru care asigură compatibilitatea cu noile generații de proiectoare de pe piață. Nu în ultimul rând, există Office Store prin intermediul căruia puteți adăuga noi funcționalități suitei Office.

Sunt disponibile sute de add-on-uri (în marea lor majoritate gratuite), prin intermediul cărora pot fi adăugate produsului noi funcții, în concordanță cu preocupările fiecărui utilizator în parte. □

*Silviu Cojocaru*



**Office Store oferă acces la câteva sute de add-on-uri, grupate pentru fiecare aplicație din suita Office, prin intermediul cărora pot fi adăugate noi funcționalități.**

## KASPERSKY SMALL OFFICE SECURITY 2

Kaspersky Small Office este un produs interesant care adresează zona întreprinderilor mici și mijlocii. L-am testat recent, iar câteva impresii sunt disponibile în continuare.

**K**aspersky Small Office poate deservi până la 10 calculatoare și dispune de o interfață extrem de prietenoasă prin intermediul căreia puteți administra întreaga platformă.

Prin intermediul interfeței intuitive a Kaspersky Small Office Security am putut administra întreaga soluție de securitate de pe un singur PC. De asemenea, am putut alege momentul de lansare a scanărilor și a realizării copiilor de rezervă. Funcționalitatea de Autodiscovery a funcționat foarte bine în cazul rețelei firmei noastre, putând instala simplu soluția pe calculatoare și având posibilitatea de a configura politicile de actualizare a produsului.

Am remarcat și zona de WEB POLICY MANAGEMENT prin intermediul căreia poate fi filtrat traficul Web. Pentru a crește productivitatea angajaților se poate stopa accesul la rețele sociale și diferite categorii de site-uri. Suplimentar, este posibil să oprim accesul la soluțiile de Instant Messaging sau să controlăm tipurile de fișiere care să fie descărcate de utilizatori.

Sunt disponibile multiple facilități, care aduc plus-valoare produsului dincolo de zona de antivirus în care s-a consacrat. Soluția are integrată o aplicație de backup destul de robustă, precum și un instrument pentru gestionare a parolilor. Pe lângă acestea, am avut la dispoziție și un tool de criptare pentru fișiere.

Un plus important al soluției este simplitatea. Nu aveți nevoie de cunoștințe de IT avansate pentru a o instala pe cele 10 calculatoare. Totul merge de la sine și se derulează în consola centralizată.



Singurul neajuns al produsului consider că este prețul. Aproximativ 1500 RON în zona cea mai „neagră” din punct de vedere al pirateriei (zona IMM-urilor), mi se pare un cost în relativă neconcordanță cu piața. □

- + Simplitatea în utilizare
- + Multiple instrumente suplimentare adăugate protecției antivirus
- + Consola centralizată

- Prețul

**Preț** - aproximativ 1.500 RON



**P**entru început am remarcat carcasa de aluminiu și designul îngrijit al tabletei. Este existent ecranul de sticlă, care s-a dovedit soluția optimă pentru o experiență tactilă cât mai bună pe o tabletă.

Tableta de la Alview are o grosime de 9,8 mm, iar ecranul este de 9,7 inch. Este dotată cu un procesor Cortex A9 dual core de 1,5 Ghz. Sistemul de operare este de ultimă generație (versiunea 4.1 Android Jelly Bean). Există două camere pe cele două fețe ale tabletei, ambele având o rezoluție de 2 mega pixeli.

La deschiderea tabletei, am remarcat claritatea ecranului și rezoluția de 1024x768 pixeli. Lucrurile stau foarte bine la capitolul luminozitate și contrast. Am constatat acest lucru printr-o utilizare intensivă a tabletei în diverse spații mai bine de două luni.

## ALLVIEW ALLDRO 3 SPEED DUO HD

După o experiență anterioară cu un alt brand autohton de tablete, am primit test această tabletă cu o oarecare suspiciune. Se spune însă că atunci când te întâlnești cu lucruri noi să nu ai idei preconcepute.

În ceea ce privește performanțele, consider că procesorul ales își face bine treaba. Am testat câteva jocuri și lucrurile au mers bine. Memoria de 16 GB se dovedește a fi suficientă pentru aplicațiile mobile, putând fi extinsă cu un card SD cu capacitate de până la 32 de GB.

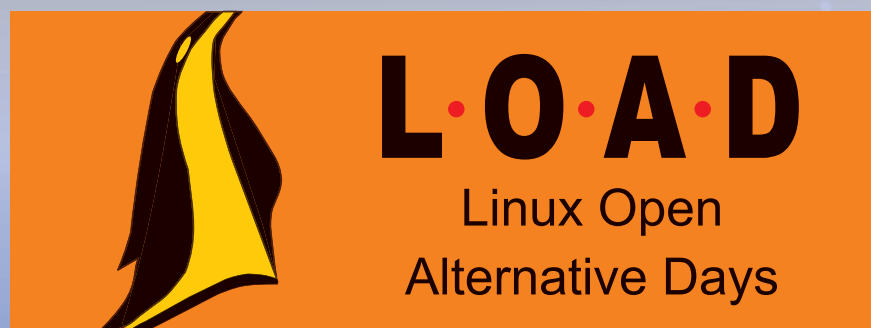
Din păcate există și două neajunsuri ale tabletei. În primul rând, inexistența funcției GPS care a devenit o cerință intrinsecă pentru foarte multe aplicații. De asemenea, conexiunea 3G se poate realiza numai prin folosirea unui modem conectat la portul USB.

Aceste neajunsuri consider că sunt compensate de prețul foarte bun al tabletei (la data închiderii ediției prețul pe site-ul producătorului era de 799 RON). □

- + Ergonomie
- + Rezoluția ecranului
- + Performanța procesorului
- + Prețul

- Lipsa GPS  
- Conexiunea 3G prin modem exterior

**Preț** - 799 RON



## LOAD 8.0 - Thinking to the Future

Bucharest, May 29 2013,  
Ramada North  
The 8<sup>th</sup> Edition

[www.itchannel.ro/load](http://www.itchannel.ro/load)

# PIONIERAT ÎN IT



*Cea mai mare și complexă implementare de Microsoft Exchange din România*



*Cea mai complexă implementare Office 365 din România*



*Cel mai bun Partener Cloud Public Microsoft din România în 2011 și 2012*



*Prima implementare MS Lync 2010 din sistemul educațional din România*



*Primul Microsoft Cloud Accelerate Partner din România*



*Prima implementare MS Lync 2010 din sistemul public din România*



*Primul și singurul Most Valuble Professional Exchange din România*



*Prima implementare BPOS din România*



*Primul partener Microsoft Voice Ready din România*



*Prima companie certificată Microsoft Gold pentru Unified Communication/Messaging din România*



*Prima implementare a unei soluții de hosting bazată pe MS Exchange 2007 din România*



*Prima și cea mai mare implementare a unei soluții Enterprise pentru Fax Hosting din România*



*Prima implementare Windows 2003 x64 + SQL 2005 x64 pe platforma Itanium 2*

## **PRAS CONSULTING**

STR. ȘTEFAN NEGULESCU NR. 44, SECTOR 1, BUCUREȘTI ROMÂNIA

TELEFON/FAX: +4 0372 705 618/+4 021 230 90 44

WEB: [WWW.PRAS.RO](http://WWW.PRAS.RO)

EMAIL: [INFO@PRAS.RO](mailto:INFO@PRAS.RO)