

Β.Βεσκούκης

Αναλύσεις

Πολλές αναλύσεις οικονομικών και όχι μόνο αποτελεσμάτων εταιριών πληροφορικής βλέπουν το φως της δημοσιότητας. Συγκρίσεις, συμπεράσματα και προβληματισμοί, ερωτήματα: "Τί θα γίνει μετά το 2004;", "Πού πρέπει να στραφεί η στρατηγική μας;", "Τι θα γίνει με τις συγχωνεύσεις;". Συζητήσεις σε όλο το φάσμα ιεραρχιών, εξηγήσεις και δημοσιεύματα για την δεδομένη, φυσιολογική και μακρόχρονη πλέον κρίση, μελλοντολογία, δωρεάν συμβουλές προς τις διαχειριστικές αρχές του 3ου ΚΠΣ. Θέσεις και προβληματισμοί που από πενταετίας ο αναγνώστης της γειτονιάς αυτής έχει διαβάσει, βλέπουν επιτέλους το φως της δημοσιότητας.

Δημοσιογράφοι κατά δήλωσιν αρμόδιοι πλην όμως "σωστά χωμένοι εκεί που πρέπει", οι οποίοι εδώ και χρόνια λειτουργούσαν σα φερέφωνα των δελτίων τύπου των εταιριών πληροφορικής, όχι μόνο των ελληνικών, σήμερα προβληματίζονται για την κρίση. Εντυπα που εξυμνούσαν αδιακρίτως και υπερθετικά κάθε νέο προϊόν μιας αγοράς που για να την ακολουθήσουν οι επιχειρήσεις έπρεπε να ανανεώνουν τουλάχιστον ετήσια τον IT εξοπλισμό τους, παρουσιάζουν σήμερα τους ισολογισμούς όσων μετέτρεψαν τα computer shops σε μαγαζιά με σχολικά είδη και "αναλύουν". Διαφημιστικές καταχωρήσεις με ονομαστικές τιμές που επιδέχονται αφάνταστο "παζάρι" για να καταλήξουν σε κόστος της τάξης του 1/5 "εκείνης" της εποχής και σκονισμένα διαφημιστικά films από εταιρίες που απλά αποχώρησαν από την ευρωπαϊκή αγορά διότι "δεν πήγαινε άλλο".

Πού ήταν αυτοί οι όψιμοι αναλυτές την εποχή που τέθηκαν οι βάσεις για την δύσκολη σημερινή και τη δυσκολότερη επερχόμενη περίοδο; Ήταν στα πολυτελή γραφεία τους και έκαναν συμφωνίες για την προώθηση πάσης φύσεως προϊόντων με άμεση και έμμεση διαφήμιση, με ύφος ως αν γνώριζαν περί τίνος επρόκειτο και με διαπραγματευτικό στυλ του τύπου "take it or leave it". Έκαναν τους μεγαλοπαράγοντες μεταξύ διευθυντικών γραφείων, εντύπων, ειδικών ένθετων, αφιερωμάτων, εταιριών πληροφορικής, αλλά και χρηματιστηριακών ΕΛΔΕ. Για να τους μιλήσεις περνούσες από τρεις τηλεφωνήτριες και άκουγες το μισό πρόγραμμα του ραδιοφωνικού σταθμού που έπαιζε στο τηλεφωνικό κέντρο. Ήταν στα "club" που θα έλεγχαν την ενημέρωση (και) στην πληροφορική στην κατά την γνώμη τους μακράν επερχόμενη περίοδο ευημερίας.

Πού είναι οι ίδιοι άνθρωποι σήμερα; Μα είναι παντού. Είναι "κοντά" στους ανθρώπους της πληροφορικής. Δεν χρειάζεται να τους τηλεφωνήσει κανείς για να έρθουν: τηλεφωνούν εκείνοι. Μιλάνε "με την αγορά" και την "καταλαβαίνουν", αναζητούν ανθρώπους με άποψη και κρίση, όχι μόνο πωλητές. Δεν "επιμένουν" αν δεν συμφωνηθεί το πρόγραμμα διαφήμισης, "καταλαβαίνουν την κατάσταση". Και η αγορά, είναι και εκείνη "ευγενική" μαζί τους. Δεν τους θυμίζει τις ασυναρτησίες που έγραφαν "τότε", ούτε τον ξιπασμό που επεδείκνυαν, ούτε τους ρωτά για τις γνώσεις τους πάνω στην επιστήμη την αγοραία πλευρά της οποίας υπηρετούν ως δημοσιογράφοι και αναλυτές.

Η αγορά, απρόσωπα ή προσωποποιημένα, έχει μεγαλύτερα προβλήματα από τους δημοσιογράφους-φερέφωνα των δελτίων τύπου της καλής εποχής. Έχει το μηδενικό κέρδος με το οποίο διακινεί σήμερα τους υπολογιστές, έχει την πολύτιμη πλην όμως μωδιασμένη πελατεία να κρατήσει, με κάθε τρόπο, "τρόπο" και e-τρόπο. Περισσότερο απ' όλα, έχει να χαράξει πορεία: να επιλέξει ποιος θα εξαγοράσει και ποιος θα εξαγοραστεί, ποιο CRM, ERP, κλπ ξενόφερτο λογισμικό θα επικρατήσει, πώς θα "αξιολογεί" πολυκριτηριακά τους υπαλλήλους, πώς και τι θα τους εκπαιδεύει δια βίου και άλλα σχετικά που θα συμπίεσουν το

κόστος λειτουργίας της βιομηχανίας συμπίεσης του κόστους λειτουργίας της υπόλοιπης οικονομίας.

Αναλύσεις επί των θεμάτων αυτών έχουμε να δούμε πολλές, ελπίζουμε όχι γραμμένες με την ίδια νοοτροπία που γέμιζε μελάνι τις πένες του '99. Εμείς έχουμε να επαναλάβουμε μια φιλική συμβουλή τόσο για τους αναλυτές, όσο και για τους αναλυόμενους: η μεταπώληση εισαγομένων δελτίων τύπου, αναλύσεων, αλλά και hard και soft προϊόντων δεν οδηγεί σε καμία απολύτως ανάπτυξη. Σε καμία απολύτως.

OPEN Newsletter, 4.2002
