

„Nabízíme originální řešení!“

říká Ing. Jaroslav Janda,
jednatel společnosti BM Servis



Ing. Jaroslav Janda je absolventem ČVUT, Fakulty elektrotechnické v Praze. V společnosti BM Servis s. r. o., pracuje od jejího založení v roli jednatele.

Společnost BM Servis letos slaví výročí 15 let působení na českém trhu podnikových informačních systémů. Můžete prosím stručně rekapitulovat nejvýznamnější milníky historie firmy?

Asi bych na úvod odpovědi měl zmínit, že k tomu, abychom obstáli v konkurenci globálních společností, firem operujících na více trzích a se silným kapitálem, musíme vždy do našich IS a jejich implementací vnést něco originálního, co přinese zákazníkům konkurenční výhody za akceptovatelnou cenu. Toto se nám dlouhodobě daří a milníky v naší historii jsou obvykle spojeny s takovými novinkami.

První idea již při založení společnosti byla „Vytvořit firemní IS, kde každý uživatel má k dispozici na svém PC všechny funkce potřebné pro výkon jeho práce“ v době, kdy většina IS na PC kopírovala funkcionalitu středních počítačů.

Druhý milník představovalo získání rozsáhlého analytického know-how v polovině 90. let z velkých projektů informační strategie (např. Jihočeská energetika, Expandia banka...). Zde se podařilo identifikovat řadu obecných pohledů na chování podniků.

Třetím milníkem bylo skloubení praktických zkušeností a analytického know-how ve vývoji komplexního firemního IS Bílý Motýl, který od zlomu tisíciletí poskytujeme zákazníkům. Jeho originalita spočívá zejména v procesním pojetí, resp. v pojetí komplexní implementace podle Business Process Modelu zákazníka.

Název vašeho hlavního produktu Bílý Motýl je pro mne v porovnání s konkurencí natolik zvláštní, až provokativní, že se musím zeptat na jeho původ. Jde o nějakou vazbu se zkratkou BM v názvu společnosti?

Určitě nejste první, koho poetický název Bílý Motýl zaujal. Na jaře 1997, kdy vznikl záměr vyvinout nový IS, jsme uskutečnili vnitrofiremní brainstorming s cílem najít pro něj název. Vyhrál Bílý Motýl z několika desítek možností z několika důvodů. Zkratka BM koresponduje s názvem společnosti, což posiluje vnímání značky; fakticky náhodně jsme již používali bílého motýla ve firemní grafice od založení společnosti, takže se jedná vlastně o kontinuitu; název vybočuje z řady, což plně koresponduje i s pojetím našich IS. Myslím, že čas ukázal, že to byla dobrá volba, jak svědčí i vaše otázka.

Nakolik vychází produkt Bílý Motýl ze starších produktů ZEMAN a PODNIKATEL, respektive HARMONIE?

Zejména zkušenosti získané u téměř tisíce zákazníků ovlivnily jeho vlastnosti. HARMONIE z roku 1993 je v dnešní terminologii systém CRM, takže je vám asi zřejmé, jak velký náskok jsme měli oproti ostatním v této oblasti.

Jak se vám daří udržet krok s nejnovějšími technologiemi? Jak se vlastně během vývoje jednotlivých verzí vašich produktů změnil vývojové nástroje, platformy a další technologie informačních systémů?

Samozřejmě bedlivě sledujeme, co se v branži IT odehrává. Nicméně za nejdůležitější

považujeme technologie (spíše znalosti) týkající se logiky práce s informací, jako je například BRE (Business Rule Engine) nebo knowledge management – zde se snažíme být na špici. Na druhé straně v oblasti HW, systémového SW a dalších podobných platform spíše vyčkááme na ověřené technologie.

Z hlediska vývoje našich IS jsme vždy užívali vlastní CASE (významná konkurenční výhoda), který nám výrazně snižuje náklady na vývoj.

Přístupujete k zákazníkům přímo nebo prostřednictvím implementačních partnerů?

Využíváme oba dva kanály rovnocenně, partneři jsou důležití zejména ve vzdálenějších regionech. Asi by se nám líbilo se zaměřit jen na vývoj IS a k zákazníkům přistupovat jen prostřednictvím partnerů, ale současně máme obavy, že by se snížila kvalita zpětné vazby, takže budeme využívat oba kanály nadále.

U řady dodavatelů ERP dnes najdeme v nabídce tzv. branžová řešení, tedy systém připravený a nastavený podle specifik vybraného odvětví. Nabízíte i vy taková přednastavená řešení, nebo přístupujete k zákazníkům výhradně individuálně?

Základní naše idea je „originálním nastavením IS přinést zákazníkům konkurenční výhodu“ – to fakticky vylučuje branžová řešení, která obvykle vedou k situaci, kdy je všem zákazníkům poskytnuto obdobné řešení, které je následně vnímáno spíše jako „nutné zlo“ než nástroj konkurenceschopnosti. Právě v současnosti připravujeme implementaci do dvou společností zabývajících se prodejem aut – bude se jednat o zcela odlišná pojetí, neboť každá společnost má jiné know-how. Branžovým řešením bychom je obě z výsluní srazili do šedé průměru.

Na druhé straně je nutné hledat cesty k levné implementaci, na níž si zakládáme. Kromě vlastností IS podporujících nízkou cenu implementace pohodlným nastavením procesů individuálně pro každého zákazníka disponujeme možností implementovat standardní řešení pro obecné aktivity, kde je obtížné najít konkurenční výhodu.

Dále se domníváme, že mnohem důležitější jsou znalosti našich pracovníků (implementačních partnerů) o branži než branžové nastavení. ■