

بروتكنولوجي



عبدالله إبراهيم المطرف

نجاحات في زخم التساؤلات

ماذا يحدث لو تعرضت الشركة أو المؤسسة لمشكلة أو كارثة؟ ماذا يحدث لو فوجئت الشركة أو المؤسسة بضياع البيانات والمعلومات التي أنفقت المال والوقت، في تكوينها وحفظها وتخزينها؟ لماذا، وكيف، وأين، ومتى؟ وتساؤلات عدة، طرحت نفسها على عبدالله إبراهيم المطرف، بينما كان يفكر في عدد من القضايا التي تعيشها الشركات والمؤسسات الحديثة والمعاصرة.

التقنية تجلب مشكلات التقنية، إنها طبيعة الأشياء. هكذا قال المطرف لنفسه متأملاً ما تفرزه مستجدات بيئة العمل ومتغيراتها من قضايا ومشكلات. هنا وجد مشروعه، حيث تحتاج الشركات والمؤسسات المعاصرة إلى حلول لما تواجهه من مشكلات العمل في بيئة تتسم بسرعة وتلاحق وكثرة المتغيرات، وخاصة ما يتعلق بأمن المعلومات، والحماية من الكوارث وتأمين المعلومات، ومشكلات حفظ البيانات، والأرشيف الرقمية للمعلومات، وحلول لمشكلات إدارة الملفات، إضافة إلى تطبيقات الجيل الجديد من الوحدات عالية التخزين، واستشارات حلول حفظ البيانات. في زخم التساؤلات والإجابة عنها، أضاء ذهن عبد الله المطرف بفكرة المشروع، ومن رحم









التساؤلات وإجاباتها، ولدت (بروتكنولوجي) أو (إسناد الحلول التقنية التجارية)، لتكون أول مؤسسة من نوعها في المملكة، تهتم بتصميم وتوريد وتنفيذ الحلول التقنية في عدد من المجالات التي أصبحت تشكل أهمية بالغة، في الواقع اليومي للشركات والمؤسسات المعاصرة، كما أصبحت تمثل «هاجساً» يومياً تعيشه، وتسعى إلى مواجهة التحديات والمشكلات، التي يفرضها عليها هذا «الهاجس». وتأتي «بروتكنولوجي» لتقديم المساعدة والعون والحماية، للقطاع الخاص، شركاته ومؤسساته كافة، مع اهتمام وعناية خاصة بالمنشآت الصغيرة والمتوسطة.

يقول مالك ومدير «بروتكنولوجي» عبد الله إبراهيم المطرف: قبل أن نبدأ نشاطنا في ١٢ سبتمبر (أيلول) ٢٠٠٦، بتدشين رسمي، في مقر الشركة بمدينة الخبر، قمنا بإقرار الاستراتيجية العامة وخطط العمل للعامين ٢٠٠٧-٢٠٠٨، واشتملت على ثلاث مراحل، كالتالي:

المرحلة الأولى، وتضمنت تقديم حلول الحماية من الكوارث وتأمين المعلومات، وقد جاء خيار البدء في هذا المجال تمثيلاً مع الطلب المتزايد عليه في السوق السعودية، إضافة إلى ضعف الخبرات الموجودة في السوق حينها، عطفاً على أننا حرصنا على تقديم منشأتنا للسوق السعودية، باعتبارها منشأة تقديم حلول تقنية، قبل البدء في المجالات الأخرى.

المرحلة الثانية، يضيف المطرف، البيع بالتجزئة من خلال إقامة مراكز بيع مباشرة لمنتجات شركات بيل، ديكوتا، قول، وغيرها مما تملك «بروتكنولوجي الشرق الأوسط» حقوق توزيعه حصرياً. ويقول المطرف: إن المرحلة الثالثة، تتعلق بالعمل كموزع لحلول تخزين المعلومات باعتبارنا الموزع الحصري في منطقة الشرق الأوسط، لأكثر من ست علامات تجارية، ذات شهرة عالمية.

ونظراً للطلب المتزايد على هذه الخدمات، يضيف عبد الله المطرف، كنتيجة لأحداث الألفية الجديدة، وما صاحبها من خوف لفقدان البيانات، وكذلك أحداث ١١ سبتمبر، التي نبهت العالم إلى أهمية الاحتفاظ بأكثر من نسخة للبيانات الإلكترونية في أماكن آمنة للرجوع إليها عند الحاجة، أو في حالة وقوع كارثة، فقد تزايد الطلب العالمي على هذه الحلول، خاصة في السعودية، نظراً لأهميتها في درء المخاطر وتأمين البيانات من الضياع أو التلف. ويوضح المطرف أن أكثر المنشآت الحكومية والخاصة كانت تضع مشاريع تأمين البيانات، بين أولوياتها، حتى تضمن التوسع في مشروعاتها، دون خوف من فقدان البيانات.

وبدعم لا محدود من الوالد الدكتور إبراهيم بن عبد الله المطرف والأستاذ جمال مرقبة العضو المنتدب لشركة «بروتكنولوجي الشرق الأوسط»، يقول عبد الله، وفقنا الله بالحصول على وكالة شركة بروتكنولوجي الشرق الأوسط، التي استفدنا من خبراتها ودعمها المباشر، مع ترك حرية التصرف للإدارة السعودية، التي تملك حرية القرار حسب معطيات السوق، دون الحاجة للرجوع إلى شركة «بروتكنولوجي الشرق الأوسط».

وعن أبرز تحديات البدايات، قال: لقد كانت، وما زالت «بروتكنولوجي الشرق الأوسط» الأولى على مستوى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في هذا المجال، ولكن تأخر دخولها للسوق السعودية، أعطى منافسيها الفرصة للفوز بحصة كبيرة من السوق.

لذلك، يقول المطرف، كان علينا أن ندرس السوق، من أجل بناء قاعدة من العملاء، وقد تم

استهداف شريحة الشركات والمؤسسات متوسطة الحجم، كهدف مرحلي خلال العامين الأوليين من عمر الشركة، لبناء قاعدة عملاء لمنتجاتها وخدماتها على حد سواء، ووفقاً لتلك الاستراتيجية استطاعت المؤسسة تنفيذ عدد لا بأس به من المشاريع كمرحلة أولية لترسيخ أقدامها في السوق المحلية.

وحول أبرز عوامل نجاح المؤسسة، يقول المطرف: إنها الدراسة المتأنية قبل الدخول في المشروع، ورسم استراتيجياته، والتخطيط لمراحله بدقة. يضيف: هناك أيضاً عوامل مهمة، مثل الاستثمار في تطوير أداء الموظفين، والاستثمار في تدريب العملاء، والاهتمام بخدمات ما بعد البيع، والشفافية مع العملاء.

أما المميزات التي يتسم بها أداء المنشأة، فأهمها: الحرص على تكوين علاقات طويلة الأمد مع العملاء وليس البيع لمجرد البيع، والحرص على تدريب منسوبي العملاء من السعوديين على ما نقدمه من خدمات.

ويشير المطرف بتقدير كبير لأهمية العنصر البشري، ودوره في نجاح المؤسسة، كما يؤكد أهمية عنصر المعلوماتية، قائلاً: لأننا في قطاع الخدمات، فإن العنصر البشري من ركائز عملنا، لذلك تهتم المؤسسة بتطوير الموظفين فيما يعود عليهم بالمنفعة الشخصية، وهي تدرك أنها ستصب في صالح المؤسسة وخدماتها. ويستطرد: لقد أعطت المؤسسة منذ إنشائها عام ٢٠٠٦ حوالي ٤٩ فرصة تدريبية، في ورش عمل لموظفيها، والتدريب على رأس العمل سواء داخل المملكة أو في دولة الإمارات والأردن وكندا.

وعن آلية المؤسسة في تنمية الإبداع والابتكار، يقول: من أساليب الابتكار، أن جميع الموظفين مدربون تدريباً مكثفاً في التسويق وتنفيذ المشاريع، مما أحدث فرقا في طريقة تصميمهم وعرضهم للحلول التي يقترحونها للعملاء، إضافة إلى أن العميل يشعر بالارتياح، عندما يرى أن مسئول الحسابات مثلاً يملك الخبرة التقنية، ليس فقط لتسويق الحلول، ولكن لتركيبتها وصيانتها أيضاً.

إننا نقدم خدماتنا لكبريات الشركات التي تمثل أغلب القطاعات التجارية والصناعية الحيوية. يقول عبد الله، قبل أن يتوقف لحظة ليستطرد: من أهمها أبيكوروب، إكسترا، مجموعة الطويرقي، مجموعة سارة، جامعة الأمير سلطان، الشركة السعودية لمعدات الديلز، ونطمح إلى تغطية جميع القطاعات في جميع مناطق المملكة.

ويرى أن معظم المؤسسات الحديثة في المنطقة الشرقية، يعكس المناطق الأخرى، دائماً ما تضع أمامها هدفاً واحداً، هو التسويق لمنتجاتها لدى الشركات الكبرى مثل أرامكو السعودية، وسابك، والشركات التابعة لهما، متجاهلة بذلك القطاع الخاص، من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمجموعات التجارية التي تخدم هذه الشركات الكبرى، والتي هي في حاجة ماسة لمن يقدم لها الخدمات المساندة لتستمر بالحفاظ على مستويات أداء عالية. ويقول: نود أن ننصح الشركات الحديثة، والشباب خاصة، بأن يستغلوا هذه الحاجة، وأن يعتبروها مرحلة تدريبية يتعلمون من خلالها أسرار العمل، وبناء الثقة والسمعة في السوق قبل التوجه للأهداف الكبرى.