

OMAT 2000 e VoiceCom: backoffice e frontoffice

Le enabling technologies dell'ICT evolvono in una fusione multimediale che sta integrando tutti gli approcci. La tradizionale memorizzazione ottica e l'innovativo approccio dei call center convergono nel nome del workflow e di Internet. Vediamo come.

di Leo Sorge

Giunte all'edizione 2000, Omat e VoiceCom trovano un inquadramento comune sotto l'egida dell'organizzatore ITER. Da tredici edizioni Omat si occupa di memorie ottiche, mentre da sette edizioni VoiceCom propone l'impiego di servizi in voce all'interno delle aziende. La convergenza delle tecnologie IT aziendale, infatti, ha avvicinato le proposte dei due settori, che oggi possono appoggiarsi a workflow ed Internet per offrire un percorso unico.

E' questo il motivo che ha portato all'organizzazione di entrambi gli eventi in una sede unica di opportune dimensioni, qual è il Forum di Assago. Alla vasta gamma di eventi sportivi e musicali adesso il grande spazio al coperto può aggiungere questa accoppiata dell'ICT, nella quale Pluricom crede e alla quale era presente con un suo stand.

Il trait d'union che caratterizza questa edizione in contemporanea è nelle due espressioni back office e front office, con riferimento all'archiviazione dei dati nel primo caso e al call center nel secondo. In effetti l'evoluzione della gestione dei dati è da sempre il fulcro dei processi aziendali, mentre il paradigma dell'attenzione all'utente ha avuto una sua evoluzione più tardiva, tanto che in Italia siamo ancora nella fase di lancio. A queste l'edizione appena trascorsa ha sommato l'approccio Wap e si è prepa-

rata alla rivoluzione dell'e-commerce, che saranno presenti anche nella prossima edizione romana, che sarà in scena al Palazzo dei Congressi dall'8 al 10 novembre.

Proposte e risultati

Vediamo quali sono le tendenze di call center e gestione dei dati; più verso il futuro nel primo caso, che è tuttora in sviluppo; con la soddisfazione del consumativo e di alcune anticipazioni nel secondo.

Secondo Federico Longo della Andersen Consulting, nella sua presentazione " Il CTI negli anni 2000 ", ha sottolineato l'importanza del cliente supera quella del prodotto (il CTI è l'integrazio-



ne tra computer e telefonia). Tra oggi e il 2002 customer profitability e product/service profitability sono le voci che invertono le posizioni terza e quarta. In generale crescono gli investimenti e quindi la gamma dei servizi. Nella crescita generale aumentano sia la durata del rapporto con il cliente che le vendite per dipendente.

La consueta indagine relativa alla GED (Gestione Elettronica dei Documenti) in Italia, condotta da Vincenzo Gambetta evidenzia il carattere sostenuto nella crescita di quest'area. I dati previsionali per il 1999 riferiscono del 21,7% per l'hardware, del 24,7% per il software e oltre il 50% nell'area dei servizi, per un mercato di 625 miliardi di lire. Nell'anno in corso tale tendenza dovrebbe essere confermata per servizi ed hardware, mentre il software dovrebbe salire dal 24,7 al 27,1%. Tale crescita è essenzialmente dovuta alla crescita del workflow management (crescita composta dell'87,3% dal 1998 al 2000) e dei document repository, le nuove forme di archiviazione (90,8%).

Ad avvalorare una certa contiguità della proposta complessiva di Iter, alcu-

Il pensiero delle aziende

Ad avvalorare una certa contiguità della proposta complessiva di Iter, alcu-



Lo stand Alcatel, azienda leader tra l'altro nel settore ADSL ha investito sullo stand di Voicecom.

di tempo e denaro”.

Content Manager è una rivisitazione di tutta l'offerta con in più accesso web, formati audio e video, che prima non c'erano. Prima c'era la famiglia Image-plus che esiste da circa dieci anni, e che continuerà a vivere per alcune piattaforme mentre l'offerta viene allineata.

Della firma digitale abbiamo chiesto a David Vincenzetti della pianificazione strategica di Intesis (gruppo Finmatica): “è un argomento che tira molto, anche perché l'Italia è stata la seconda nazione a dotarsi d'una legge. La FD porta a grossi risparmi, e molti si sono gettati nel settore senza capirne gran che. La forza unificante è Internet, con il commercio elettronico specialmente il B2B (business to business) e appunto la sicurezza”.

Come dicevamo in apertura, il Wap ha trovato un certo spazio anche in Omat. Ma da che area provengono gli attori di questo nuovo mercato? “Siamo ad Omat per capire mercato e concorrenti del knowledge management”, ha detto Fabrizio Bosio, project manager KM di Iris. L'azienda nasce nel 1991 a Milano, ed ha aperto a Lugano nel '97 e a Parigi lo scorso anno; per capirci hanno sviluppato, tra l'altro, il servizio Wap di Omnitel 2000 e Radiocor.

“Adesso dei progetti Wap ci stanno chiedendo un grande sforzo: grazie alla rete europea di partner nella quale siamo coinvolti abbiamo attinto alla competenza di una società norvegese all'avanguardia”.

Uno spazio era dedicato anche al crescente mercato degli ASP, gli application server provider, con la Consoft. “Noi proponiamo Tarantella, l'ASP della Sco, che è alle soglie d'una serie di nuovi annunci”, ci ha detto Marco Scala. “E' un mercato che deve ancora trovare una sua collocazione, per cui spetta a noi pionieri andare alla ricerca anche di forme di promozione opportune”.

Anche l'integrazione con i fornitori di ERP, gli Enterprise Resource Planning evoluzione della gestione aziendale, hanno il loro daffare con i sistemi documentali. “Siamo tra le dieci aziende europee”, e a questo punto mondiali, “ad avere soluzioni sviluppate insieme a SAP, con la nostra Arcis”, commenta



Ad Omat la TopMedia proponeva i suoi consueti tutorial sul documentale, sempre seguitissimi.

ne aziende erano presenti ad entrambe le manifestazioni: Telecom Italia, IBM, Siemens, Microsoft e Getronics.

Partiamo proprio da Telecom Italia. L'azienda telefonica ha subito una vera e propria rivoluzione nel modo di proporsi, certamente legata a modificazioni più profonde. “Lo scarto epocale è stato in Village, sostanzialmente dal '96, anche in termini di marketing”, ha detto Emilio Gioioso, che in Telecom Italia segue il mercato italiano di fascia alta. La tecnologia è una commodity, il che ci si sposta sui servizi.

“Non era più un momento di sola ingegnerizzazione. Il paradigma si è ribaltato, bisogna capire il cliente in termini di servizio: ADSL non dev'essere una tecnologia ma la risposta alle necessità aziendali”.

Strada analoga nello svecchiamento dell'approccio al mercato si può dire abbia seguito IBM dall'avvento di Lou Gerstner, attuale CEO. “Per noi l'archiviazione ottica è un'area di nicchia, ma profittevole, con crescita annuali anche dell'80%”, ci ha detto Bruno Philipson della direzione software nell'area information leveraging del gruppo technical sales, “per cui IBM può investire” “Omat è l'unico evento dedicato a questo settore, tanto più che quest'anno abbiamo una certa ristrutturazione della nostra offerta”.

Quest'anno il software IBM punterà soprattutto sul content management, con l'Enterprise Information Portal e con Content Manager, annunciato subito dopo Omat.

EIP è un middleware per accedere a database diversi (DB2 o Oracle ad esempio, più Notes, gestione di stampe etc). EIP permette di sviluppare in proprio ulteriori funzioni, che si aggiungono a quelle già implementate come ad esempio la query unica. “Il prodotto si rivolge a clienti medio-alti”, spiega Philipson, “che altrimenti dovrebbero fare tutto da soli, con una notevole perdita

soddisfatto Klaus Pecher della tedesca CE.

Alla sua seconda partecipazione ad Omat è molto contento: l'anno scorso ha trovato un valido partner in Gallo Pomi, e quest'anno ha avuto un grande riscontro dalla partecipazione. La sua azienda non lavora solo su Sap, ma ad esempio anche su JDE, Oracle e Notes. “Qui abbiamo lanciato Web 2.1, la nuova versione full Java e in versione italiana, che da punti a molti: in Germania abbiamo svariate implementazioni da alcune migliaia di posti, e la più grande presenza dei nostri clienti ne vede 7.500 in un progetto di Eltag”.

Omat è stato anche il trampolino per il lancio di WebObjects 5, la soluzione che rivoluzionerà la presenza Apple su Internet. “Stiamo lavorando molto per incrementare la rete di partner dell'Apple Enterprise Program”, ci ha detto Riccardo Salafia, Sales Manager Sud Europa della divisione Enterprise Software & Services. “Tra le grandi novità della versione 5 troviamo un maggior supporto di Java, che nel nostro application server è già di riferimento con scambi XML; già supportati i Jaba Beans, sono in arrivo gli Enterprise Java Beans”.

La divisione di Salafia esiste in Italia da 7 mesi. Un'installazione di altro tipo, nel settore del turismo, è il portale B2B per tour operator ed agenzie di viaggio con estensione B2C per la vendita al cliente.