



- אנשים ומחשבים - פורטל חדשות היי-טק, מיחשוב, טלקום, טכנולוגיות - <http://www.pc.co.il>

## על DOCCM, אתגריו של המנמ"ר ומה שביניהם - פרק א'

בתאריך: 14-במרץ 2012 @ 15:37 ב: כללי

על שנת 2012 ואתגריה כבר דובר רבות. כך גם על משימותיו העיקריות של המנמ"ר. אפשר לתמצת את הציפיות ממנו לשתי משימות שנראות, על פניו, מנוגדות אחת לשנייה וקשות מאד לביצוע בו-זמנית:

- \* לחסוך בצורה מהותית בהוצאות התפעול של מערך ה-IT
- \* לספק ערך מוחשי לארגון ולשמש כמנוע צמיחה עסקית שיתרום לשיפור "השורה התחתונה"

הדרך לעמידה בציפיות שלעיל, עוברת דרך חדשנות ואימוץ טכנולוגיות ייחודיות. באמצעות כלים טכנולוגיים ייחודיים, המנמ"ר יכול לסייע באופן ישיר ואקטיבי לגופי השירות, השיווק והמכירות בארגון ובכך להשיג יתרון יחסי על המתחרים. זה קרה בתחומי ה-CRM, ה-DATA MAINING וה-BI, ובעצם ימים אלו זה קורה בעולם ה-BIG DATA.

### המגמה שלעיל מתרחשת באופן דומה גם בתחום המוכר בשם DOCCM (ר"ת Document Output for Customer Communication) שעובר בימים אלו מהפך ושינוי אמיתי.

הפלט הארגוני נתפס, מזה שנים, לתחום אפור ומשמעם שההתעסקות בו נובעת מהצורך להעביר מידע הכרחי ללקוח. תחום זה לא זכה, עד כה, לתשומת הלב הניהולית הנדרשת. זו הסיבה שאנו רואים, עדין, גופים רבים בהם הפלט מעוצב ברמה אפליקטיבית או לחילופין באמצעות תוכנות עזר לשימוש ממוקד ביישום נתון. סגנון עבודה כזה מוביל לחוסר אחידות עיצובית בפלט הארגוני ובזהות התאגידית, כרוך במורכבות טכנולוגית שדורשת תשומות פיתוח וניהול באופן מתמשך, מתאפיין בחוסר גמישות לשינויים ומימוש דרישות עסקיות ושיווקיות וכמובן, כרוך בעלויות מאד גבוהות.

בשנים האחרונות גילו גופי השיווק בארגונים רבים את נפלאות ה-TransPromo:

**"שילוב דינאמי של מסרים שיווקיים מותאמי-לקוח במסמכים הכוללים מידע על פעולות ופעילויות שביצע הלקוח".**  
וויקיפדיה

### למה TransPromo?

- \* **חשיפה** – מעל 95% ממסמכים טרנסקציוניים נפתחים ונקראים בפועל ע"י הלקוח
- \* **תשומת לב** - ללקוחות מקדישים 3-4 דקות לקריאת המסמך תוך כדי חשיפה למסרים השיווקיים הכוללים בו
- \* **אמינות** - מסמכים מספקי שרות נתפשים באור חיובי ולא כ-Junk Mail
- \* **פתיחות** – מסמכים המותאמים אישית ללקוח (בצורה, בתוכן ובמסר השיווקי) מייצרים תחושה של מיוחדות
- \* **ערוץ נוסף ללקוח** – ניצול ערוץ קיים למטרות שיווקיות
- \* **פילוח שוק One-On-One** – התאמה המסר השיווקי למאפייני הפעילות של הלקוח
- \* **תוספת עלות אפסית** – המסמך מופק ונשלח ללקוח בכל מקרה

ארגונים שכבר הפנימו את חשיבותו של רעיון ה-TransPromo ואת היתרונות הגלומים בו, מממשים אותו על פי רוב באחת משתי תצורות:

- \* בגישה המיושנת והמאד יקרה ע"י הדפסת Inserts שיווקיים וצירופם לתדפיסים הנשלחים ללקוח.
- \* ע"י שילוב סכמטי של חומר שיווקי כללי וגנרי בתוצר הפלט הנשלח ללקוח.

הגישה החדשנית והמתקדמת הרווחת כיום גורסת שהאופן המיטבי להוספת ערך עסקי למסמכי מידע (תמציות חשבון, הודעות ללקוח, חשבונות ועוד) הוא באמצעות הטמעתה של תשתית פלט ארגונית אחודה לעיצוב, ניהול והפקה דינאמית של כל תוצרי הפלט באופן אחיד, פרסונאלי ואינטראקטיבי והפצתו ללקוח במגוון רחב של ערוצי הפצה (מייל, מחשוב נייד, טלפונים חכמים, קיוסק מידע, אתר אינטרנט, פקס, הדפסה במדפסת מקומית, הפקה בבית דפוס ועוד).

מנמ"ר הבוחר במערכת כזו, מאפשר לארגון גמישות תפעולית מקסימאלית, חסכון רב של משאבים וזמני תגובה מהירים לשינויים בדרישות העסקיות הדינאמיות של כל הגורמים בארגון (שיווק, מכירות, שרות לקוחות, משפטיים ואחרים).

בכך המנמ"ר יכול לתרום באופן מכריע להעצמת הקשר בין הארגון ללקוחותיו ובסופו של דבר להשפיע על שורת הרווח.

איך עושים זאת? בפרק הבא.....

**FreeForm - מתאים לך פלט. חכם.**

[אתר אוטופונט](#) [1]

---

המאמר הודפס מאנשים ומחשבים - פורטל חדשות היי-טק, מיחשוב, טלקום, טכנולוגיות <http://www.pc.co.il>

לינק למאמר: <http://www.pc.co.il/?p=83122>

:URLs in this post

[1] [אתר אוטופונט: http://www.autofont.com](http://www.autofont.com)

© כל הזכויות שמורות לאנשים ומחשבים