

SaaS? У нас!? Не благодаря, ще си „взема“ SaCS хибрид, като му дойде времето.



2008 е годината, през която игнорирането на SaaS ще стане невъзможно. Какви са тези шведски съкращения *SaaS*, *SaCS*, *Paas*, *AaaS*? Was ist das?

Das ist **бизнес уеб услуги до поискване, на абонаментен принцип** – от натурален софтуер през 90те (*Software as a Service*), през персонализирани и ушити по мярка пакети от бизнес услуги (*Software as a Customized Service*), до глобални платформи и бизнес среди за разработка (*Platform as a Service, Anything as a Service*): Salesforce, Google apps, Sugar, Skype, eBay, WebEx, Amazon, FaceBook, PayPal ... звучи познато, нали? **Всичко вече е Услуга.** Интернет базирани Уеб 2.0 услуги, доказващи глобалната бизнес рецесия. Автоматизирани услуги, към които сме свързани денонощно, в повечето случаи безплатно, в по-редките случаи безжично, хранени от сол арния панел върху яката ни. Бизнес над облаците, без ограничения за място, език, формат, време и вид устройство. Добре дошли в Уеб 2.0, а отскоро и в Уеб 3.0 - машините вече си говорят сами. Младоженците Salesforce.com | Google са още в медения си месец, а Digg.com се облизва семантично-сладко.

Докато топ-мениджърите на множество компании-акули в родината от години си задават риторичния въпрос **Коя е най-добрата система за управление на бизнеса ми?**, а други се събуждат нощем в очакване на Годо с дилемата **Дали?** или **Кога?** и най-вече **Как...да удвоя продажбите за да не ме уволни шефът?**, много малки (но гъвкави и бързи) рибки вече успяват да следят постиженията на бизнеса и коефициента на принос от всеки ресурс, във всеки един момент, от мобилния си телефон, докато пътуват за конференция или соушъл парти във Варна.

Всички проучвания на Gartner, Forrester и Tier1Research за 2008 сочат над **42% CAGR** (кумулятивен годишен ръст) на SaaS пазара. Въпреки рецесията в Америка и евентуалните последици в Европа, фактите от бизнес ежедневието показват **значително по-висок ръст и миграция към SaaS технологиите**. Дали поради ниските първоначални и текущи разходи, или заради бързата възвръщаемост на инвестицията и данъчните облекчения - не знаем. Но докато Forrester и McKinsey спорят дали **on-premise или on-demand** решенията са водещи сред големите компании, печели трети – информираният SMB потребител (на безплатни и пренебрежимо-ниско платени уеб услуги). Това му гарантира достъп до най-новите технологии - софтуер, сървъри, поддръжка и свързаност на стойност десетки хиляди EUR – срещу двуцифрен месечен абонамент.

Стратезите на модерния бизнес строят SOA архитектури (системи, ориентирани към услугите). **Положението у нас обаче е драстично различно**. Софтуерът за управление на бизнеса (разбирайте счетоводните и складови програми за PC) се размножава главозамайващо. Същевременно абривиатурата CRM (разбирайте кол-център или електронна таблица, свързана към телефонната централа) стана сладък хит сред дилъри на едро и дребно. Колко от компаниите обаче използват реален CRM като стратегия за управление и ускорение на критично важни за бранда процеси (привличане и задържане на клиенти с цел увеличение на продажбите, удовлетвореността, лоялността и самообслужването им)? - **едва 1.7%** ☹ според проучване на IDC от 2007-ма.

Най-интересното е, че в последните 5 години расте тенденцията **колкото по-малка е една фирма, толкова повече изисквания и претенции да има**. Докато едно среднестатистическо CRM решение върши перфектна работа за европейска фирма с персонал 50 -120 човека при едnodневна имплементация с минимални out-of-the-box¹ настройки, изискванията към функционалността от страна на родни фирми с персонал 5 до 10 човека и “out-of-the-box”² мислене, са значително по-нелогични и водят в най-добрия случай до 11-месечна борба за автоматизация на екзотични бизнес процеси, чиято неефективност CRM увеличава тройно и последствията са трагични. IT отдела на малките фирми обикновено се „обновява” на всеки 2 месеца (всъщност за какво им е IT отдел на малките фирми?), като непознаването на методите за реинженеринг и управление на бизнес процеси (BPR/ BPM, добро утро TU) блокира още повече комуникацията и шансовете за успех.

За щастие Хитър Петър винаги намира угодата и успява да се обърне срещу вятъра, за да усети аромата на успеха и Европата. Поръчва гозба по геоспецифичните си вкусове. И тук се появява едно **потресаващото СЪВПАДЕНИЕ! със световния SaCS тренд**. Интегрирането на безлатни услуги (skype, Google apps/ maps/ gis, WordPress, FaceBook и над 640 други достъпни web 2.0 API интерфейса от глобални динозаври) носи стотици нови облаги всеки ден, срещу няколко жълтици на месец.

Мда, да купите кутия със бизнес софтуер и да я инсталирате в сградата, в която работите през 2008ма година звучи, ако не самоубийствено, то поне греховно. WiFi инфраструктурата ни помага да отрежем всички търкания и зависимости от препятствия като местоположение (офис), време (9-17), устройства (PC i386 под DOS 6.38), пречещи да комуникираме, работим, продаваме и обичаме.

Уеб 2.0 счупи тези граници, влезе дълбоко навътре и се роди SaaS. Докато четете тази статия, **1.74 милиарда образовани и покупателно-способни човешки същества – една четвърт от които с покупателни намерения – са онлайн**, в търсене или споделяне на лична/работна информация. Колко от тях са ваши приятели, партньори, потенциални и настоящи клиенти? 0.01%? Жестоко! 170400 ценни и интересни личности! Колко от тях познавате в детайли, с колко комуникирате всяка седмица? 17?

Жалко. Губите стотици хиляди възможности за по-балансиран, стойностен и щастлив живот. Живот в пламъка си, възбуждащ и запалващ хиляди други пламъци, отвъд въска и рутината.

Но CRM не помага при продажба на бързооборотни стоки? Да, за разлика от SaaS!

Прекалено иновативно и неприложимо? Да, ама не. SaaS живее в бизнес плановете и мобилните устройства на успешните компании вече 12 години и не само те, а и индивидуални личности правят милиарди с помощта на неговите инструменти. Масово отговорът в US и EU е **ДА**. За съжаление (или за нечие щастие), вече 7-ма година в България, с изключение на дузина умни брандове, отговорът е **масово НЕ!**

„Как така ще ви дадем Базата си, вие луди ли сте? Да сменя статуса на Данните в силозите ми от Скрити към Споделени наживо? Само през трупа ми?! Ами ако фалирате, и аз с Вас ли?

В същото време стотици хиляди компании, кред които и имена като Merrill Lynch и Rolls-Royce (с клиенти-милиардери) са достатъчно луди да се влюбят в SaaS, да осъзнаят гъвкавостта, сигурността, глобалната свързаност, солидната поддръжка и най-вече факта, че Базата им е десетки пъти по-защитена (от тази в издъхващия от вируси харддиск на „новата колежа“, която в 17.30 напуска завинаги, зедно с най-новата и единствена версия на *Великата дискета*) и да **общуват с милиони потенциални клиенти в реално време**. Те скоро време няма да фалират, за разлика от други.

Рано или късно **на всички мениджъри ще светне SaaS лампичката**, след като през миналата година гиганти като Microsoft, SAP и Oracle започнаха да се кичат със SaaS обувки. Зад учебните скамейки виждаме вече и над една трета от добре-облечените доставчици на интернет услуги. Защо да купуваме телефонна компания, когато можем да платим само изпоолзваните минути.

Виртуализацията на хардуер (центровете за данни в Канада вече се простират на площ от милиони хектари и обслужват милиони офиси), както и **виртуализацията на бизнес модели** (виртуални конференции, сътрудничество, обслужване...) прави миграцията към SaaS удобна и лесна. Можете ли да съберете хилядите разработчици, които поддържат WebSphere или FaceBook „доброволно“, във Вашия офис и да им плащате заплати? Лято е, ама е кукуво.

SaaS и SOA вървят гушнати и си гукат. Те са приятели от кафето в офиса до леглото в къщи. Връзката им е неопределена, облачна, хлабава – но **адски ефективна и полезна**. Те са щастливи и заразяват хиляди компании и последователи с **вируса на личния и бизнес успех**.

Възможността да наемеш и влезеш в чисто нов удобен SUV - **с перфектен за бизнеса ти двигател, който пали от първия път** - прави нещата неустойимо сладки, особено ако не можеш да впечатлиш скептичната си партньорка с бюджет, пакет или стегнати от пазарната стагнация кецове.

Бизнес модел + SaaS 2008 = нисък риск, плащаш колкото ползваш, можеш да си вземеш куфара, за да напуснеш когато си пожелаеш. Докото стигнеш до офиса, шефът вече ще е прегърнал Enterprise 2.0 и ще те похвали за добрата и евтина „покупка“. А най-секси новината е, че SaaS ще расте отвътре, ще става все по-голям вътре във фирмата, докато конкуренцията няма да забележи това, заслепен от YouTube / FaceBook близалки или тъмна тракийска бира.

Да, някои шефове ще забранят на SaaS да излиза от фирмата. Разбира се. Кой ще гушне дебелия пачки от държавни поръчки на лицензи и хардуер, ако всички минат към *Genesis, Ubuntu, ZoHo* и други *voodoo* магии? Нали трябва за 2 години да им смъкнем кожата от амортизация, а после пак.

Е да, ама не! Европейските институции плюс мнозинството IT ангели и апостоли не обичат подобни инициативи и смело ги прескачат. CRM е Меката на SaaS, но той има десетки други хоризонтални и

вертикални поклонници - ERP, SCM, e-commerce, e-learning HR и други. Те всички се радват на невиджан растеж, стабилност, гъвкавост, ускорение, слънчево време, еко-зеленчуци и wifi джаджи.

Извод? Ако досега сте били разочаровани от „CRM“ обещания, време е да стъпите на CRM стратегия, защото ако не сте на първа страница в нишата, скоро ще дишате праха на тези, които са. SaaS определено **не е правилният отговор за всяка организация** и не може да гарантира еднакви предимства за всички компании, особено на тези, които нямат ясни цели, дефинирани процеси и бюджети (докато CRM/ SEO „експертите“ са евтини, то CRM/ SEO Експертите не са евтини)

CRM = Продажби? Да, това е единственият верен отговор, който има значение за всеки бизнес. Както Любовта е отговорът в личен план - това, за което живеем и работим на тази Планета. Да живеят SaaS и Любовта... а, и SOA връзките.

© Май 2008, Велислав Петров
CEO, Decart Consulting

***out-of-the-box**

1. Стандартни/ фабрични настройки на софтуер/устройството
2. Нестандартна нагласа, иновативно мислене