

СОФТУЕР за управление на БИЗНЕСА

МОБИЛНИ ПРИЛОЖЕНИЯ



FUTURE TECHNOLOGY

GPRS LOCATION
10-154



Какво ни дава повече id.capital.bg

ЕДИНЕН ВХОД И УПРАВЛЕНИЕ

С един email и парола имате достъп до 10 сайта, управлявате абонаментите си за бюлетини и публичната информация за вас

ПРИЯТНА КОМПАНИЯ

В id.capital.bg са регистрирани повече от 200 000 души с разнообразни интереси и активности

СЛЕДВАНЕ НА ЛЮБИМИТЕ АВТОРИ И ПРИЯТЕЛИ

Ползвате изцяло нов начин за четене и следене на сайтовете на Икономедиа

ПУБЛИКУВАНЕ НА КРАТКИ НОВИНИ В ДНЕВНИК LIVE

С услугата за кратки новини Дневник LIVE споделяте какво се случва около вас в реално време

РЕЙТИНГ И МЕДАЛИ

Участвате в надпревара за влияние и популярност с останалите потребители в id.capital.bg

ДОСТЪП ДО НАД 1 000 000 МАТЕРИАЛА

Срещу безплатната регистрация получавате достъп до архивите на изданията от 1997 досега

id.capital.bg

мрежата на активните потребители

Дневник | Капитал | Кариери | Регал | Хоремаг | Бакхус | Klikshop

СЪДЪРЖАНИЕ

**МОБИЛНИ ПРИЛОЖЕНИЯ
ЗА БИЗНЕСА..... 4**Накъде върви светът на
мобилните технологии 4Мобилните бизнес
приложения завземат
нови територии 8Nokia + MicroSoft – бъдещето
за бизнес потребителите 12**СОФТУЕРНИ РЕШЕНИЯ
ЗА ДОВОЛНИ КЛИЕНТИ..... 14**

Електронни услуги за хората 14

Хартия и кликове 18

Виж кой говори 19

Интервюс Гергана Якимова,
продуктов мениджър, „М-Тел“
и Милена Краева,
старши продуктов мениджър, „М-Тел“ 21**СОЦИАЛНИ МРЕЖИ
ЗА ИНТЕГРИРАНИ
КОМУНИКАЦИИ..... 24**Посрещнете клиентите си
в социалните мрежи 24

Това е само игра? 25

УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ..... 26

„Облакът“ и околната среда 26

RFID технологии
в транспорта 28Устойчиво проектиране
на сгради 30Устойчиво продуктово
проектиране 32

Електромобилни приложения 34



Атанас Георгиев
отговорен редактор
на Publics.bg

Все по-мобилни

Според политолози преходът в България вече е завършил. Но политическият преход беше само едно от предизвикателствата пред местния бизнес. Една друга революция - комуникационна, се случи през последните 20 години в страната. Гласовите комуникации се развиха от фиксираните мрежи към мобилните и VoIP приложенията. Интернет се превърна от изключение в необходимост. Сега заедно с останалата част от света вече сме на прага на нова революция - социалните мрежи и новите бизнес възможности, които те предлагат.

В специалното издание „Софтуер за управление на бизнеса“ на „Дневник“ тази година акцентът е поставен точно върху революцията на мобилните технологии и социалните мрежи. Преминването от офлайн в онлайн режим ще е съществен фактор за конкурентоспособността на българския бизнес и за качествено предоставяне на обществени услуги. Използването на новите технологии ще е все повече осъзната необходимост. В тази конвергентна среда, в която няма значение какво устройство ползваш за достъп до мрежата или къде се намиращ, е изключително важно да идентифицираме подходящите, ефективните и изгодните решения за бизнеса. Именно те ще ни помогнат да заемем нови пазарни позиции сега, когато се очаква световната икономика да се съвземе от голямата и помалките кризи, които я разтърсиха пред последните три години.

индекс на рекламогателите

БОРА Солюшънс ООД	31	Л.Л.П. София ООД	7
Борика-Банксервиз АД	17	Мобилтел ЕАД	23
Интелидженс Системс България ООД	26	РФИД БЪЛГАРИЯ ЕООД	29
		ТехноЛогика ЕООД	18 и 24

Редактор специални издания

Боряна Семкова-Вулова

Отговорен редактор Атанас Георгиев

Корица и дизайн © Елена Дочева

Препечат Петър Дончев

Реклама 02 4615 444, reklama@economedia.bg

Мнения и коментари на адрес:

1000 София, Иван Вазов 16,

prilojenia@dnevnik.bg или на тел. 02 4615 342

„Икономедиа“ АД няма отношение към поднесената информация в публикуваните в специалните издания реклами. Отговорността за съдържанието им е изцяло на рекламогателите.

© „Икономедиа“ АД. Всички права запазени. Възпроизвеждането на цели или на части от текстовете става след изрично писмено разрешение на „Икономедиа“ АД.

Световен мобилен конгрес 2011



Накъде върви светът на мобилните технологии

Ясен Димитров

Световният мобилен конгрес 2011 в Барселона бе шестото издание на най-голямото мобилно изложение в света. Събитието е правилното място за всеки, който иска да разбере от първа ръка накъде върви светът на мобилните технологии и да се докосне до най-новите продукти в индустрията.



© Augmented Event @flickr.com

Тази година мобилният конгрес, който се състоя между 14 и 17 февруари, беше посетен от рекордните 60 000 души, които бяха обстрелвани от неспирен дъжд от информация и новини от индустрията. Организаторите на събитието GSMA отбелязаха не само увеличен поток от посетители, но и рекорден брой изложители - близо 1400. На събитието имаше по нещо за всеки, независимо дали е там, воден от професионални бизнес интереси или просто от потребителско любопитство.

Световният мобилен конгрес - Mobile World Congress 2011 (MWC 2011), беше разделен на три основни области – изложба на най-новите технологии и продуктови иновации, изложба на приложения за мобилни телефони и конферентни събития с видни представители на индустрията и разработчици.

Изложението бе разположено на обща площ от повече от 140 хил. кв.м, където можеха да бъдат разгледани най-новите продукти на производители на мобилни устройства, софтуерни продукти, мрежови решения и др. Близо 7000 кв.м бяха отделени за производители на различни приложения за мобилни телефони.

Nokia & Microsoft

Една от най-спряганите новости на събитието беше обявеното броени дни преди него стартиране на мащабно партньорство между Nokia и Microsoft. Това определено ще предизвика големи промени на пазара на смартфони, където Nokia в момента е най-големият доставчик. Най-новата операционна система на Microsoft ще бъде използвана за всички смартфони на финландския доставчик на мобилни устройства, като преминаването към този модел ще стане постепенно за две години.

Според изявление на президента на Nokia Стивън Елоп по време на MWC 2011 в момента фокусът на индустрията се измества от битка между мобилните устройства към битка между платформите, с които работят. Мнозина смятат, че Nokia е нямало как да напредне по подобна стъпка, тъй като под натиска на Android (Google) и iOS (Apple) убеждаването на разработчиците да правят приложения за ограничената към развитие операционна система Symbian става все по-трудно. Във връзка с това Microsoft и Nokia имат

интерес да направят преминаването към Windows Phone 7 (WP 7) възможно най-бързо. Това на практика означава залез на Symbian като операционна система и поставяне под въпрос на бъдещето на Linux базираната операционна система MeeGo.

По мнение на клиенти на Nokia тясното обвързване с Microsoft не е добра стъпка за компанията, което се усеща и като нагласа сред нейните служители. От гледна точка на потребителския интерес обвързването на мобилните устройства на Nokia със само една платформа не е мъдро решение, тъй като за потребителите е важно правото на избор. Във връзка с това, ако нещата с WP 7 не потръгнат с голям успех, това може да има много негативен ефект върху позициите на Nokia в индустрията.

Въпреки че за Windows Phone 7 има много позитивни отзиви, за него съществуват сравнително малко приложения – по-малко от 10 000, докато при Apple броят на приложенията е около 360 000, а при Google – 150 000. Платформата на Microsoft има значителни подобрения и добре развита функционалност по отношение на социалните мрежи, но има доста за наваксване спрямо своите конкуренти.

Android

На MWC 2011 на очи се набиваше повсеместното присъствие на Google и операционната му система Android, с която работят почти всички най-нови представени на изложението устройства. През 2010 г. Android отбеляза шеметен ръст, който надмина 800% и като пазарен дял операционната система се нареди на второ място след Symbian. Същевременно най-много посетители се събираха на щандовете на Google, които бяха разположени на различни места и с охота си вземаха значки с робота - символ на операционната система на Google. На изложението нямаше щандове на Apple, поне не официално. Идеите на Apple обаче присъстваха чрез внедрените от нейните конкуренти иновативни решения. Освен това iPhone 4 спечели наградата за най-добро мобилно устройство на годината, като една от причините за това бяха именно възможностите, които устройството позволява за ползване и разработване на различни приложения.



Изложението бе разположено на обща площ от повече от 140 хил. кв.м

© Augmented Event @flickr.com

Нашествието на таблетите

На MWC 2011 голяма част от посетителите и изложителите демонстрираха своите таблети. Редица производители – Samsung, HP, HTC, Motorola, RIM, Lenovo и др., представиха своя отговор на iPad на Apple, който отвори този пазар и пожъна забележителен успех, продавайки над 15 милиона такива устройства за първите 10 месеца след представянето си. Таблетите като цяло привлякоха най-голямо любопитство и бяха най-тестваните устройства от посетителите.

Като цяло индустрията предрича 2011 г. да е посветена на таблетите, които се ползват с голям интерес както сред

потребителите, така и сред разработчиците на приложения. За сравнение, за WP 7 на Microsoft, който се появи месеци преди iPad на Apple, има около седем пъти по-малко приложения, отколкото за iPad, който може да се похвали с над 60 000 приложения. Очаква се през тази година да бъдат продадени над 100 млн. таблета от различни производители.

Високоскоростен мобилен интернет

Все по-забележима в мобилната индустрия става шумотевизицата около протоколите за високоскоростен мобилен интернет. Конкуренцията там в момента основно е между разгръщането

на протокола LTE и съществуващите HSPA мрежи. Много от обявените на изложението таблети поддържат HSPA+, а някои и LTE.

В момента LTE е публично достъпен на 17 места по света и се подкрепя от оператори в САЩ, Германия, Япония, Швеция и др. Според прогнози потребителите на LTE ще достигнат 4.2 млн. души в 24 страни по света до края на годината, като GSMA предрича, че до 2012 г. публично достъпни ще бъдат 64 мрежи в 52 страни по света. Протоколът обещава да направи скорости от по над 50 мегабита в секунда за мобилен интернет нещо напълно нормално, като теоретичният му потенциал е достигане на скорости на сваляне от над 300 Mbps.

От друга страна, в момента има голям брой изградени HSPA+ мрежи, които позволяват скорости от по 20 Mbps, а това е повече от достатъчно за съвременните приложения. В момента по света има повече от 300 мрежи, предлагащи HSPA достъп с 400 млн. потребители към тях, които продължават да нарастват с голяма скорост. Освен това се очаква скоростта по HSPA+ мрежите скоро да достигне над 80 Mbps, като неотдавна от Sony Ericsson показаха, че могат да бъдат достигнати и скорости на сваляне от над 168 Mbps. При това положение бъдещото развитие на LTE силно зависи от изразената нужда на потребителите от този протокол, която може да бъде загвижана от засилващото се присъствие на VoIP комуникацията.

VoIP по мобилния телефон

Мобилните оператори са осъзнали, че VoIP комуникацията вече е неотделима важна част от мобилния свят. Това се подсказваше и от засиленото присъствие на Skype на изложението. От технологична гледна точка мобилната VoIP комуникация е по-подходяща за LTE мрежите, като се има предвид, че се очаква до 2015 г. обемът на разговорите през VoIP да нарасне около 30 пъти до над 470 млрд. минути на година. Това е свързано с по-големия капацитет за паралелни разговори на LTE мрежите по сравнение с дизайна на HSPA мрежите.

Мобилни разплащания

Мобилните разплащания също бяха актуална тема на MWC 2011, като няколко компании обявиха, че ще развиват на-

УСПЕШНО БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ С MS Dynamics от LLP България в Дамвент ООД

За фирмата

Дамвент е съвременна машиностроителна фирма със серийно и поръчково производство с основен предмет на дейност - производство на съоръжения за обработка на пресен въздух. С продуктите си от серията Max.E – фирмата се утвърждава като иноватор не само на българския, но и на Европейския пазар.

Бизнес предизвикателства, довели до внедряване на ERP

Предизвикателствата, довели до търсене на ERP решение са типични за много от българските компании: точно изчисляване на реална себестойност, следене на изпълнението на бюджета по звена и видове разходи, управление на складовите запаси, проследяване на суровината от входа до изхода, оптимизация на всички бизнес процеси и най-вече – гъвкаво и навременно взимане на управленски решения.

В следствие на навлизането на пазарите в Дания и Румъния, Дамвент реално започват да осъзнават, че освен безупречно качество на продуктите си имат нужда от сериозна и единна комуникационна система.

Цел на проекта

Основната цел е да се внедри интегрирана система за управление на фирмата (ERP). Акцент се поставя върху управлението на процеса на производство и навременно управление на разходите в компанията. Целта на проекта е внедряването на система, която максимално да интегрира отделните звена на фирмата, да минимизира документооборота и да позволява оптимизиране на бизнес процесите. Системата трябва да подпомага взимането на управленски решения, въз основа на изграждането на широк набор от показатели, дефинирани от мениджърския екип, както и да може да бъде гъвкаво настроена, без да има нужда от допълнителни разработки. Системата трябва да отговаря на българското и европейското законодателство и да бъде внедрена до края на 2010 г.

Внедряването

Изборът на решение и най-вече - опитна компания внедрител е взето от ръководството, заедно с представители на всички отдели в компанията. Избраното решение е MS Dynamics NAV 2009 и внедрител LLP Dynamics България. Работата по проекта започва средата на септември, като основното желание на Дамвент е проектът да стартира до началото на 2011г.

„Тук бе ролята на LLP Dynamics. Те ни предоставиха много стегната структура на процесите, както и добре планиран график за всяка една от дейностите по самия проект. Организацията бе на топ ниво, всичко бе изключително добре и професионално описано в нужните документи. По този начин ние се чувствахме сигурни в изпълнението на проекта и неговият краен успех. Всяка една от планираните дати в графика бе спазена, а някои от етапите дори бяха изпълнени за по-кратки срокове“.

**М. Дамянов (Мениджър проект)
Административен директор Дамвент**

Освен за добрата координация между Дамвент и LLP Dynamics, те споделят и за високото ниво на подготовка от страна на консултантите на LLP. *„Те бяха изключително подготвени, което ни помогна да получим адекватен отговор на всеки наш въпрос и съответно решение на проблемите, които излизаха в процеса на работа. За всеки проблем ни предлагаха няколко начина за решаване и ни обясняваха предимствата и недостатъците на всеки един от тях. Това ни даде възможност да спазим основната концепция на проекта – „да интегрираме едно стандартно решение“.*

Резултати и ползи

Към днешна дата проектът в Дамвент е успешно приключен и първите ползи от ERP системата са на лице - процесите са автоматизирани и комуникацията между отделите е с пъти по-добра. С Microsoft Dynamics NAV2009 успяват да открият проблемите в момента на тяхното възникване, което им помага за по-бързото и адекватно вземане на решение за отстраняването им. Значително е подобрен и самоконтрола между отделните звена на фирмата и допускайки грешка на даден етап от процеса следващият, който е по веригата я хваща има възможност да реагира на време. Изчисляването на себестойността вече се формира от различни елементи спрямо изискванията на клиента и на базата на разходите към съответните операции в технологичните маршрути и на партидата за производство. След внедряването се оптимизират и процесите в управлението на склада като всички складови операции се регистрират в Журнали, което позволява проследяване и контрол на пълната история на действията и артикулите.



LLP Dynamics България, част от международната компания LLP Group, е водещ партньор на Microsoft за цялата гама решения за управление на бизнеса - Microsoft Dynamics NAV, AX, CRM. Компанията е единствена на пазара, която дава безплатна възможност за тест в реални условия на трите решения под формата на ERP Test Drive, а вече и под формата на безплатни регионални бизнес семинари. Повече информация и регистрация на:

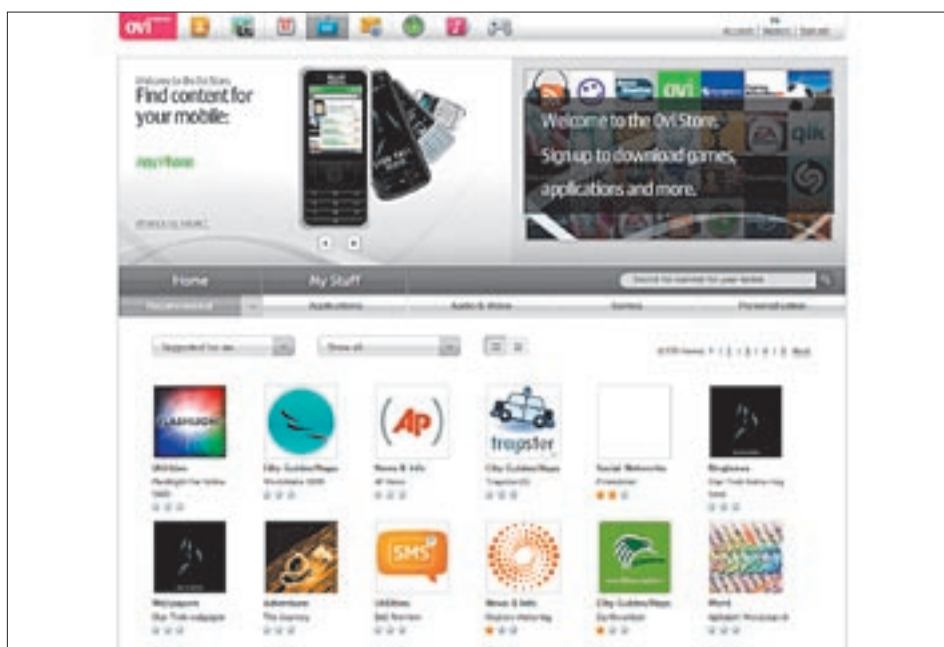
www.demo.dynamics.bg

Мобилните бизнес приложения завземат нови територии

Все повече компании разчитат на приложенията за смартфони за управление на бизнес процесите си

Людмила Златева

Със своята многофункционалност смартфоните стават все по-предпочитани сред потребителите. Огромен разрастващ се бизнес сам по себе си, пазарът на смартфони пороги друг пазар, който всяка година нараства - този на софтуерните и мобилните приложения за мобилни телефони. Според проучване на берлинската компания Research2guidance се очаква до 2013 г. пазарът на приложения за смартфони да достигне 15 милиарда долара.



▶ правлението за разплащане чрез комуникация на близко разстояние, позната като Near Field Communication (NFC). Британският мобилен оператор O2 на пример обяви, че ще предлага телефони с възраден портфейл. Също така стана ясно, че T-mobile и Orange работят с MasterCard в посока на развитието на публичен достъп до NFC услуги. Според плановете на Orange това трябва да стане още през втората половина на 2011 г. Въпреки това ще бъдат нужни поне няколко години разплащанията чрез NFC да станат възможни с по-масовите модели телефони, тъй като възможността за самото разплащане с помощта на технологията е много повече от просто наличието на NFC възможности на даден мобилен телефон.

По отношение на самите мобилни устройства гореща тема бяха микропроцесорните технологии и по-точно двуйдрените и четириядрените процесори за мобилни телефони и таблети. В момента изглежда лидер в тази област

е NVIDIA, чийто двуйдрен процесор Tegra 2 се използва в няколко смартфона и редица таблети, които излязоха на пазара тази година. Компанията обяви, че до края на годината ще се появят таблети и смартфони с нейния четириядрен Tegra процесор. Друг сериозен доставчик на микропроцесори за мобилните телефони, Qualcomm, представи своя процесор Snapdragon с честота 2.5 GHz. Процесорът е наличен в еднуйдрен и двуйдрен вариант, като компанията обеща до 2012 г. на пазара да се появят таблети с нейни четириядрени процесори.

Нови мобилни услуги

Конгресът отбеляза и големия ръст на възможностите за подпомагане на здравеопазването с помощта на мобилни устройства. Това бе и една от най-обсъжданите теми на конференцията, където бяха показани различни възможности за самостоятелно диагностициране и бизнес модели за прила-

гането на мобилно здравеопазване. Не на последно място останаха и зелените технологии по отношение на мобилните мрежи, които с разширяването си се превръщат във все по-големи консуматори на енергия. В тази връзка на специализирания Green Tech Pavilion бяха представени технологични решения за постигане на енергийна независимост на мобилната инфраструктура, които решават и проблема с липсата на електроразпределителни мрежи в някои региони на света. Вихърът от събития на MWC бе съпроводен от годишните награди на събитието заедно с празничен концерт, в който взеха участие звезди от световната музикална сцена. Следващият Световен мобилен конгрес отново ще бъде в Барселона, но в годините след това събитието има вероятност да се състои в друг град, който ще бъде петгодишен домакин за периода 2013-2017 г. Вероятните кандидати за домакин са Париж, Мюнхен, Милано и отново Барселона. ■

Според същото проучване към средата на 2010 г. той вече е достигнал 2.2 млрд. долара, а броят на сваляния на приложения от интернет само за първата половина на миналата година е 3.8 милиарда долара.

До голяма степен за това са допринесли успешно развиващите се Apple App Store, Android Market и други „магазини“ за приложения като Ovi Store и BlackBerry App World. Голям дял се пада на изгрите и на социалните мрежи Facebook, LinkedIn и Twitter, но вече успешно се налагат и бизнес приложения. През следващите три години се очаква бизнес приложенията за телефони да се развиват три пъти по-бързо от тези за компютри.

Все повече мобилност

Според друго изследване, проведено сред 340 малки, средни и големи фирми в Северна Америка и Западна Европа от J. Gold Associates, софтуерните компании ще развиват много по-активно мобилните приложения за смартфони за сметка на приложенията за лаптопи, чийто дял се очаква да нарасне с едва 25% през следващите 3 години. Около 75% от представителите на висшия мениджмънт смятат да направят версии на своя вътрешен софтуер за смартфони и мобилни устройства, сочат данни на McAfee за 2010 г. От участвалите в проучването 57 на сто уточняват, че няма да се ограничат само до електронната поща, а ще включат CRM, ERP и други собствени вътрешни приложения. Почти половината от анкетираниите мениджъри (45%) са готови да се съобразят с нуждите на служителите си и да ги направят съвместими с iPhone или телефони с платформата Android, въпреки че голяма част от фирмите вече са избрали да поддържат BlackBerry устройства. Очаква се значително разрастване на поръчките на такъв софтуер, съобразен с нуждите на конкретната фирма.

CRM приложения за смартфони

Sales CRM EZi от App Store за iPhone CRM е едно от най-награждаваните приложения за смартфони. То позволява лесно да се следят продажбите и да се правят надеждни прогнози спрямо досегашните резултати от продажбите, като се вземат предвид настоящите и целевите клиенти.

Популярният CRM софтуер Paperclip CRM, както и Sugar CRM вече са със

собствени версии за Android и iPhone или са достъпни чрез трети приложения като Sylphone (Android).

Handy Elephant пък е сравнително нова разработка, все още в тестова версия за Android, която помага на ползвателя да приоритетизира контактите с клиенти, като предлага и идеи за оптимизацията на разходите за телефонни разговори.

BlackBerry има версии на Microsoft Dynamics CRM, които работят както с базите данни, така и в офлайн режим, тъй като съхраняват част от информацията локално. Апликациите се синхронизират автоматично и с Microsoft Outlook за по-лесно ползване на контактите от личната поща.

Продуктивност и управление на файлове

Documents to Go (за iPhone, BlackBerry, Android) е надеждно приложение, което поддържа Microsoft Office, PDF, Apple iWork групи файлове. Основната му функция е бързото и лесното ползване

и обработване на документите през телефона.

Evernote (за iPhone, BlackBerry, Android) е приложение, което позволява освен работата с различни документи потребителят да добавя текст и гласов коментар към снимки, скрийншотове и бележки. Приложението има и опция за търсене не само на коментарите, но и на текст или цифри в самата запамена снимка например за по-лесното намиране на бележките впоследствие.

SugarSync за BlackBerry позволява на потребителя да се свързва с компютър и да синхронизира своите файлове с оригиналните версии на избраното отдалечено устройство, както и да ги сподели с колеги.

Подобни са функциите на LogMeIn Ignition за iPhone, която обаче, освен че дава достъп до компютър на потребителя, има опцията за свързване със счетоводен софтуер за директно оформяне и издаване на фактури чрез мобилния телефон. ■



© William HOOK @flickr.com

Фабиен Антони, основател и управител на Intuitiv Technology



➤ Фабиен Антони е основател и управител на френската фирма за информационни технологии Intuitiv Technology. Компанията е основана през 2000 г. в Лион. Сред клиентите ѝ са Allianz, Virgin и Total. Към момента Фабиен Антони работи за разширяването на дейностите и екипа на Intuitiv Technology в България.

Мобилните приложения ще са все по-обвързани с нуждите на бизнеса

Людмила Златева

СОФТУЕР за управление на БИЗНЕСА

” Ключовото при новите бизнес приложения е лесната употреба “



© Цачо Ангелов

Как оценявате развитието на пазара за мобилни приложения?

- През последните години поради навлизането на смартфоните се обособи един нов, но бързо развиващ се пазар за мобилни приложения. За 2010 г. в световен мащаб пазарът за мобилни апликации е нараснал с поне 46%, а за 2011 г. се очаква този темп да се удвои и навлизането им в бизнеса е неминуемо. Приложенията ще стават все по-специализирани спрямо професионалните нужди на потребителите.

Клиентите само базови приложения като поддръжка на електронна поща, календар и офис продукти ли търсят, или се ориентират и към специфични за техния бизнес приложения?

- Основните приложения като електронна поща и организери са вече ежедневие за собствениците на интелигентни телефони, така че предизвикателството е да се отговори на специфичните нужди на бизнеса по отношение на мениджмънта. Най-популярни са приложенията, свързани с организацията на дейностите, като например фактуриране, оформление и споделяне на документация. Мога да ви дам конкретен пример със строителна фирма, която търсеше софтуер за заявка на поръчка на оборудване, мебели и т.н. на място, както и за моментално издаване на фактури. Все още фирмите наблягат основно

на функционалността на сайтовете си, защото е по-изгодно икономически, но все по-често получаваме заявки и за свързващи приложения за смартфони и планшети. Вторите навлизат побавно в ежедневието, но за сметка на това ползвателите на смартфони се увеличават многократно и няма как да пренебрегнем нуждите им.

Има ли превес на базираните в интернет приложения за смартфони?

- В момента има относителен баланс между мобилните интернет приложения и тези, които съхраняват информацията локално. И въпреки това по един или друг начин повечето функционалности предполагат връзка с мрежата.

Ключовото при новите бизнес приложения е лесната употреба, особено при тези за разплащане, фактуриране, продажби, застраховане и връзка с клиенти, а това няма как да стане в реално време без връзка с интернет.

Как стои въпросът със сигурността?

- При всички случаи, особено когато става въпрос за разплащане, клиентите искат да им бъде гарантирана сигурност на данните. За съжаление при смартфоните сигурността още не е на толкова високо ниво и затова клиентите предпочитат данните да минават или да се съхраняват в системата на гадана фирма оператор, като след това директно се прехвърлят в

тяхната база данни. Все още не са изработени официални норми в тази посока, за да се гарантира сигурността при директни парични транзакции.

Какви перспективи виждате за развитие в България?

- Пазарът тук има много потенциал за развитие, особено що се отнася до бизнес приложенията, свързани със социалните мрежи. На всички е ясно, че социалните мрежи са и поле за развитие на търговските марки, така че фирмите все повече ще търсят приложения, които да им позволят да стъпят стабилно и на тази територия. За момента става въпрос най-вече за игри, но все повече ще се разгръщат цели кампании с по-висока сложност на изпълнение, които ще разчитат и на мобилните приложения за връзка с клиента.

България от своя страна има потенциал да привлече все повече фирми, работещи в сферата на информационните технологии. Ние например смятаме освен бизнес да разработим в бъдеще и център за изследвания на европейско ниво. Хубавото е, че тук има много качествени специалисти, които излизат от висшите учебни заведения. Информационните технологии и особено тези за смартфони се развиват с такива темпове, че са необходими адаптивни специалисти. Аз вярвам, че България има много компетентни кадри. ■

Nokia + Microsoft – бъдещето за бизнес потребителите

Анализатори предвиждат Windows Phone 7 да задмине Apple при смартфоните до 4 години

Петър Ташев

През февруари тази година две от най-големите ИТ компании в света – Microsoft и Nokia, обявиха сключването на стратегическо сътрудничество в сферата на смартфоните. Финландската компания ще започне да инсталира на своите умни телефони новата мобилна платформа на гиганта от Редмънд – Windows Phone 7.

По този начин двете компании, чиито дял в продажбата на мобилни телефони

и софтуер за тях намалява стремглаво през последните години на фона на все по-успешните компании Google и Apple се надяват да си възвърнат бързо загубените позиции.

Странното партньорство

Това сътрудничество бе колкото очаквано, толкова и малко странно на пръв поглед. В края на 2010 г. се бяха появили слухове, че Nokia ще премине в лагера на Android. В крайна сметка обаче компанията взе решение да избере конку-

рентната платформа, която тепърва ще трябва да се доказва на пазара. Мобилната платформа на Microsoft Windows Phone 7 не е просто надграждане на Windows Mobile 6.5 – това е една изцяло нова операционна система, която инженерите от Microsoft направиха за краткия период от 18 месеца. Новата операционна система ще бъде много повече онлайн базирана, което ще позволи да се предлагат и множество услуги, базирани на cloud computing технологиите. По силата на споразумението Nokia не само ще произвежда и доставя мобилни





” Windows Phone 7 е изцяло нова операционна система “

апарати, но и ще участва активно в доразработването и подобряването на операционната система. Собствената система на Nokia – Symbian, ще бъде доразвита още малко, но за нея няма да се хвърлят много усилия оттук нататък.

Според изказванията на Стив Балмър, главен изпълнителен директор на Microsoft, и Стивън Елоп, главен изпълнителен директор на Nokia, първите телефони на финландската компания с операционната система Windows Phone 7 ще се появят на пазара най-рано в началото на 2012 г. Това е малко дълъг срок за първоначално пускане на общите продукти, но е и шанс за разработване на много допълнителни услуги, които да стимулират както крайните клиенти, така и бизнес потребителите.

С поэтапното спиране на операционната система Symbian ще започне и обединението на онлайн магазините за приложения – Ovi Store и Microsoft Marketplace. Според изследване на DISTIMO, лидер на пазара на мобилни приложения, с голяма преднина все още е AppStore на Apple с над 314 хил. приложения. На второ място са приложенията за Android - над 160 хиляди. Онлайн магазинът на Nokia Ovi Store има около 30 хил., докато все още новата операционна система Windows Phone 7 има около 10 хил. Това обединение ще даде възможност и на двете компании да придобият по-голям пазарен дял.

Как ще се отрази това на пазара на бизнес приложенията

Имайки предвид големия пазарен дял на операционната система Windows 7, и добрите отзиви от Windows 7, е логично новата, подобрена версия на мобилната платформа на Microsoft да има и много добри бизнес приложения за използване на мобилния офис пакет на компанията. Възможностите за използване на cloud computing технологиите ще доведе също така и до бързото и едновременно използване на един и същ документ както от мобилното устройство, така и от настолен или преносим компютър.

В днешния мобилен свят хората ценят своето време и възможностите, които умните телефони им предоставят. Възможността да си четеш корпоративния email навсякъде в движение, синхронизирането на календара със задачи и срещи, възможността за последни промени по презентацията в PowerPoint или доклада, написан в Word, се е превърнало в нещо нормално и задължително. А предвид факта, че огромна част от бизнес потребителите ползват услугите на Microsoft, е логично и новата, подобрена версия на мобилната им платформа да стане предпочитана сред тях. Още повече че телефоните на Nokia са достатъчно разпознати и все още лидери сред про-

изводителите на мобилни апарати. Операционната система Windows Phone 7 ще разчита изключително много на възражения си OfficeHub – един от петте хъба на началния екран на телефона, които са „Хора“ (People), „Снимки“ (Pictures), „Игри“ (Games), „Музика и видео“ (Music + Video) и „Офис“ (Office). Офис хъбът е „екипиран“ с мобилни версии на най-използваните офис приложения – Word Mobile, Excel Mobile, OneNote Mobile, PowerPoint Mobile и SharePoint Workspace Mobile. Последното приложение – SharePoint, несъмнено ще бъде един от най-важните компоненти при избора на бизнес телефон и възможностите на бизнес приложенията. Възможността за едновременна работа от мобилен телефон и стационарен компютър върху един и същ файл и неговото запазване на корпоративния сървър ще позволи много по-лесната обмяна и промяна на файлове в движение.

Говорейки за бизнес приложения за мобилни телефони, не трябва да се пропуска и канадската компания Research In Motion (RIM), която предлага операционната система BlackBerry. Тя също както и предишната операционна система на Microsoft бележи спад през последната година. Тук се крие и възможността на Windows Phone 7 да открадне още по-голям дял от BlackBerry и неговата най-голяма екстра - синхронизацията на корпоративния email и календар. ■

Електронни услуги за хората

„Работя в чужбина. Притежавам имот на село. Как да разбере какви данъци и такси дължа на общината?“

г-р Камен Спасов, ръководител направление CRM в „ТехноЛогика“

Подобен въпрос вълнува може би хиляди хора, работещи в чужбина или в България далеч от родните си места, където притежават имоти (земи, гори, къща). Кмета на съответното родно място обаче го вълнува друг въпрос:

„Много от хората, притежаващи имоти в общината, живеят извън нея. Как мога да събера своевременно данъците и таксите, за да мога да напълня бюджета на общината и да направя живота на своите съграждани по-добър?“

Може ли тези два въпроса да получат един отговор? - ДА, ако кметът, общинският съвет и общинската администрация искат да използват съвременните информационни и комуникационни технологии и решат да ги превърнат в инструмент за подобряване на качеството на живота на хората, които са ги избрали.

Общините предоставят на гражданите и бизнеса основния дял от услуги, предлагани от местната и структурите на централната администрация в държавата. Ако се замислим, бързо ще стигнем до извода, че всъщност ние като граждани и фирми чрез данъците и таксите плащаме заплати на служителите в държавната и местната администрация, за да ни обслужват. Следователно ние можем да изискваме аналогично качество на обслужването като от фирмите, към които се обръщаме за обслужване по други поводи. С тази разлика, че при фирмите има конкуренция, която в известна степен стимулира повишаването на качеството на обслужване, докато публичната администрация играе ролята на монополист. Е, при избори можем да сменим ръководителите на монопо-

листа и да повлияем в известна степен върху подобряването на качеството на обслужване.

Подобряването на административното обслужване на гражданите и фирмите е издигнато в ранг на държавна по-

© Юлия ПАЗАРОВА



Нормативна уредба, третираща електронното управление

Платформата, внедрена в общините Борино и Доспат, изцяло съответства на приетата в Република България нормативна уредба относно предоставянето на електронни услуги на гражданите и бизнеса:

- Закон за електронно управление
- Закон за електронния документ и електронния подпис
- Наредба за водене, съхраняване и достъп до регистъра на информационните обекти и до регистъра на електронните услуги
- Наредба за електронните административни услуги; за издаване, използване и прекратяване на удостоверения за електронен подпис в администрациите
- Наредба за общите изисквания за оперативна съвместимост и информационна сигурност
- Наредба за изискванията към единната среда за обмен на електронни документи
- Наредба за вътрешния оборот на електронни документи и документи на хартиен носител в администрациите
- Инструкция №2 за имената на domeйните и подdomeйните
- Инструкция №4 за изискванията към дизайна на интернет страниците на администрациите



капацитет” на ЕС. Предоставянето на административни електронни услуги се осъществява през специално създаден уебпортал и включва услуги „Издаване на удостоверение за деклариран данни” и „Издаване на удостоверение за данъчна оценка на недвижим имот”. Основната концепция, върху която се гради проектът, е „обслужване на едно гише”. Възможно е подаването и на всякакви заявления в неструктуриран вид като електронно подписан документ. Гражданите и фирмите могат да проверят през портала на общината своите задължения към „Местни данъци и такси”.

Резултатът от заявлението за обслужване може да бъде получен като електронен документ (с електронен подпис), на хартиен носител на гише или да бъде изпратен по пощата на заявителя с наложен платеж (или с куриер, ако заявителят е заплатил допълнителните разходи).

През портала е възможно подаване на сигнал за корупция директно към Комисията за превенция и противодействие на корупцията към Министерския съвет. За успешната реализация е разработена и внедрена информационна система с различни нива на достъп до информация за служители на администрацията и граждани.

Проектът включва и цялостно обновяване на интернет сайтовете на общините с цел улеснена навигация и предоставяне на по-детайлна информация относно организацията на ад-

министрациите, техните дейности, както и културните, икономическите, историческите, географските и др. характеристики на общините.

Тъй като не може да се очаква гражданите и фирмите да са запознати в детайли с използването на системата, е разработен подробен Наръчник за потребителя и видео, демонстриращо подаването на заявление през уебсайта на общината. В тях в стъпка по стъпка са описани необходимите действия от страна на потребителя, за да подаде заявление по електронен път, да проследи хода на изпълнение на заявлението и да получи резултата. И двата учебни материала са публикувани на сайта на общината.

Част от ползите за гражданите, фирмите и служителите в общинските администрации при внедряване на платформата са:

- Значително подобряване на организацията и оптимизация на работните процеси чрез внедряване на модела за обслужване на едно гише.
- Информацията и услугите, предлагани от общинската администрация, са напълно достъпни както през уебсайта на общината, така и от специализирани работни места във всяко кметство към съответната община.
- Кметовете, кметските заместници

литика и в тази връзка са разработени редица политики, административни и нормативни документи и се реализират конкретни мерки. Внедряването на системи за управление на взаимоотношенията с клиенти (CRM) в общинските администрации и в структурите на сържавната администрация може да доведе до рязко подобряване на качеството на обслужване на гражданите и фирмите.

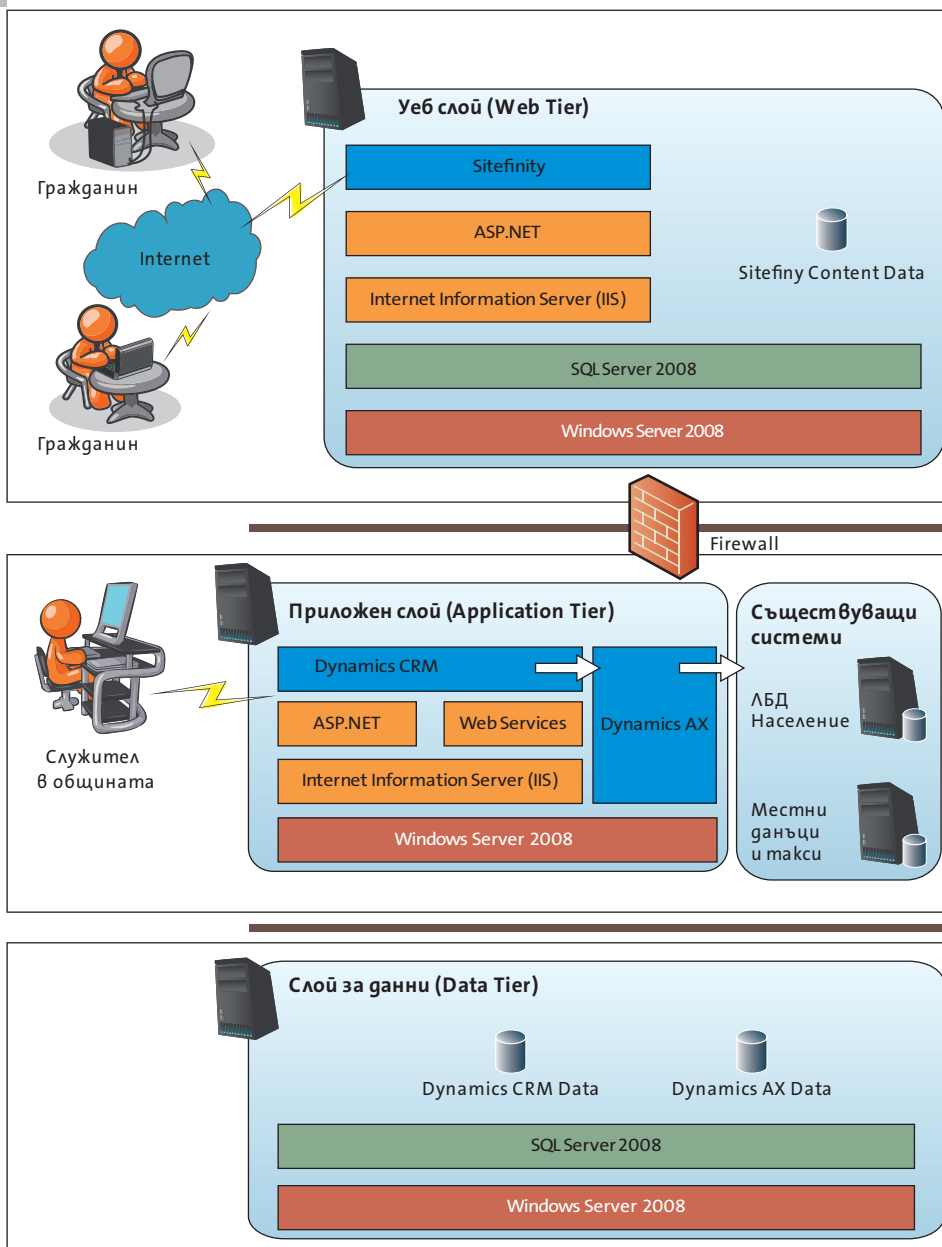
В отговор на директивите на ЕС, политиките на правителството и изискванията на гражданското общество за подобряване качеството на информационните услуги за граждани и повишаване на ефективността в работата на сържавната администрация в общините Борино и Доспат, област Смолян, е внедрена платформа за предоставяне на електронни услуги на гражданите и бизнеса. Проектът е финансиран по ОП „Административен

СОФТУЕР за управление на **БИЗНЕСА**

Къде е България?

Държава	Стойност на индекса за е-правителство		Място в класацията за развитие на е-правителство	
	2010 г.	2008 г.	2010 г.	2008 г.
Унгария	0.6315	0.6494	27	30
Чехия	0.6060	0.6696	33	25
Словакия	0.5693	0.5889	43	38
България	0.5590	0.5719	44	43
Полша	0.5582	0.6134	45	33
Румъния	0.5479	0.5383	47	51
Украйна	0.5181	0.5728	54	41
Русия	0.5136	0.5120	59	60
Беларус	0.4900	0.5213	64	56
Молдова	0.4611	0.4510	80	93
Средно за региона	0.5449	0.5689		
Средно за света	0.4406	0.4514		

Според доклада на ООН *United Nations E-Government Survey 2010* през 2010 г. България е на 43 място в света по развитие на електронното правителство. Стойността на индекса за България (0.5590) е над средното за Източна Европа (0.5449) и средното за света (0.4406). В същото време стойностите на индекса за най-напредналите страни - Корея (0.8785), САЩ (0.8510), Канада (0.8448), Великобритания (0.8147), са доста по-високи.



Архитектура на платформата

Платформата за предоставяне на административни услуги на гражданите и бизнеса е проектирана и изградена с многослойна архитектура. Гражданите и фирмите имат достъп до системата през уебинтерфейс в уебсайта на съответната община, изграден на основата на система за управление на съдържание. Служителите в общината използват функционалност, разработена на базата на Microsoft Dynamics CRM. Системата за обработка на заявки за обслужване е интегрирана с електронните формуляри, публикувани на уебсайта. Интеграцията със съществуващите в общината приложения „Локална база данни „Население“ и „Местни данъци и такси“ е осъществена с използване на Microsoft Dynamics AX. Данните се съхраняват в отделен слой в бази данни, изградени на основата на Microsoft SQL Server. Платформата отразява идеите, заложили в Microsoft Citizens Services Platform. Тя е базирана на продукти, които осигуряват леснота при използване и поддръжка, гъвкавост, сигурност и надеждност. Използвани са предимно продукти на Microsoft – MS Dynamics CRM, MS Dynamics AX, SQL Server 2008 и Windows Server 2008, допълнителни продукти за осигуряване на информационна сигурност и Sitefinity CMS на Telerik. Софтуерните продукти са модифицирани така, че максимално да отговарят на заложените в проекта цели и да отразяват работните процеси в общинската администрация. Нови електронни услуги могат да бъдат въведени относително лесно и бързо.

Уебсайтът на общината е средство за двустранна комуникация на общинската администрация и гражданите и фирмите

Разработените и внедрени електронни формуляри са публикувани на уебсайта на общината. Те са лесно разбираеми и попълването им не изисква специални познания по информационни технологии извън елементарни умения за работа с браузър.

В отдалечени населени места или упълномощени лица могат да подават по електронен път заявления за обслужване на граждани, ако са упълномощени за това от съответния гражданин.

- Осигуряване на прозрачност в работата на общинската администрация при извършване на услуги на гражданите и бизнеса.
 - Намаляване на предпоставките за корупция и субективизъм при обслужване на клиенти.
 - Предоставяне на възможности да се проследи и да се получи информация за движението на заявления, молби и жалби.
 - Опростяване на достъпа на гражданите и бизнеса до административни услуги - спестяване на време и средства.
 - По-бързо и качествено обслужване на граждани и бизнеса.
 - Осъществяване на ефективен контрол както върху работата на самите служители, така и върху стопанската дейност.
 - Осигуряване на достъп на гражданите до решения на общинския съвет и други нормативни документи.
 - Осигуряване на достъп на гражданите до ясна и точна информация относно структурата на общината, контактите със служителите и предлаганите услуги.
 - Равен достъп до информации и услуги на всеки гражданин, без да се прави разлика по пол, религия, раса и социален статус.
- При желание от страна на общинските администрации спектърът на предлаганите услуги може да бъде разширен. Платформата може да бъде внедрена и в други общини, както и в структури на централната и областните администрации. ■



ЕФАКТУРА.БГ ОСИГУРЯВА ЗАВЪРШЕН „ЕЛЕКТРОНЕН“ ПРОДАЖБЕН ПРОЦЕС

Поддръжката на онлайн плащане на фактурите и EDI съвместимостта правят услугата уникална

Глобалната тенденция за налагане на „зелени“ технологии и продукти не е случайна. Макар за повечето потребители това да е просто мода, много от тях не си дават реална сметка за разходите за ресурси и човешки труд, свързани с издаването, доставката и обработката на документи. Затова и усилията на всички са насочени към все по-широкото използване на цифровите технологии и трансформация към безхартиен офис.

Преминването към електронно фактуриране е следващата логична стъпка за дигитализиране на документооборота като това е несложен и съвременен достъпен процес с гарантирани резултати.

През 2007 г. беше разработена услугата за представяне и плащане на фактури през Интернет – Efaktura.bg, която да отговори на международните тенденции и нуждите на бизнеса от оптимизиране и автоматизиране на търговските процеси.

Наред с очевидните предимства на услугата като мигновената доставка, сигурността на информацията и плюсовете на електронния архив, услугата предлага и възможност за онлайн плащане на електронните фактури. Вариантите за плащане са чрез дебитна или кредитна карта (БОРИКА, VISA, Mastercard) или чрез системите за онлайн банкиране. Това се явява последната стъпка в автоматизирането и цифровизирането на продажбения процес. Удобрството е не само за клиента, но и за издателя на документа, който може по бърз и удобен начин да отрази извършените плащания по издадените фактури.

КАКВО ОЗНАЧАВА ТОВА НА ПРАКТИКА?

Казано накратко – значително скъсяване на веригата, обслужваща плащанията.

- Клиентът пести време и хартия за въвеждане и отпечатване на платежно нареждане. Освен това ползва преференциални цени за плащане по електронен път.

- Издателят не извършва допълнителни разходи за следене на плащането – то се вижда директно в системата Efaktura.

За момента електронни фактури, издадени през Efaktura.bg, могат да се плащат директно през системите за онлайн банкиране на ДСК - Директ и Райфайзен Банк. Броят на регистрираните получатели на електронни фактури надхвърля 70 000 – а това е значителна група от потребители, които биха предпочели изцяло електронния цикъл на разплащане.

УДОБСТВО ЗА БИЗНЕСА ПОСРЕДСТВОМ EDI ИНТЕГРАЦИЯ

Идеята за цифровизация и интеграция на продажбените процеси в Efaktura.bg е развита в още едно важно направление – поддръжката на EDI (Electronic Data Interchange). Този стандарт за обмен на документи, възприет масово от ритейл веригите, напълно се поддържа от Efaktura. Това позволява на доставчиците на ритейл вериги да използват услугата за обмен на документи с тях по един удобен и гъвкав начин – те могат да обменят стандартни типове документи с веригите директно през счетоводния и ERP софтуер. Тази уникална за Efaktura функционалност от една страна решава проблема със задължителното изискване за електронен обмен на документи с някои вериги, а от друга осигурява максимална ефективност и изключително ниво на оптимизация на продажбените процеси, каквито не се предлагат от конкурентни продукти.

Виж кой говори

Автоматизираните обаждания и кратки съобщения навлизат на българския пазар

Искрен Георгиев

Зад всеки успял бизнес и доволен клиент се крие информация. Да бъдеш информиран означава да си ефективен и гъвкав. А за да си такъв, трябва да разполагаш с гъвкав софтуер. Когато става въпрос за сметки, няма как те да бъдат свързвани с положителни емоции, но ако са точни, няма да предизвикат зазуби и разочарование. За да бъдат точни, сметките трябва да следват строго определен процес: издаване на фактура, информиране на клиента и извършване на плащане. Една крачка напред би била възможността за припомняне за плащане, в случай че клиентът се е забавил по една или друга причина.

Напомнянето

Днес всеки е затрупан от сметки към различни компании и институции, които за жалост не съвпадат по дата на издаване или по методи на плащане. Това означава, че платецът трябва да е нащрек за потенциални закъснения при плащане и пропуски на фактури. Рационалното решение може да се раздели на две части – електронно фактуриране и автоматично информиране. Комбинацията от двете се превръща в инструмент, който осигурява удобство за клиента и максимална събираемост на задължения от страна на доставчиците на услуги.

За да работи във всяка среда, един такъв софтуер трябва да е глобално замислен от самото начало, а не да бъде насочен само в една среда на работа като маркетинг или човешки ресурси например. Той трябва да е приложим



в различни сфери и мащаби – от най-малката фирма до най-голямата корпорация. Отделно той трябва да работи на три части – управление на клиентите, управление на процеса и анализ на изпълнението. Тези три части в комбинация с универсалната разработка позволяват на такъв тип софтуер да обедини различните фирмени звена в една по-бърза, по-последователна бизнес среда.

Комбинирането на софтуер за известяване с такъв за фактуриране позволява гъвкаво управление на клиентите и техните контакти, като ги сегментира и запазва тяхната най-актуална информация. Така освен финансовия отдел може и всички други отделни като обслужване на клиенти адекватно да отговорят на изискванията на клиентите, знаейки към кой сегмент съвпадат те, дали са платили, или им е било припомнено за това.

www.technologica.com

CRM

СОФТУЕР ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА
ВЗАИМООТНОШЕНИЯТА С КЛИЕНТИ

Автоматизация на процеса

Процесът на фактуриране и известяване трябва да е максимално автоматизиран. За да се пестят време и пари, той трябва регулярно да следи натрупаните клиентски сметки и по възможност автоматично да генерира фактурата и спрямо нея да извести персонално клиента. С други думи, клиентът трябва да получи точната информация за това какво дължи, на кого го дължи, какъв е срокът и евентуално какви са последициите. Правейки това ръчно за 20-30 клиенти, е поносимо, но приложено в големи мащаби от типа на 20 или 200 хиляди, е или невъзможно, или безкрайно скъпо.

Анализът при фактурирането и съответно известяването е еднакво важен за гъвкавото бизнес развитие. Фирмата трябва да има възможността да следи кой, кога и за какво е бил информиран, дали е реагирал, или закъснял и дали изобщо контактът е валиден. Тъй като клиентите често сменят адреси и телефони, първоначалното събиране на контакти е по-лесната част. По-трудната е поддръжката на най-актуална информация. Правилният софтуер за известяване би трябвало да предоставя подобна информация, на базата на която фирмата да прави изводи.

Оптималното решение за софтуера би било, ако той е уеб базиран или онлайн. Това е важно поради реди причини:

- Избягват се сложни инсталации на компютри и съответно ангажиране на специалисти
- Изискват се минимални компютърни ресурси. Необходима е интернет връзка и браузър
- Продуктът бива обновяван в реално време, без дори потребителят да осъзнава подобренията

■ Информацията, която се съдържа в онлайн софтуера, е централизирана. Това означава, че всеки, който има достъп, вижда и работи с най-актуалните данни

■ Цялата система и базите от данни са защитени чрез интернет стандарти за сигурност и в случай на възникнал проблем могат бързо да бъдат възстановени.

Онлайн система в България

В България също вече има такова решение - онлайн система, която съчетава възможността за известяване чрез изпращане на SMS и автоматизирани обаждания до всички мобилни оператори и предаватели (мобилни и стационарни). Тя позволява и интеграция със съществуващи софтуерни решения за фактуриране. На практика тя е виртуален кол-център, който може да се ръководи от един човек. Името на системата е PoviKvane и се предлага от компанията „Щрак БГ“.

Броят на съобщенията, които могат да се изпращат чрез системата, е неограничен, което означава, че бизнесът може да достигне десетки хиляди потребители за кратко време. За разлика от стандартните кратки съобщения всяко изпратено чрез софтуера съдържа конкретна информация, специфична за получателя - например „Здравейте, г-н Георги Петров, сумата по вашата сметка е 38.25 лв.“. Получателите виждат името на фирмата като изпращач вместо случаен телефонен номер. Оригинаторите допринасят за сигурност у получателя, знаейки, че съобщението не е спам. Компаниите, използващи тази услуга, разполагат с всичките 160 символа при кратките съобщения. Когато е необходимо изпращането на по-дълго

съобщение, може да е по-изгодно да се иницира автоматизирано обаждане, което да „изрече“ много повече в рамките на 30 секунди или минута, отколкото две съобщения едно след друго.

Автоматизираните обаждания са звукозаписи, които се чуват в слушалката на получателя, когато отговори на повикването. Това е аудиофайл, който може да бъде записан и изпратен към всеки мобилен или стационарен телефон. Автоматизираните обаждания също могат да бъдат персонализирани, като изричат конкретните за получателя суми, дати, часове или други желани стойности, които могат да се асоциират с фактурата. Обажданията имат по-голяма тежест върху получателя, тъй като много рядко биват отхвърляни. Те могат да бъдат регулярни и да се повтарят автоматично, като интервалът се определя от необходимостта. Това е особено полезно при абонати, тъй като те биват асоциирани със сметки на цикли, а системата автоматично изпраща конкретната информация на желаната дата на всеки цикъл. Неуспешните обаждания могат да бъдат преизбирани повече от един път. По този начин се филтрира базата от невалидни телефонни номера посредством подробните статуси, които се генерират, например „извън обхват“ или „несъществуващ номер“.

Предимствата

Онлайн системата улеснява комуникацията, а комбинацията от съобщения и обаждания гарантира възможността за достигане до всеки телефонен номер в страната. Клиентът е доволен, че е информиран навреме, а фирмата доставчик – че има доволни клиенти и че получава навременни плащания. PoviKvane предлага избор за точно време или период на изпращане на съобщенията, което предотвратява среднощни нежелани доставяния.

Към този момент системата е едностранна, т.е. фирмите пращат съобщения до своите клиенти, които от своя страна не могат да отговорят обратно. Съвсем скоро обаче „Щрак БГ“ планира да направи PoviKvane интерактивна. При получаване на обаждане клиентът ще има възможност да избере желана опция, натискайки клавиатурата на телефона, както и възможност да остави лично съобщение. Това увеличава досегашната гама от приложения, като я превръща в мощен инструмент за статистики и анализи. ■

Алтернативи

Системата PoviKvane е единствената в България, която предлага комбинирана услуга за автоматични гласови и текстови съобщения. На пазара до момента бяха познати единствено решения, които предлагат един от двата типа комуникация. Една от по-известните услуги е „SMS медия“ и нейното допълнение SMS HTTP API, предлагано от компанията bulSMS (www.bulsms.com). Тя предоставя възможност за изпращането на текстови съобщения чрез интегриране на услугата „SMS медия“ директно в съществуващи бизнес приложения, уебсайтове или друг софтуер, който има връзка с интернет. Услугата предлага изпращане на съобщения до 160 символа, като в полето за подател може да се изписва името на компанията. Има възможност за въвеждане на неограничен брой контакти и разпределянето им в групи, а достъпът може да се осъществява чрез задаване на права и роли на повече служители от компанията подател.

Гергана Якимова, продуктов мениджър, „М-Тел“
Милена Краева, старши продуктов мениджър, „М-Тел“



© Юлия ПАЗАРОВА

Улеснете комуникацията с вашите клиенти с M-Tel Call Center 0800/0700

Атанас Георгиев, Publics.bg

За кого е предназначена услугата M-Tel Call Center 0800/0700?

Милена Краева:

- Услугата ни е предназначена за бизнес потребители, защото за тях е особено важно да имат лесна и постоянна комуникация със своите клиенти. За тях е по-лесно да предоставят един национален и лесно запомнящ се номер 0800/0700, който да е достъпен от цялата страна, отколкото множество номера на различните регионални офиси.

В зависимост от големината на компанията тя може да избере дали да ползва 0800 или 0700 номер - първият е напълно безплатен за крайни клиенти на компанията ползвател. Той се предпочита от по-големите компании, които могат да си позволят да поемат такъв тип трафик. Номерата 0700 се ползват и от съвсем малки компании.

За кои сектори е подходяща тази услуга?

СОФТВЕР за управление на **БИЗНЕСА**

за? Насочена ли е към специфичен сегмент от икономиката?

Милена Краева:

- Абсолютно към всички, като е особено подходяща за тези, които имат разпределена структура в страната с множество офиси. За тях е удобно да дават един номер, а ние да пренасочим повикването в зависимост от региона, от който е обаждането. Можем да насочваме входящите обаждания, ако те идват от мобилните номера на „М-Тел“ или от всички фиксирани номера в страната. Когато повикванията са от абонати на „Глобул“ или „Виваком“, нашият клиент може да посочи към кой офис да бъдат пренасочвани те. Номерата тип 0700 са достъпни и от чужбина - клиентите могат да изберат +359700 и отново да достигнат до компанията, която търсят.

Кои са основните функционалности на M-Tel Call Center 0800/0700?

Милена Краева:

- Една от основните е за пренасочване на обажданията в зависимост от произхода на повикването. Друга е свързана с номерата 0800 - нашият клиент може да ограничи продължителността на разговорите в зависимост от определен бюджет, отделен за тази дейност. По този начин операторите, които обслужват кол-центъра на нашия клиент, могат да бъдат обучени да приемат разговори, които да приключват в определеното време. Това е добра възможност за оптимизация на разходите на нашите корпоративни клиенти.

Друга функционалност е възможността за подаване на записани съобщения от страна на нашите клиенти, т.нар. IVR, или готови наши съобщения, които да позволят пренасочване на повикванията към различни номера - например за отдел продажби да се избира „1“, за поддръжка - „2“ и т.н.

Има възможност да се определи и т.нар. календар и работно време за услугата. Всяка компания може да зададе работно време за съответните си регионални офиси и в останалото време всички разговори да се насочват към централния офис например.

Предлагаме и процентно разпределяне на обажданията - може да се заяви определена дял от входящите повиквания да се пренасочва - например 50% към офис 1, 30% към офис 2 и оставащите 20% - към офис 3.

Нашата услуга е като лево - има множество възможности и всеки клиент може да избере какво точно да добави към нея.

Гергана Якимова:

- Даваме на клиентите множество възможности, с които могат да адаптират услугата така към своя бизнес, че тя да е възможно най-полезна и удобна за тях.

Какви други допълнителни предимства предлага вашата услуга за корпоративни клиенти?

Гергана Якимова:

- Всички функционалности са безплатни за нашите клиенти. При вариант 0700 ползвателят на услугата не заплаща входящите разговори. Те се заплащат от крайните потребители според тарифния им план.

Основното предимство според мен е лесно запомнящият се номер от типа 0700 или 0800, с които нашите клиенти улесняват комуникацията с тях. Тези номера са подходящи не само за клиенти с много офиси в страната, а за всяка компания - голяма или малка, която приема входящи обаждания: заведения, мебелни и куриерски фирми, както и много други. Много по-лесно е на всички брандирани коли, рекламни материали или на уебсайт да се сложи един лесно запомнящ се номер. По този начин се печелят нови клиенти и възможности, които иначе биха били пропуснати.

Милена Краева:

- Номерата с 0800 са по-скоро имиджови - компанията казват на своите клиенти: „Обадете се на безплатния ни телефон, искаме да чуем вашето мнение.“ Големите компании и в България, и по света, ползват този начин за комуникация със своите клиенти. В момента у нас поради кризата тези номера се ползват основно от големи компании, а номерата с 0700 - от по-малки наши клиенти. Но дори големите компании често използват функционалността

на номерата 0800 за ограничаване продължителността на повикванията и съответно на свързаните с тях разходи.

Какви технически средства и инвестиции са необходими от страна на вашите клиенти, за да използват услугата M-Tel Call Center 0800/0700?

Милена Краева:

- Нашата услуга е като добавка върху вече съществуващи при клиентите ни услуги. Всичко, което е налично като CRM приложение, остава зад номерата 0800/0700 и може да продължи да се ползва. Ако нашият клиент вече ползва наши SIM карти, box устройства за фиксирана телефония или телефонна централа, те могат да са като дестинация на услугата. Част от линиите в централата може да се отделят за целите на кол-центъра. Същевременно компанията може да ползва тези линии и за изходящи обаждания.

Предоставяме и наши IVR функционалности, но ако клиентът ни има собствени, може да ги ползва без проблем. Например, ако всички номера са заети, крайният потребител чува предварително записано съобщение. Проиграли сме всички сценарии, така че обаждането никога да не остане без отговор.

Гергана Якимова:

- На практика всяка компания може да ползва услугата M-Tel Call Center 0800/0700.

Какви са разходите за компанията

- ползвателите на услугата, ако изберат варианта с номер 0800 и безплатни за техните клиенти обаждания?

Гергана Якимова:

- При използването на номера от типа 0800 разходите зависят от входящия трафик. Нашите корпоративни клиенти могат да управляват трафика и разходите си, определяйки сами продължителността на входящите повиквания и мрежите, от които да получават повиквания. Това зависи от специфичните бизнес потребности на нашите клиенти.

Милена Краева:

- Има възможност при използване на номерата 0800 да се заяви входящите повиквания да са само от мрежата на „М-Тел“ например. Така достъпът до нашия номер от всички останали мрежи ще е забранен и при повикване крайните клиенти ще чуват записано съобщение. Затова не може да се каже единна цена за повикванията към номерата 0800 - те зависят от вида мрежа,

от доставчика на услугата при крайния клиент и от гъвкавите възможности за ограничения, които клиентът би използвал.

Гергана Якимова:

- До момента общата презумпция за тези номера беше, че се използват предимно от средни и големи компании. Сега даваме възможност и на по-малките компании да имат национален номер и собствен кол-център. Минималните условия за ползване на услугата е нашият клиент да има минимум две свободни линии - нещо, което всяка по-малка компания може да си позволи.

Откога се предлага услугата M-Tel Call Center 0800/0700 и очаквате ли някои ваши клиенти да ползват и двата типа номера?

Милена Краева:

- Доскоро предлагаме само услугата ни с номера 0800, но сега предлагаме много повече функционалности и възможност за ползване на номера, започващи с 0700.

Гергана Якимова:

- Услугата M-Tel Call Center 0800/0700 е изцяло нова. Не изключваме възможността някои наши клиенти да ползват и 0700, и 0800 - за имиджови цели да се ползва 0800, а при техническа поддръжка например - 0700. Това отново зависи от спецификата на бизнеса на нашите клиенти.

Стартирахме услугата с промоционални цени и сега е моментът клиентите ни да се възползват от тях. Промоцията продължава до 7 май с 50% отстъпка от цените. Подробности за услугата и промоцията има и на сайта ни, www.mtel.bg, в секцията за бизнес клиенти, както и в секцията за групите ни нови услуги.

Как решихте да предлагате тази нова услуга и очаквате ли голям интерес от вашите клиенти към нея?

Милена Краева:

- Има необходимост от такава услуга на пазара. Ние ще я доразвиваме с допълнителни възможности, така че да предоставим на крайните клиенти и CRM решения. Според нашите мениджъри „Ключови клиенти“, интересът към тази нова услуга е много голям. Тя определено се възприема добре от бизнес клиентите ни.

Гергана Якимова:

- Най-важното за един бизнес е комуникацията с клиенти и партньори. Улеснявайки я с M-Tel Call Center 0800/0700, той ще се развива по-добре. ■

За по-добра връзка с вашите клиенти

Общувайте ефективно с новата услуга M-Tel Call Center 0800/0700

ТОВА Е ТВОЯТ ГЛАС.



Само до 07.05.2011 г. можете да активирате новата услуга M-Tel Call Center 0800/0700 на промоционални цени! За повече информация се обърнете към най-близкия магазин на М-Тел, вашия акаунт мениджър или на *88.

Посрещнете клиентите си в социалните мрежи

Но запомнете - там комуникацията е двустранна и може да доведе както до положителни, така и до отрицателни ефекти

Ангел Дончев, Softhouse

Да комуникираме ефективно с клиентите си и да предоставяме правилната информация на правилните хора винаги е било едно от основните предизвикателства на маркетинг отделите. Още с първите стъпки на маркетинга са съществували различни варианти за комуникации, които чрез развитието на технологиите и клиентите са еволюирали в различни форми, което неизбежно доведе до промяната на основния начин на общуване между бизнеса и неговите клиенти.

От много време основният канал беше чрез медиуми, които предоставяха възможност единствено за едностранна комуникация от бизнеса към клиентите, без възможност за обратна връзка. Със самото му създаване интернет донесе известен брой промени, но въпреки това в началото съдържанието се създаваше от хора с високи познания по програмни езици, които изграждаха уебстраниците. През последните 7 години това се промени коренно с изграждането на платформи за блогове и социални мрежи, които позволиха създаването на съдържание и силата на масовите комуникации да слязат на ниво отделен клиент.

Facebook – основният играч във феномена социални мрежи

С повече от 500 млн. регистрирани потребители, които растат постоянно, Facebook се превърна в най-силната медия със съдържание, създадено от

потребителите. Във всеки момент се провеждат милиони разговори с ценна информация за клиенти във възможно най-естествената форма – между приятели.

Проучване на клиентите чрез социалните мрежи

Преди да пусне своя рекламен клип по телевизията или да отпечата реклама в списание или вестник, всеки сериозен рекламодател инвестира много средства, за да оцени какво искат клиентите и как да удовлетвори техните нужди. Много ресурси се отделят и за проучване на разпознаваемостта на марката спрямо нейните конкуренти. Тази информация е достъпна свободно в социалните мрежи – отговорите на всички въпроси по-горе могат да бъдат открити в съобщенията на стените на потребителите, сред снимки, фен страници и др. Много експерти смятат, че тази информация е по-ценна от събраната чрез анкети и фокус групи, тъй като е от първа ръка и е споделена непринудено.

Срещнете вашите клиенти в социалните мрежи

В социалните мрежи потребителите създават фен страници и групи около своите интереси, в които други потребители, споделящи техните интереси, могат да се включат. Ето няколко съвета как един бизнес може да се възползва от социалните мрежи:

1. Направете проучване на вашата марка и на конкуренцията в социалните мрежи. Търсете създадени фен

страници и групи със съдържание. Можете да направите и търсене по име на ваши продукти или дори характеристики на ваш продукт, за да съберете още повече информация какво харесват и не харесват потребителите.

2. Създайте фен страници. Ако сте уверени, че вашата марка може да събере позитивна реакция и да привлече фенове, е време да създадете страница. Наблюдавайте как тя се представя – брой на харесванията или колко хора са се записали като членове на вашата група. Тази страница може да служи като отлична комуникационна платформа, за да общувате директно с вашите клиенти. Но запомнете - създаването и поддържането на фен страница изисква ресурси, които трябва да сте сигурни, че можете да отделите. В противен случай може ефектът да бъде отрицателен.

3. Създайте приложения – те могат да варират от игри, с които да забавляват клиентите си, до полезни за тях инструменти.

Социалните мрежи – нож с две остриета

Възможностите, които предоставят социалните мрежи за достигане до вашите клиенти, са неограничени и достъпни на минимална цена. Това е много привлекателно за малките и средните компании. Но все пак не трябва да се забравя, че тази платформа ви разполага на едно ниво с клиентите и дава възможност и на тях да изразяват своето мнение – добро или лошо. А това може да доведе както до положителни, така и до отрицателни ефекти. ■

Това е само игра?

Как големите компании използват инструментите на Facebook за своите маркетингови кампании

Атанас Георгиев



Социалните мрежи са виртуалният площад, на който се събира съвременното общество. И, точно както е в офлайн реалността, „площадът“ е място за срещи с приятели и познати, за обмен на новини и клюки, за разпускане и забавление. Посещавайки виртуалния площад, често забравяме една подробност - че около него, точно както извън мрежата, са магазините на търговците. И, разбира се, те искат да привлекат и задържат вниманието ни, използвайки комуникация на съзнателно и подсъзнателно ниво.

Игрите в социалните мрежи

Голяма част от потребителите на Facebook използват социалната мрежа за забавление чрез онлайн игри. Най-забавното е, че не играеш сам, а с приятелите от собствената си социална мрежа. Компаниите - доставчици на стоки и услуги, могат да използват именно тази среда, за да предадат по-ефективно своето послание и за да разберат индиректно нашите нагласи. Според изследването „Виртуалните стоки. Бъдещето на социалните игри 2011“ (Inside Virtual Goods: The Future of Social Gaming 2011) миналата година е годината на игрите в социалните мрежи, като този бизнес вече

▶ на стр. 28

www.technologica.com

CRM

СОФТУЕР ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА
ВЗАИМООТНОШЕНИЯТА С КЛИЕНТИ

„Облакът“ и околната среда

Дали cloud computing не е обвинен в мъгла от парникови газове

Ясен Димитров

Темата, която с годините все по-неотменно съпътства развитието на информационните и комуникационните технологии (ИКТ), е тяхното въздействие върху околната среда. Като цяло потреблението на енергия от ИКТ сектора в световен мащаб е в рамките на 2-3%, като според редица проучвания то е в по-широки граници - 2-10%.

Компании като Google, Apple, Microsoft и другите техни колеги, които са основните виновници за нарастващия интернет трафик, отдавна вече са на прицела на Greenpeace.

Енергийното потребление

Според прогнозите на Крис Прийтс - изследовател от университета в Бристъл, до няколко години четвърт от населението на Земята ще има широкоплатов достъп до интернет за всекидневни нужди. Според него при този брой потребители при средно потребление на американец или европейец потреблението на енергия от ИКТ сектора ще достигне 1175 GWh (гигаватчаса) при сегашните равнища на ефективност.

От друга страна, с развитието на технологиите все по-малко имаме нужда от собствени ресурси, за да задоволяваме информационните и комуникационните си потребности. С други думи, придобиващо все повече популярност ползване на „изчислителни облаци“ (cloud computing) ще предоставя все повече възможности нашите потребности от IT и комуникационни решения да не зависят от местоположението ни, а необходимите ни ресурси ще може да са далече от нас.

Все по-широкото навлизане на облака в ежедневието и устройствата, кои-

то сякаш са създадени за него - като таблетите, създадоха модел за преобразяване на интернет културата изоснови.

Отдалечените ресурси

Новата култура е свързана все по-честото ползване на необходимите ни ресурси от разстояние и още по-голямо нарастване на трафика, като в процеса все повече са въвлечени и мобилните

на енергия от ИКТ сектора с 30%. Също така архитектурата на облака позволява потреблението на ресурси да се разпределя равномерно, което намалява риска от срив, когато някой сървър откаже. Освен това облакът позволява да се използва по-стара техника, което намалява ефекта от моралното стареене върху полезния живот на сървърите, а това намалява потока от електронни отпадъци. Общо взето, нещата с облака не изглеждат толкова зле, ако се гледа от този ъгъл. Но, от друга страна, увеличаващият се трафик ще продължава да увеличава парниковите емисии на ИКТ сектора.

Колко далече?

Според експерти най-важното възнание е как на потребителя се доставя компютърният ресурс, а не толкова виртуализацията. Влиянието от доставянето на гадана услуга до потребителя зависи от неговата отдалеченост. Използването на собствения локален дейта център от гадана компания за локалните ѝ операции ще е значително по-ефективно, отколкото транспортирането на тази информация от някоя далечна точка.

В ИКТ сектора в момента дискусиата за въздействието върху околната среда съвсем не е на последно място, особено като се погледнат начинанията на Google. От друга страна, Facebook са упреквани за това, че купуват електроенергия от ТЕЦ, и привлякоха немалко лоши погледи от страна на зелените организации като Greenpeace.

Поведението на компаниите ще има ключово значение върху влиянието на ИКТ сектора. Но в много голяма степен всичко ще зависи от поведението на самите потребители, разумното потребление на компютърни ресурси и предпочитането на отговорни към околната среда компании. Настъпват времена, в които ограничаването на безразборното сваляне на ненужна информация ще придобие същото значение като изключването на електроуреди, които в момента не се ползват. ■

© Цветелина БЕЛУТОВА



оператори. В резултат се образува все по-обширна и консумираща енергия инфраструктура от центрове за данни и мобилни мрежи.

Според мнозина експерти, в това число координаторът на кампанията за зелена електроника в Greenpeace Том Дугал, бъдещето на въздействието на ИКТ сектора в момента до голяма степен зависи от доставчиците на услуги в облака. От една страна, ползването на услуги от облака ще доведе до по-бързо нарастване на трафика. От друга страна, развиващата се cloud computing инфраструктура има потенциала да направи използването на хардуерни ресурси по-ефективно.

Добрата страна на изчислителните облаци е ефективното потребление на ресурси. Това се постига чрез тяхната виртуализация и потребяването на точно толкова ресурс, колкото е нужно на гадан потребител. По тази причина според Microsoft cloud computing средите могат да намалят потреблението

LC Waikiki обединява магазините си с Microsoft Dynamics NAV и LS Retail

ERP системата и специализираното решение за ритейл компаниите интегрират процесите на всички нива - от POS терминалите, през бек офиса в магазините до централния офис на компанията

Създадена преди повече от 25 години във Франция, днес LC Waikiki е собственост на турската компания Tema Group. Основният предмет на дейност е производство и търговия на дрехи с марката LC Waikiki, като фирмата твърдо е заявила своите намерения да превърне бранда в една от трите най-успешни европейски марки. Днес компанията има повече от 330 магазина като броят им непрекъснато расте. През 2010 г. е открит първият магазин на веригата в България.

Необходимост от решение

В средата на 2010 г., Tema Group основава своя дъщерна фирма в България – Tema Ритейл Би Джи ООД. За да може да гарантира адекватно управление на бизнес процесите и безпроблемно протичане на всички транзакции от POS терминалите, през бек офиса до централния офис и обратно, ръководството осъзнава нуждата от внедряване на интегрирано софтуерно решение. Сред изискванията към системата са цялостен контрол над процесите; ефективно управление на артикули, паричен поток, корекции; гъвкавост и лесно модифициране спрямо специфичните нужди; възможност за тясна интеграция със складовата им система; интуитивност, сигурност на данните и др.

През месец юли 2010 г. ръководството на Tema Group взема решение за внедряване на ERP системата Microsoft Dynamics NAV и LS Retail - специализирано допълнение за управление на дейността на ритейл компаниите. За внедрител е избрана Intelligent Systems Bulgaria – водещият партньор на Microsoft Dynamics и LS Retail за България.

„Притиснати от времето и спецификите на българския пазар, се налагаше да действаме бързо. Не можехме да си позволим забавяне спрямо предварително поставените срокове. Трябваше ни от една страна работещо решение, а от друга – надежден партньор с доказано качеството на услугите по внедряване. Избрахме Microsoft Dynamics NAV и специализирания модул LS Retail, а за партньор - Intelligent Systems“, казва Nihan Ersoy, Ръководител проект, Tema Group.

Реализацията

Проектът стартира с анализ на бизнес процесите на ниво фронт и бек офис, както и интеграция със складовата система на Tema Group. За по-малко от два месеца в Tema Ритейл Би Джи са внедрени функционалните области Управление на POS, Бек офис и Централен офис като част от LS Retail. Цялата информация, генерирана от магазините, се консолидира в единна база данни. Системата управлява промени относно цени, наличности, специални оферти, промоции и те биват актуализирани в магазините в реално време. Всички транзакции и процеси се отразяват мигновено в модулите Управление



на счетоводство и финанси, Продажби, Доставки и Склад на системата Microsoft Dynamics NAV. С отварянето на първия магазин LC Waikiki във Варна през септември 2010 г. стартира и реалната експлоатация на ERP решението и модулът LS Retail. До края на годината са отворени още три магазина във Варна, Бургас и Пловдив.

Предвид добрите резултати в България, ръководството на Tema Group решава отново да се довери на Intelligent Systems за внедряване на Microsoft Dynamics NAV и LS Retail в магазини в други страни. През декември 2010г. е открит първият магазин LC Waikiki в Босна и Херцеговина. Следвайки утвърдената методология за по-малко от седмица решението е внедрено и магазинът посреща своите клиенти. Предстои внедряване в обекти на компанията и в други страни.

Резултатите

Макар и само няколко месеца след внедряването на Microsoft Dynamics NAV и LS Retail, ръководството на компанията реално може да усети ползите, които използването на интегрирана система за управление предоставя. Благодарение на единната си архитектура, решението управлява репликацията на данните от всички магазини. Мениджмънтът следи приходите и разходите по разходни центрове, което предоставя гъвкавост при управление на паричния поток. Значително е подобро планирането на доставките. Чрез вградените BI функционалности, ръководството изготвя ключови справки, отразяващи всички транзакции по касиери, преброени пари в каса и др.

„Радваме се, че за кратко време получихме решение, което напълно отговаря на нашите нужди. Разполагайки с гъвкав инструмент за управление, ние можем да реагираме бързо във всяка ситуация и да развиваме бизнеса си в правилната посока“, допълва Nihan Ersoy.

RFID технологии в транспорта

Стефан Газов

В миналото логистичните операции на компаниите са разглеждани като пасивни функции, които поглъщат капитал на компанията и добавят значителна стойност към продукта ѝ. В съвременните условия логистиката е важен стратегически фактор, способен да донесе предимство пред конкуренцията и нови съпътстващи възможности.

В днешно време логистиката и логистичните услуги водят със себе си широк спектър от транспортни услуги с голяма добавена стойност, както и предоставяне на услуги по управление на складовите ресурси. Всичко това подобрява пътя на стоките по веригата на доставки между доставчика на материали, производител, търго-

вец и краен клиент.

ИТ иновации в логистиката

Новите информационни технологии революционизират начина, по който се управляват логистичните и транспортните активи на компаниите. С въвеждането на безконтактни системи за идентификация, локализиране и проследяване на стоките по веригата на доставки компаниите - потребители на логистични услуги, имат възможност за динамично управление на складовите си наличности, като пренасочват част от стоката си до обектите, където има по-голямо търсене на едни стоки, и в други, където има необходимост от друга стока. Всичко това може да става без претоварване само чрез премаршрутизиране на стоката. Доставчиците на транспортни



► от стр. 25
управлява обороти в милиарди долари. Кои са най-популярните онлайн игри във Facebook и какво може да научим от техния опит.

През миналата година най-популярната онлайн игра беше FarmVille. Microsoft използва нейната платформа, за да рекламира своята търсачка Bing. Ако потребителите на FarmVille станат фенове на Bing чрез кликане на линк в началната страница на играта, те получават бонус (т.нар. FarmVille cash). Само за един ден феновете на Bing във Facebook нарастват от 100 хил. на 400 хил.!

Според статистика на InsideSocialGames.com от началото на април FarmVille вече е на второ място, а разработчикът на играта Zynga държи 7 позиции от топ 10 на игрите в социалната мрежа, сред които са и първите четири места (виж таблицата). Сайтът оценява игрите по т.нар. DAU индекс (daily active users - брой активни потребители дневно). Според анализатори е важно и съотношението между индексите DAU и MAU (monthly active users - брой активни потреби-

тели месечно), тъй като то показва доколко потребителите са ангажирани с играта.

Фен страници

Онлайн игрите се интегрират и във фен страниците на различни продукти и услуги. Потребителите играят за малки и по-големи награди, като междуременно стават фенове на страницата на продукта и по този начин - получатели на маркетингови съобщения. Все още тези специализирани игри са запазена територия за големите играчи на пазара, но летвата пада все по-ниско. Същественният въпрос не е свързан с ресурса, необходим за създаването на такава игра, а с идентифицирането на потенциални добри идеи за нея. За разлика от корпоративния уебсайт и офлайн игрите с награди социалната мрежа има собствен (н)етикет, действията на потребителите може да са различни, а потенциалните негативни ефекти от зле разработена кампания - доста по мащабни.

Често редовите потребители и дори

маркетолозите забравят нещо много важно, свързано със социалните мрежи. Те не са отделна реалност, макар и да са във виртуалното пространство. Това, което се случва там, е просто отражение на отношенията в реалния свят. „Харесването“ на продукт или услуга онлайн е по-скоро функция, отколкото предпоставка за харесването на продукта в офлайн среда. ■

Топ 15 игри във Facebook

Игра	Разработчик	DAU
1 CityVille	Zynga	20514660
2 FarmVille	Zynga	13366870
3 Texas HoldEm Poker	Zynga	7158785
4 FrontierVille	Zynga	4983604
5 Bejeweled Blitz	PopCap Games	3776193
6 Café World	Zynga	3156631
7 Mafia Wars	Zynga	2305111
8 Treasure Isle	Zynga	2020699
9 Millionaire City	Digital Chocolate	1987351
10 Games	GSN	1673674
11 Restaurant City	Playfish	1531891
12 Pet Society	Playfish	1485898
13 MindJolt Games	MindJolt	1315244
14 Ravenwood Fair	LOLapps	1218007
15 Monster World	Wooga	1194833

Източник: InsideSocialGames.com



© Архив ДНЕВНИК

услуги чрез използването на RFID технология могат да изграждат устойчиви и ефективни вериги на доставки, позволявайки им да намалят разходите си за гориво. Всичко това би ги превърнало в предпочитан партньор, увеличавайки сключените договори с тях. Устойчивостта се превръща в основна тема за бизнеса.

В днешните напълно глобализирани вериги на доставки важноста на ефективното управление на логистиката и оптимизирането на транспортната задача е безспорна. Ясната комуникация и координация са абсолютно необходими, защото стоките пресичат много повече граници и пътуват на все по-големи разстояния отпреди. Поради всичките тези причини управлението на логистичната и транспортна част от веригата на доставки се превръща в най-динамичната бизнес дисциплина, изискваща взаимодействие между партньори, доставчици и клиенти.

За една компания, която се нуждае от вериги на доставки, фокусирането ѝ само върху нейните операции няма да ѝ донесе дългосрочен успех. Той зависи изцяло от действията и решенията на предприятията във всички точки от веригата. Транспортът и логистиката играят основна роля при изграждането на модерната верига на доставки.

Приложения на RFID

Използването на радиочестотна идентификация чрез технологията RFID позволява прецизното управление на стоките, превозните средства и складовите площи по веригата на доставки. RFID представлява метод, при който върху идентификатори, поставени на даден обект, се записват или четат данни чрез радиосигнали. Идентификаторът обикновено представлява чип с памет и антена. На чипа може да се запише уникален номер или

кратка информация, която да се прочете дистанционно от регистриращото устройство, чрез което може и да се променя информацията от оторизирано лице. Това позволява по-скъпите идентификатори да се използват многократно.

Понякога RFID технологията е наричана баркода на XXI век, но технологията има много по-големи възможности. Информацията от идентификаторите може да бъде прочетена от голямо разстояние, което улеснява управлението на стоките в складовите помещения. Интегрирането на софтуера за управление на RFID в софтуера за управление на веригата на доставките (Supply chain management - SCM) дава предимство в използването на специфични складови площи като интермодални терминали, складови площи, складове за съхранение на течни и газообразни горива. В тези случаи специализираните складови площи и транспортни средства изискват по-голяма инвестиция и изплащането на RFID технологичните решения става по-бързо във времето.

Предимствата

Въвеждането на единен RFID номер за интермодални превози ще помогне на транспортните оператори и техните клиенти за изграждането на устойчиви вериги на доставки от производители до търговски вериги. Вече изградените специализирани вериги на доставки между производители и търговци чрез въвеждането на RFID технология подпомагат по-доброто управление на специализираните транспортни средства и складови площи. Технологията и единният идентификатор им позволяват да използват по-рационално и да споделят общи доставчици на транспортни услуги и складови площи, като следят местоположението на транспортните средства и потока на стоките между обектите. ■

Обичате ли да правите инвентаризация...?

20 пъти по-бързо и лесно с RFID!

02 483 27 27 office@rfid.bg www.invent.rfid.bg

INVENT

инвентаризацията вече е приятна

Устойчиво проектиране на сгради

BIM покрива геометричните и пространствените отношения, анализа на светлината, географските особености на обекта, количествата и качествата на сградните компоненти

Петър Ташев

В днешния забързан и информационен свят всичко се променя с изключителни темпове. Това е валидно в пълна сила и за строителния сектор, както и за фасилити мениджмънта.

Инвеститорите и бъдещите собственици на нови бизнес, офис, административни, жилищни или индустриални сгради искат пълна прозрачност на изразходваните средства при строителството и последващата експлоатация на сградата, подобрен риск мениджмънт и увеличено използване на технологиите, което да доведе до по-малко оперативни разходи - по-малко отпадъци, по-добра енергийна ефективност, по-малка консумация на енергия и като цяло по-ниски разходи през жизнения цикъл на сградата.

През последните петнадесет години почти всички архитекти, инженери и конструктори замениха старите чертожни дъски с компютри и различни архитектурни и конструкторски софтуерни програми. Това им позволи да правят много по-лесно, бързо и точно идейните планове, визуализациите на бъдещите проекти, както и много други дейности. С течение на времето обаче се оказа, че тези чисто проектантски софтуерни програми не са достатъчни за нуждите на инвеститорите и собствениците на сградите. С разрастването на фасилити мениджмънт бизнеса по света, а в частност и в България, стана ясно, че различните фактори, които влияят върху последващата експлоатация на една сграда, трябва да бъдат моделирани още при създаването на идеята на новия обект – анализ на географското положение на сградата, анализ на светлината, която влиза в сградата, какви сградни компоненти ще бъдат използвани,

каква е тяхната продължителност на живот, как ще бъде управлявана самата сграда.

Всичките тези фактори

довеждат и до развитието на архитектурните програми и до появянето на термина Building Information Modeling. BIM, или „информационен модел на сграда“, е всъщност процесът по генериране и управление на всички данни, свързани с дадена сграда, по време на целия ѝ жизнен цикъл. Обикнове-

BIM се използва, за да се покаже целият жизнен цикъл на сградата



но се използва триизмерен динамичен софтуер за моделиране на сгради, за да се увеличи продуктивността при проектирането и строителството на самата сграда.

ВІМ покрива геометричните и пространствените отношения

анализа на светлината, географските особености на обекта, количествата и качествата на сградните компоненти и т.н. ВІМ се използва, за да се покаже целият жизнен цикъл на сградата, включително и процесите при нейното строителство и последващата експлоатация (фасилити мениджмънт). На ВІМ може да се гледа и като допълваща система на PLM (Product Lifecycle Management), тъй като в него има и информация относно управление на разходите (Cost Management), управление на проекта (Project Management) и др., като предоставя възможност и за работа върху почти всички аспекти от жизнения цикъл на сградата. ВІМ също така и съчетава нови връзки в работния процес. Ударението се поставя повече върху съвместната

работа по проектирането и планирането в ранните етапи на проекта, така че разходите и рискът в по-късните етапи като самото изграждане и работата да бъдат сведени до минимум. Зелените технологии могат да се използват повече в тези ранни етапи, за да могат да се оценят полесно спестяванията и подобренията върху околната среда. Също така те могат да допринесат чрез оптимизация на процесите, което води от своя страна до по-малки разходи.

Естествено, най-големите производители на проектантски софтуер залагат много в последните години на използването на ВІМ в техните продукти. Това са Graphisoft, Bentley Systems, Autodesk, Allplan и др.

Какво се случва

когато инвеститорите/собствениците на сгради искат да внедрят архитектурните планове и модели в своите софтуерни системи за управление на фасилити мениджмънта – CAFM? В началото на развитието на ВІМ често това е било или невъзможно, или прекалено скъпо. С развитието на проек-

тантските програми и ВІМ това вече е въпрос на едно просто експортиране на данните от едната програма и импортирането им в специализирания ФМ софтуер. Несъмнено за компаниите, които искат да управляват професионално своите недвижими имуществата, това е от огромна полза.

Навлизането на устойчивите решения във всички съвременни аспекти на бизнеса се превърна от лукс за малък брой международни компании в необходимост за всички, които искат да имат контрол върху енергийното си потребление и всички разходи, свързани с поддръжката на сградите. Високите технологии в сектора, сред които попадат и ВІМ решенията, ще позволят на все повече инвеститори и собственици на сгради да постигнат оптималното ниво на ефективност. Стимул за това ще бъдат европейските цели за енергийна ефективност и ВЕИ, но също така растежът на енергийните цени, свързан с възлеродния интензитет на традиционните изкопаеми горива. За да не излиза днешното евтино решение скъпо през следващите 30, 50 или дори 100 години, трябва да помислим от самото начало на жизнения цикъл на нашите сгради. ■



© Надежда ЧИПЕВА

Нов бизнес пакет за управление на компании

За първи път всички малки и средни компании в България имат възможността да внедрят най-съвременни IT продукти и технологии за ефективно бизнес управление, на изключително преференциална цена.

BORA SOLUTIONS

предлага

нов бизнес пакет за комплексно управление на компании.

**Само до 30 Април 2011 г.
и само за 4999 EUR без ДДС**

фирмите ще имат възможност да се възползват от изключително преференциалната оферта, включваща:

- ERP системата **BORA BUSINESS SOLUTION** (база данни и 10 лиценза)
- **Пакет консултации**, осигуряващи внедряването на системата.
- **Сървър** от Hewlett Packard
- **Сървърен софтуер** от Microsoft, с възможност да обслужи до 15 работни места

ERP системата **BORA BUSINESS SOLUTION** включва:

Единна база данни, позволяваща централизирана работа и 10 лицензи за обслужване на:

- ✓ Управление на финансите - 1 лиценз
- ✓ Управление на веригата на доставките - 1 лиценз
- ✓ Управление на материалните запаси (складовете) - 2 лиценза
- ✓ Управление на взаимоотношенията с клиентите - 2 лиценза
- ✓ Управление на човешките ресурси - 1 лиценз
- ✓ Система за документооборот - 1 лиценз
- ✓ ДМА - 1 лиценз
- ✓ Счетоводство - 1 лиценз

WWW.BORA-BG.COM

Устойчиво продуктово проектиране

Основна част от Product Lifecycle Management са координацията и управлението на крайния индустриален продукт

Стефан Газов

Използването на софтуер за инженерно продуктово проектиране и планиране на (Product Lifecycle Management) е основен компонент при предлагането на нови технологични и индустриални продукти с голяма добавена стойност. С PLM софтуера се проектира и планира индустриалният продукт от концептуалната фаза до края на живота и рециклирането му.

Инженерното проектиране с PLM е един от четирите компонента на съвременната информационната структура на големите индустриални компании. Всяка от тях се нуждае от софтуер за връзка със своите клиенти (CRM - Customer Relationship Management), за управление на веригата на доставки (SCM - Supply Chain Management), за планиране на ресурсите и паричните потоци на компанията (ERP - Enterprise Resource Planning).

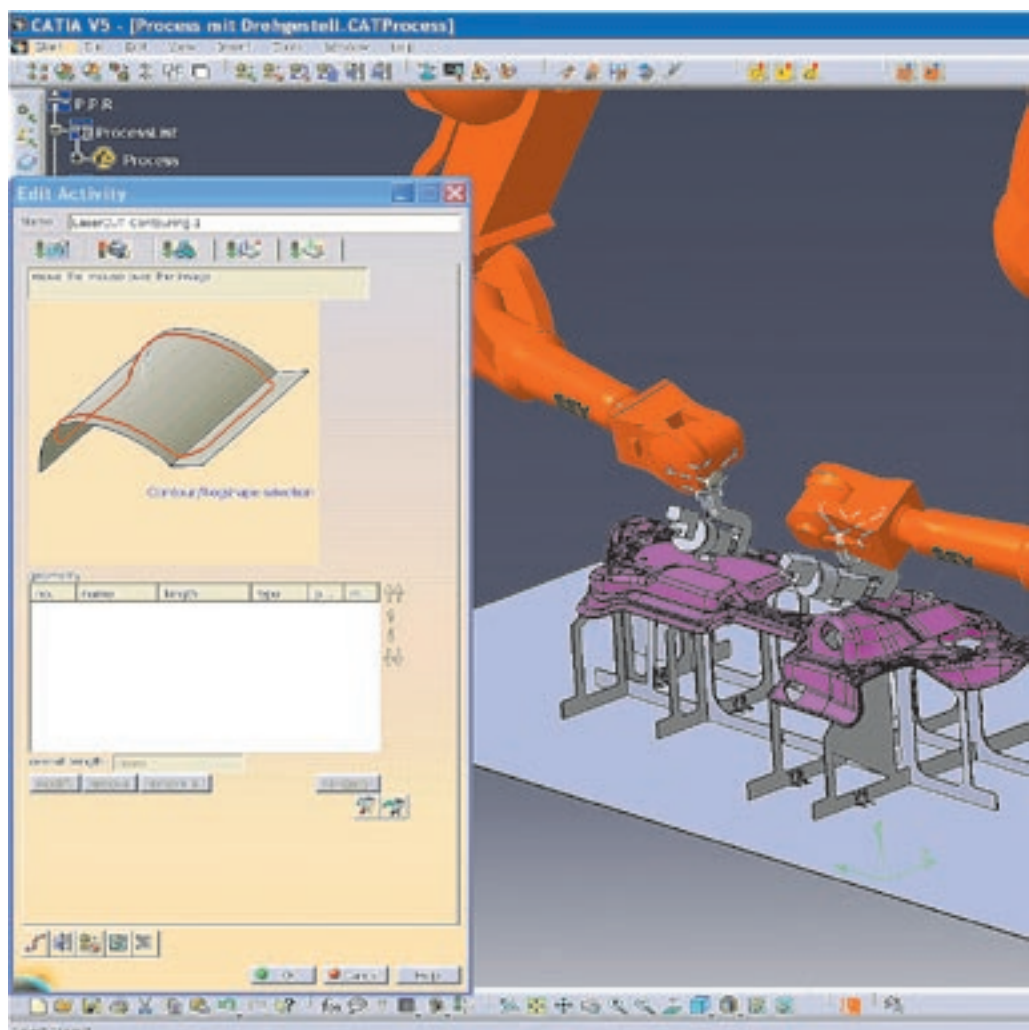
След успешно завършилия през 2009 г. проект PROMISE на ЕС

Възможностите на PLM софтуера

се разширяват чрез интегрирането на събирането на данни по време на жизнения цикъл на индустриалния продукт в PLM системата, позволявайки достъп до технически и инженерни данни за всички участници в жизнения цикъл на индустриалния продукт. По този начин се затваря кръгът от проектанти, доставчици на отделни компоненти, ползватели и рециклиращи организации. Всичко това се интегрира чрез разширяване на възможностите на PLM софтуера в управление на жизнения цикъл в затворен кръг (Closed Loop Lifecycle Management – CL2M).

В ядрото на PLM системата за управление са системите за компютърно

СОФТУЕР за управление на **БИЗНЕСА**



проектиране на индустриални продукти CAD и компютърно проектиране на производствения процес. Интегрирането на системите за CAD и CAM проектиране в PLM е не само софтуерна интеграция, но и бизнес стратегия за пазарно интегриране на продукта. При проектирането на продукти от индустриалното машиностроене като самолети, кораби, железопътен състав, автомобили се интегрират и доставчиците на отделни компоненти, които в някои случаи проектират сами продуктите си чрез CAD/CAM софтуер. При производството на индустриален продукт PLM

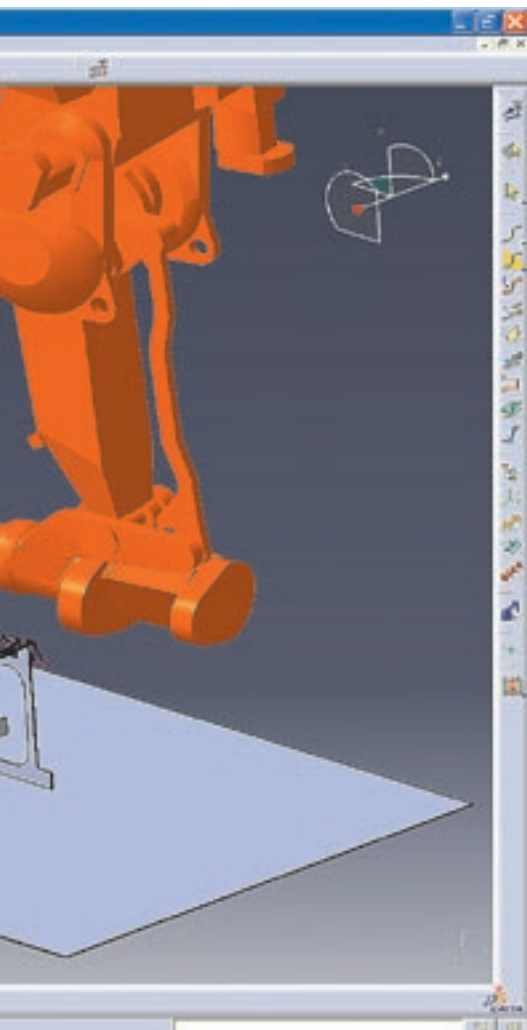
Софтуерни решения

Един от доставчиците на цялостни PLM системи е компанията IBM чрез предлагането и интегрирането на CAD/CAM/CAE софтуера на DASSAULT System в PLM системи.

След придобиването на UGS – Unigraphics Group през 2007 г. германският индустриален гигант Siemens предлага цялостно интегрирано PLM решение под търговското наименование Siemens NX.

Американската компания Autodesk предлага CAD/CAM продукта Autodesk Inventor.

Друг производител на CAD/CAM софтуер е компанията CreoElements, което е новото име на Pro/ENGINEER от 2010 г. насам.



Софтуерът позволява пълна интеграция

през всичките четири фази на жизнения цикъл.

Първата концептуална фаза включва изискванията за спецификата на продукта и план за реализирането му. Отражават се и изискванията на клиентите и на съответния регулатор. Макетът на продукта или детайла се проектира с 3D CAID (Computer Aided Industrial Design Program).

Във втората фаза са описанието, раз-
СОФТУЕР за управление на **БИЗНЕСА**

витието, тестването и събиране на аналитични данни за продукта, както и валидирането му за производство. Тази фаза е най-детайлно свързана с изпитанието на създадения продукт до първоначалното му въвеждане в експлоатация. В този процес с последните версии на CAD софтуера може да се симулира стареенето на някои детайли, както и промяната (рецикълът) на елементи, подложени на износване и натоварване. При пълното интегриране на CAD в PLM система може да се направи и симулиран план за поддръжка на продукта. Основните CAD програми, интегрирани в PLM софтуера, могат да се създават от прости 2D чертежи до създаване и изследване на 3D твърдотелни структури и повърхнини. CAD софтуерът съдържа смесено моделиране, обратен инженеринг на продукта (KBE - Knowledge-Based Engineering), NDT (Nondestructive Testing) и сглобяване.

В тази фаза се застъпват множество инженерни дисциплини като механика, електротехника, електроника, софтуер и специфични индустриални технологии: архитектура, автомобилостроене и самолетостроене.

Наред със създаването на геометричния образ се прави и анализ на съставящите компоненти и сглобяване на продукта. Симулации, валидиране и оптимизации се провеждат чрез програми за CAE (Computer Aided Engineering), интегрирани в повечето програми за CAD проектиране. Възможно е симулирането и решаването на задачи в областите на стрес анализа и изследвания по метода на крайните елементи, кинематика и изграждане на компютърни модели от хидродинамика. Също така по време на втората фаза се изграждат компютърни модели и за механично натоварване и компютърно якостно изпитание. Във втората фаза с помощта на PLM софтуера може да се изчисли и производствената стойност

на продукта.

Третата фаза по създаване на продукта се състои от изработване на метод за производството му, самото производство, остойностяването, продажбата и доставката. Всичките процеси по производството са включени в софтуера за CAM (Computer Aided Manufacturing), който може да бъде интегриран или ползван отделно от PLM софтуера. След избирането на производствен метод на преген план идва CPM, в което включват CAPE (Computer Aided Production Engineering) или CAP/CAPP – (Production Planning). Чрез тези софтуерни продукти се планира и проектира цялата производствена линия с необходимите машини и съоръжения за производство. В повечето версии на софтуера е възможна и симулация на производствения процес.

В последната, четвърта фаза са включени процесите по време на жизнения цикъл на индустриалния продукт. Благодарение на PLM и функциите на MRO софтуерното приложение се създава документация за експлоатацията, поддръжката и последващото му извеждане от експлоатация и рециклиране на отделните детайли.

Нито една от изброените по-горе фази на използване на PLM софтуер за реализация на производството на индустриалния продукт не може да съществува изолирана. Ако се наруши обменът на техническа информация и се наруши производствената и инженерната верига, ще се заплаши пазарното съществуване на продукта с голяма добавена стойност. Желателно е всички по веригата да ползват един и същ PLM софтуер или софтуерни приложения, които могат да се интегрират в PLM софтуера на основния производител. Основна част от PLM са координацията и управлението на крайния индустриален продукт. ■

Електромобилни приложения

Устойчивият транспорт включва не само превозни средства и електроенергийна мрежа, но и софтуер за управлението им

Атанас Георгиев

Електроенергетиката и транспортът са постоянно сред актуалните теми на нашето общество. Отскоро все повече сме свидетели на новини, които обединяват двата сектора. Българското правителство например заяви, че електромобилите ще са един от основните приоритети в енергийната ни политика.

добавят липсващото звено за пълен преход към Smart Grids, като играят ролята на съоръжения за съхранение на електроенергия.

Подвижната батерия

Основното предизвикателство за управлението на електроенергийните мрежи е необходимостта във всеки момент количеството на консумираната

реност между Столичната община и „ЧЕЗ България“ с цел развитието на електрическата мобилност в София.

„По-добро място“ за живот

Един от най-напредналите в световен мащаб проекти е този на компанията Better Place, оглавявана от бившия мениджър на SAP Шай Агаси. Като ветеран от софтуерния бизнес, той много добре осъзнава необходимостта от автоматизирано управление на „отношенията“ между електромобилите и електроенергийните мрежи. Софтуерът на компанията Better Place позволява постоянно наблюдение на всички батерии в мрежата - както в електромобилите, така и в зарядните станции, като следи моментния заряд и предвижда каква ще е консумацията на енергия. Според информация, обявена от фирмата, това ще позволи лесна връзка с местните ютилити компании, така че тези батерии да се превърнат в нещо като „облак“ от батерии за съхранение на енергия от цялата мрежа.

За съжаление проектът на Better Place се развива за момента само в няколко страни по света: Дания, Израел, Япония, като първи стъпки са направени и в Австралия, Китай и американския щат Калифорния. Технологиите са по-специфична, отколкото при останалите електромобили, защото предвижда възможността за подмяна на празна с пълна батерия, което ограничава моделите, за които е достъпна. Въпреки това пионерите от Better Place показват, че с иновации в транспортните и електроенергийните технологии е възможно да преобразим съвременния енергиен сектор. Може да заменим голяма част от енергията на изкопаемите горива със зелена енергия, както и да се откажем от изграждането на големи мощности за сметка на по-малки и разпръснати близо до потребителите централи. И колкото по-интелигентни станат мрежите, които доставят електроенергията ни, толкова по-интелигентно ще е и енергийното ни поведение. ■



© Надежда ЧИПЕВА

Какво е необходимо, за да се възползваме от всички предимства на тази нова технология?

Умните мрежи

Развитието на електромобилите като част от електроенергийната мрежа е сравнително нова концепция. Тя се зароди като част от прехода на електроенергийните мрежи към т.нар. Smart Grids - умни мрежи, в които балансът между потребление и производство на енергия се постига по-лесно благодарение на софтуер и автоматизация. В началото умните мрежи трябваше да подкрепят развитието на възобновяемите енергийни източници като вятъра и слънцето, чийто интензитет не може да се предвиди с достатъчна точност, а това създава проблеми за диспечерането на енергийните мрежи. От няколко години се заговори за възможността електромобилите да

от потребителите електроенергия да е равно на произведеното от електроцентралите. Това предизвикателство може да е по-малко, ако сувеличаването броя на електромобилите впрегнем техните батерии в услуга на мрежите. Така през нощта, когато батериите са празни, те ще могат да натрупат евтина и/или излишна електроенергия (от АЕЦ, ВЕЦ или вятърни генератори), а през деня, в моментите на пиково потребление, докато са паркирани, да отдадат част от събраната енергия и да спестят пускането на допълнителни мощности в ТЕЦ. За постигането на тази цел в момента глобалните играчи от автомобилния и електроенергийния пазар сключват договорености за пилотни проекти, чрез които да изследват целия потенциал на тази възможност. Свидетели сме на такива партньорства и в България, където Индустриален клъстер „Електромобили“ съдейства за сключването на догово-



Време е да изберем най-желания сред желаните.
Вижте как на bacchus.bg/best_restaurants



спонсори:

CHIVAS



медиа партньори:

AMICA max BRAVACASA



НАЙ- КРАТКИЯТ ПЪТ ДО СЪДЪРЖАНИЕТО

Свалете приложения на Дневник и Капитал за смартфон от:

