

# UGS готова к бою на рынке корпоративных решений

Amy Rowell (CAD/CAM Net)

©2005 Cyon Research Corporation

Как утверждает популярная реклама: “Если хотите привлечь чье-либо внимание – говорите шепотом”. С другой стороны, если вы хотите привлечь внимание по возможности большего количества людей, то ваши новости необходимо передавать в прямом эфире по спутниковому каналу связи в ключевые точки земного шара – в Париж, Мюнхен, Гонконг, Лондон. Пригласите принять участие в мероприятии ваших близких друзей, включая *Microsoft*, *Intel* и *HP*. А начните мероприятие с проникновенного вступительного слова приглашенного оратора – например, такого, как **Gene Kranz**, руководитель миссии **Apollo 13** и автор бестселлера “*Failure is not an Option*” в газете *New York Times*.

Давайте просто скажем – всё это работает. На недавнем мероприятии в Нью-Йорке, проведенном компанией **UGS** специально для прессы и аналитиков рынка, энтузиазм и волнение организаторов передались всем присутствующим. У каждого из гостей было такое ощущение, что именно он сидит в первом ряду, а те, кто не смогли присутствовать лично, получили шанс испытать чувство сопричастности с происходящим благодаря прямой трансляции в интернете. Неплохо для организации, которая заработала свою репутацию как технологическая компания. Впрочем, это мероприятие действительно может означать поворотный пункт в истории **UGS**.

Почему? Потому, что исторически **UGS** известна как, возможно, лучшая из компаний, занимающихся разработкой программного обеспечения для инженеров. Выпустив свое *PLM*-решение *Teamcenter 2005*, она сделала важный шаг в достижении лидерства на рынке корпоративных решений.

В чем разница между **UGS** сегодняшней и той, что была еще год назад? Прежде всего, чтобы завершить формирование команды, в компанию недавно были приняты несколько талантливых руководителей, в числе которых вице-президент по глобальному маркетингу **Dave Shirk** и вице-президент по глобальным продажам и сервису **Jim Milton**.

Г-н *Shirk* прекрасный оратор, и будет отлично представлять компанию. Стиль маркетинга, который он исповедует, всегда ориентирован на лидерство – то, чего **UGS** так не хватало в прошлом. Ну а г-н *Milton*, просто источающий “готовность к бою”, сосредоточен на реализации хорошо продуманного плана по расширению присутствия продуктов и услуг **UGS** во всем мире. Обе эти личности пришли в компанию вооруженные вестеронным опытом продаж и маркетинга ПО для промышленных предприятий. Так что “мессидж” ясен: **UGS**

стремится расширить свою зону влияния в этой сфере и позиционирует себя как победителя в этой игре.

В области управления жизненным циклом изделия соревнование идет вокруг удовлетворения разнообразных нужд международных корпораций (*global enterprise*) – потребности в безопасном обмене данными с большими и малыми партнерами и поставщиками во всем мире; необходимости в простых и экономически эффективных средствах совместной работы по созданию нового изделия для всех членов команды, которые зачастую географически рассредоточены по всему миру. И, пожалуй, самое важное из требований – помощь в создании новых продуктов путем предоставления программных инструментов, обеспечивающих уникальное сочетание извлечения, накопления и повторного использования знаний и опыта, что позволит компаниям превращать свои идеи в изделия, пользующиеся спросом у потребителей.

Говоря коротко, **UGS** обязуется удовлетворить все требования своих заказчиков в сфере глобальной разработки изделий. А тем клиентам, которые всё же опасаются остаться ни с чем и после завершения сделки с **UGS**, президент и *CEO* компании **UGS** г-н **Tony Affuso** адресует мудрые слова особого гостя г-на *Kranz*: “Неудача – не наш выбор”. Так что новая мантра компании очень проста. Как уверяет г-н *Affuso*, “мы никогда не позволим клиенту потерпеть неудачу!”.

Что касается технологии, то вице-президент **UGS** по программным продуктам **Chuck Grindstaff** сказал следующее: “Выпустив *Teamcenter 2005*, **UGS** предлагает новую усовершенствованную технологическую платформу, позволяющую ускорить работу на всех этапах жизненного цикла изделия. В результате компании могут трансформировать свои инновационные процессы, чтобы быстрее и эффективнее выпускать на рынок новые интересные изделия. А улучшенная интеграция *Teamcenter 2005* с приложениями *Microsoft Office* позволяет эффективно закрыть пробел между идеями и выпуском новой продукции.”

## Акцент на инновациях

Примером, который демонстрирует, насколько **UGS** продвинулась в оказании помощи своим пользователям при создании инновационных продуктов и достижении лидерства в новых областях, является **Procter & Gamble**.

Компания *P&G*, пожалуй, больше известна как производитель потребительских товаров. Этот сегмент рынка при разработке изделий традиционно полагается на инструменты для аутсорсинга, доступные в таких системах, как *SAP*. Однако,

в течение последних лет *P&G* предпринимала усилия по преобразованию себя в компанию, которая специализируется на разработках. Были привлечены инвестиции, направленные на создание новых изделий, которые будут пользоваться успехом на рынке. Неудивительно, что для такой компании заманчиво найти *PLM*-решение, подобное предлагаемому компанией *UGS*. Решение, которое предлагает не только дружественную среду для разработки, но и возможности для аутсорсинга. Сотрудничество с *P&G* стало большой победой *UGS*.

Решение *Teamcenter 2005*, нацеленное непосредственно на потребности международного бизнеса, предлагает законченную линейку продуктов – от *Teamcenter Enterprise* для управления знаниями и автоматизации процессов, *Teamcenter Engineering*, ориентированного на ускорение внедрения, до инструментов 3D-визуализации *Teamcenter Visualization* и коллаборативных инструментов *Teamcenter Community*. Сюда же относятся возможности цифрового производства пакета *Teamcenter Manufacturing* (основанные на разработках недавно приобретенной компанией *Tecnomatix*), а также специфические *PLM*-решения: для аэрокосмической и оборонной промышленности – *Teamcenter Aerospace and Defense*; для автомобилестроения – *Teamcenter Automotive Supplier*; для индустрии потребительских товаров и химико-фармацевтической промышленности – *Teamcenter Consumer Packaged Goods*; для приборостроения, электронной промышленности и телекоммуникаций – *Teamcenter Hi-Tech Electronics*. Эти модули *Teamcenter* могут применяться как вместе, так и по отдельности. Разработаны они специально для того, чтобы люди, принимающие решения, могли иметь доступ к такой информации, которая позволит принимать правильные решения в критические моменты, связанные с выпуском изделия на рынок.

Кроме того, *Teamcenter 2005* включает в себя модули для организации аутсорсинга, для обслуживания, текущего и капитального ремонта (**MRO** – *maintenance, repair, and overhaul*), а также и нечто большее – инструменты, обеспечивающие соответствие нормативным документам. Такое соответствие – жизненная необходимость для многих компаний, которые должны тщательно следить за соблюдением правил по охране окружающей среды, безопасности, финансовых директив и постановлений правительства.

### Уверенной поступью

“Впечатляюще. Мощно. Прекрасная команда. Уверенное лидерство.” Это только некоторые отзывы о компании *UGS* из прозвучавших на описываемом мероприятии. Причем, эти оценки, на мой взгляд, совершенно заслуженны.

Создается впечатление, что *UGS* действительно трансформировала себя из успешной, но молчащей об этом, компании в такую, которая гордится своими успехами и стремится к большему. Это хорошее дело, особенно для компании, которая

следит за самыми большими вызовами современности, подобными прямой конкуренции с такими “королями” в области ПО для предприятий, как *SAP*. Может это и не поможет, но отметим сходные черты.

Если смотреть с технологической точки зрения, то “обновленная и улучшенная” *UGS* позиционирует себя как поставщик программного обеспечения и сервиса для сквозной поддержки инноваций при разработке изделий как в рамках предприятия, так и в любой точке за его пределами. Компания *SAP* для описания своей стратегии бизнеса широко использует аббревиатуру **NPDI** (*New Product Development and Introduction* – разработка и внедрение новых изделий). Однако, эта же фраза постоянно вертится и на языке у *UGS*, особенно когда компания ищет новых клиентов и закрепляется на новых рынках.

Здесь нет простого совпадения. Фактически, *UGS* готова не просто произнести слово **NPDI**, но и незамедлительно обратить внимание потенциального пользователя на свои преимущества в деле поддержки усилий по разработке изделий на уровне предприятия, которые она имеет в сравнении с конкурентами. В их числе – проверенный послужной список в отношении поставок продуктов, крупные инвестиции в разработки и исследования, а также команда, которая готова оказать любую помощь, необходимую клиентам для достижения успеха. Имея за плечами семь кварталов непрерывного роста доходов, 3.8 млн. установленных рабочих мест по всему миру (рост с 3 млн. в прошлом году), и утвержденные планы в ближайшие годы увеличить оборот до двух-трех млрд. долл., в эти дни *UGS* выглядит способной завоевать мир не только своим программным обеспечением (по всей видимости, в общий итог здесь засчитаны все системы, использующие ядро *Parasolid*. – *Прим. ред.*).

И компания не молчит об этом. Фактически с тех пор, как в 2004 году была объявлена независимость от *EDS*, команда *UGS* хорошо поработала, чтобы позиционировать себя в качестве компании, с которой хотят иметь дело как руководители *IT*-отделов, так и обычные инженеры. Многократно подвергавшаяся критике в прошлом за недостаточный тонкий маркетинг, “новая и улучшенная” *UGS* показала, что способна собрать талантливую команду и показать себя как реального конкурента на рынке программного обеспечения для предприятий. Вооруженная мощной машиной маркетинга и списком высококлассных достижений в деле удовлетворения требований заказчиков, *UGS* теперь производит впечатление уверенности в том, что её обещания приносить пользу клиентам будут выполнены, а у конкурентов не появится повод сообщить, что компания кого-то подвела.

Говорить шепотом? До недавнего времени можно было укорять *UGS* в том, что она поступает именно так. Но это, по всей видимости, не относится к будущему. Похоже, что *UGS* нашла свой голос... 