

## 232 יישום מערכת מידע: עשה זאת בעצמך חידוש הרכב D.I.Y Car Refinishing

### אלעד דווי ואלון יששכרוב

#### 1. מוטיבציה לפרויקט

הפרויקט מתבצע בחברת "אוטודוקס 2000" שעוסקת בתחום הצבע לרכב מזה כ-40 שנה וכעת מציעה שירות חדשני בתחום ה-D.I.Y – "עשה זאת בעצמך" אך מתקשה בנקודת הזמן הנוכחית לייצר מודעות בתחום בקרב הקהל הרחב, ולהביא לידיעת המשתמשים הפוטנציאליים את קיומו של שירות זה. אנו מצאנו לנכון להתמקד בפתרון אשר יביא לעלייה במודעות של משתמשי הרכב בארץ ושל חובבי שיטת העשה זאת בעצמך באמצעות רשת שיתופית, בה יוכלו המשתמשים לשתף אחד את השני, לייעץ ולקבל עצות בנושאים השונים. כמו כן תהייה למשתמשים האופציה להיעזר בצורה מקוונת בעובדי החברה ולקבל הדרכה מסודרת ומפורטת לגבי שיטות העבודה השונות. יתר על כן, הארגון יוכל להגדיל את מאגר הלקוחות שלו ולהציע מוצרים נלווים.

#### 2. סקירת ספרות

סקירת הספרות של הפרויקט עסקה בבחינת הידע הקיים לגבי יישום ואפיון מערכות מידע. בנוסף לכך, סקרנו את המידע הקיים בתחום העשה זאת בעצמך בענפים שונים, כמו כן סקרנו את היות העולם כפר גלובלי, השיתוף אונליין, הידע ומתן השירות שהתפתחו מאוד בשנים האחרונות. מסקר הספרות נוכחנו לדעת כי למערכות מידע יש חשיבות רבה בכל ארגון עסקי, מבין היתרונות הרבים של יישום מערכת מידע, נוכל למצוא הגעה לקהל יעד רחב יותר, שיפור זמני שירות והמתנה, שיפור התהליכים הניהוליים בארגון לרבות ניהול מלאי. לכן כיום, חברות עוברות לשימוש במערכות אינטגרטיביות אשר מכילות את כלל התהליכים העסקיים של הארגון, תוך שימוש במערכת מידע אחת אשר נותנת מענה מהיר לצרכי החברה. ניכר כי ישנה חשיבות גדולה לזמינות הנתונים לכלל משתמשי המערכת, מאחר זמינות זו מניבה ערך מוסף לחברה כולה. במקרה שלנו, עדכניות דיווחי שעות העובדים מאפשרת ביצוע בקרה בכל רגע נתון.

#### 3. מתודולוגיה

על מנת להשיג את מטרת הפרויקט, סקרנו תחילה את המצב הקיים בארגון, שכלל איסוף נתונים מהשטח על השירותים השונים שהארגון מציע. התייחסנו לסביבה התחרותית בשוק – אל מול המתחרים הבולטים – עמדנו על יתרונותיו וחסרונותיו של הארגון, יחד עם הסכנות העומדות בפניו במצב הקיים ע"י מודל SWOT. לאחר מכן ביצענו סקר לקוחות נרחב, כדי לאמוד את רמת שביעות רצון הלקוחות משירותי החברה הנוכחיים והאם יש בסיס לשדרוג המצב הקיים בהתייחס לפתרון שאנו מציעים. בשלב הבא, ביצענו סקר ספרות בו חיפשנו תיאור של בעיה דומה וכיצד נפתרה בחברות מקבילות בתחום העשה זאת בעצמך בענפים שונים, במדינות שונות ומובילות מבחינה טכנולוגית. לאחר מכן, סקרנו מספר חלופות אפשריות ליישום, אשר מתוכנן בחרנו את החלופה המיטבית שתביא לפתרון האופטימלי לבעיה שהועלתה. את אופן יישום החלופה הטובה ביותר בחרנו ע"י שימוש בשיטת ה-AHP, כשבתהליך זה בחרנו את הקריטריונים המשמעותיים ביותר שאותם המערכת צריכה להכיל. בהמשך, אפיינו את הפתרון לאור החלופה שנבחרה.

#### 4. ממצאים

לאחר ניתוח SWOT וסקר הספרות שביצענו, הגענו לתובנה כי על הארגון לנצל את יתרון הראשוניות בכל הנוגע לתחום עשה זאת בעצמך, בטרם פתיחת התחרות בענף זה על ידי הארגונים הגדולים והחזקים יותר בשוק. הבנו כי החברה צריכה להנגיש את השירות החדשני לקהל משתמשי הרכב בארץ, במהירות האפשרית ובאופן היעיל ביותר. כל זאת על מנת להקל על הלקוח את ביצוע הפעולות באופן עצמאי, יחד עם נגזרת של סיפוק עצמי גבוה בטיפול עצמאי ברכב ובתקלות השונות שבעבר הצריכו איש מקצוע ועלויות רבות. יתר על כן, אנו רואים בהטמעת מערכת מידע בארגון כלי חשוב ליעול ושיפור תהליכים המתבצעים יום יום במרכז השירות, הורדת העומס על הנציגים ואנשי המקצוע בארגון, מתן שירות יעיל ומהיר הרבה יותר ללקוחות, זמינות מלאה מעבר לשעות העבודה המקובלות ומעקב אונליין על מלאים יחד עם מכירות up-sale ללקוחות. כלל הנתונים השונים במערכת יישמרו במאגרי DB בהם יוכל הארגון לעשות שימוש ולהתאים מוצרים ושירותים לכל לקוח ולקוח בהתאם לאופיו וכפועל יוצא להיסטורית ההזמנות שלו בחברה ואופי הגלישה שלו ברשת החברתית (כתבי העת אליהם הוא פונה דרך האתר, הסרטונים בהם צפה והשירותים השונים שניתנו לו במהלך הזמן).

#### 5. סיכום

לאחר שמצאנו לנכון להקים רשת חברתית שתעזור לפתור את הבעיה המרכזית שהעלנו בארגון, בחרנו את החלופה האופטימאלית לביצוע הפרויקט, הן מבחינת לוגיקה, עלות-תועלת והן מבחינת ערך מוסף לארגון. המערכת שהחלטנו ליישם תתמוך בשיתוף ידע בין קהל המשתמשים, העברת תכנים מקצועיים online על ידי החברה, יחד עם קישורים לאתרים וכתבי עת רלוונטיים ברחבי העולם (תכנים בתשלום) להעשרת הידע של המשתמשים ומתן פתרונות שונים לבעיות שצצות, יחד עם הצעה למוצרים משלימים על ידי הארגון. כמו כן הארגון יוכל להשתמש במאגר המידע, שיכיל פרטים אישיים ונתונים היסטוריים של חיפוש המשתמש, תכני צפייה, סוג רכב ותקלות היסטוריות לכל לקוח ולקוח. המידע שיישמר ישמש את מחלקת השיווק כדי להעשיר