



مایکروسافت تحت مدیریت ساتیا نادلا، مشترکان بیشتری نسبت به نت‌فلکس، درآمد رایانش ابری بیشتر از گوگل و ارزش بازار نزدیک به یک تریلیون دلار دارد.

مایکروسافت توانست با عبور از اپل به با ارزش‌ترین شرکت جهان تبدیل شود، جهشی خیره‌کننده که توانست طی یک سال، گول‌هایی همچون آمازون و آلفابت گوگل را پشت سر بگذارد. کارمندان باسابقه مایکروسافت که دیگر به دور بودن این شرکت از دوران اوج خود از زمان مدیریت بیل گیس عادت کرده بودند، ناگهان با حجم عظیمی از پیام‌های تبریک دوستان و خانواده مواجه شدند. با این وجود وقتی مدیرعامل ساتیا نادلا، کارمندان ارشد خود را برای جلسه هفتگی کنار هم جمع کرد، هیچ سخنی از این دستاورد به زبان نیاورد. حتی وقتی که در مصاحبه‌ای در دفتر مرکزی مایکروسافت درباره پیشرفت و ارتقاء این شرکت از او سوال شد، نادلا عصبانی و دلخور به نظر می‌رسید. او به مجله بلومبرگ بیزینس ویک گفت: "اگر کسی بخواهد به خاطرافزایش ارزش بازار ما جشن بگیرد، واقعاً ناراحت می‌شوم. تاکید می‌کنم ارزشگذاری که در 25 آوریل از مرز 1 تریلیون دلار گذشت و چیزی بیش از 230 درصد رشد را از زمان مدیریت من در فوریه 2014 نشان داد، از نظر من "بی‌معنی" است و هر گونه شادی و خوشحالی در مورد چنین نقطه عطفی به طور حتم "آغاز یک پایان" خواهد بود."

نادلا، مهندس 51 ساله با مدارج علمی مختلف که در حیدرآباد هند پرورش یافته، به خاطر خلق و خوی منظم و قانون‌مداریش معروف است. او می‌گوید: "ما در شرکت مایکروسافت این عادت بسیار بد را داریم که نمی‌توانیم خودمان را تحت فشار قرار دهیم، چون به خاطر موفقیتی‌های که داشته‌ایم، احساس رضایت می‌کنیم. اما داریم یاد می‌گیریم که چگونه به گذشته نگاه نکنیم."

عملکرد نادلا به عنوان مدیر عامل، اگر دوام هم نداشته باشد، در طول 5 سال مدیریت او پس از استیو بالمر، یک دوره تاریخی محسوب می‌شود. از نگاه جهانی، این شرکت شرکتی بود که به سمت منسوخ شدن پیش می‌رفت و تقریباً تمام ترندهای رایانشی مهم سال‌های 2000 از تلفن‌های همراه گرفته تا موتورهای جستجو و شبکه‌های اجتماعی را از دست داده بود. ضمن آن که منبع اصلی درآمد آن یعنی ویندوز- سیستم عاملی که به صورت پیش‌نصب در کامپیوترهای شخصی عرضه می‌شد- دوران رکود خود را طی می‌کرد.

بازاریابان مایکروسافت دوست دارند ظهور دوباره این شرکت به عنوان یک قدرت فناوری را به نوعی "تغییر فرهنگی" نسبت دهند، چیزی که نادلا آن را "همدلی" درون سازمانی و تغییر رویه تیمش از یک "طرز فکر ثابت" به یک "طرز فکر رو به رشد" می‌نامند. طبق مصاحبه‌های صورت گرفته با بیش از چهارده مدیر فعلی و سابق، اعضای هیئت مدیره، مشتریان و رقبای این شرکت، واقعیت احیای مایکروسافت و تغییرات ایجاد شده در آن را می‌توان دردناک توصیف کرد. نادلا در زمان مدیریت خود، بودجه مربوط به ویندوز را کاهش داد و یک کسب و کار عظیم در

زمینه رایانش ابری با حدود 34 میلیارد دلار درآمد در یک سال گذشته ایجاد نمود. همین باعث شد که مایکروسافت از گوگل سبقت بگیرد و پیشرفت‌های چشم‌گیری در زمینه‌های کلیدی در مقابل رقیب برتر خود یعنی آمازون داشته است. رید هستینگز مدیر عامل شرکت نتفلیکس می‌گوید: " من هیچ شرکت نرم‌افزاری دیگری را در تاریخ فناوری نمی‌شناسم که با وجود تجربه دورانی سخت و دشوار، بتواند بازگشتی چنین شکوهمندانه داشته باشد"

مجموعه نرم افزارهای بهره‌وری مایکروسافت یعنی آفیس که پیشتر محصولی یک بار فروش بود و شامل دستیار مجازی ناکارآمد و آزاردهنده کلیپی (Clippy) می‌شد؛ حالا به یک سرویس مبتنی بر ابر تبدیل شده که بیش از 214 میلیون مشترک با پرداخت سالانه حدود 99 دلار دارد. مشترکانی که در حال حاضر از مجموع مشترکان Spotify و Amazon Prime بیشتر هستند. همزمان Azure، پلتفرم ابری مایکروسافت مشتریان معروف و بزرگی همچون اکسون موبیل (ExxonMobil)، استارباکس (Starbucks) و والمارت (Walmart) دارد.



همتایان نادلا می‌گویند که احیای دوباره مایکروسافت همانقدر که تاثیرگذار است، ترسناک نیز هست. وقتی سوال شد که مایکروسافت احیا شده چه تهدیدهایی را می‌تواند برای دنیای فناوری به همراه داشته باشد، مدیر عامل یک شرکت نرم‌افزاری رقیب که برای صداقت در گفته‌هایش خواست نامش فاش نشود، گفت که بازگشت مایکروسافت به اوج همانند بازگشت شخصیت دارس وندر در فیلم جنگ ستارگان است، یعنی این شرکت به دنبال تلافی کردن است.

وقتی هیئت مدیره نادلا را جایگزین بالمر کرد، شرکت وضعیت مناسبی نداشت و مایکروسافت روند سقوط ویندوز را تجربه می‌کرد، که سهم بازار 90 درصدی را در زمان اوج خود در اختیار داشت. البته ویندوز هنوز هم بسیار سودآور بود- و مایکروسافت برای تقریباً تمام لپ‌تاپ‌ها و دستکاپ‌های فروش رفته حق مجوز دریافت می‌کرد. اما مردم تا حد زیادی به سمت آیفون‌ها و دستگاه‌های اندرویدی روی آورده بودند و آن‌ها را جایگزین کامپیوترهای شخصی می‌کردند. هنوز هم ویندوز با درآمد 20 میلیارد دلاری در سال یک کسب و کار پررونق محسوب می‌شود.

در گذشته، اهمیت کامپیوترهای شخصی، باعث شده بود تا مدیران اجرایی برای کنترل هر صنعت متعلق و مرتبط با ویندوز با هم رقابت کنند. آن‌ها هرگونه توسعه و پیشرفتی را به ویندوز نسبت می‌دادند. از این رو محصولات جدید نام تجاری "Windows" را یدک می‌کشیدند، مانند Windows Phone. حتی سرویس ابر تازه کار مایکروسافت "Windows Azure" نامیده شد.

نادلا که بیش از نیمی از عمر خود را در مایکروسافت، بیشتر در بخش محصولات غیرویندوزی سپری کرده بود، خود را وارد جنگ بازی تاج و تخت بر سر جانشینی بالمر نکرد. در سال 1992، او به عنوان یک کارمند جدید از شرکت Sun Microsystems در مایکروسافت استخدام شد، چون مدیر تیم او در آن زمان به دنبال کارمندی بود که " کارش را تمام و کمال انجام دهد" و " موجب دلخوری و عصبانیت دیگران نشود". نادلا کارش را با فروش کامپیوترهای شخصی به خریداران شرکتی آغاز کرد. سپس سرپرستی بخش مهندسی Bing-موتور جستجوی این شرکت- و بعد آژور (Azure) را برعهده گرفت.

برنامه نادلا این بود که مسیر حرکت مایکروسافت در مورد آژور را تغییر دهد، کسب و کاری نوپا که او از سال 2011 بر روی آن کار می‌کرد و شرکت را از یک ارائه دهنده نرم‌افزار (که عموماً توسط کاربران دزدیده می‌شد) به یک موتور رایانش جهانی تبدیل می‌کرد که قدرت پردازشی و ذخیره سازی آنلاین خود را به کسب و کارها اجاره می‌داد. از میان 100 کاندیدای موجود برای مدیرعاملی مایکروسافت، نادلا به دلیل توانایی، مهارت و تجربه‌اش در مهندسی توانست نظر هیئت مدیره و رئیس هیئت مدیره یعنی بیل گیتس را به خود جلب کند.

مایکروسافت حداقل 4 سال از کسب و کارهای ابری آمازون که درآمد سالانه آن به 4.6 میلیارد دلار می‌رسید، عقب بود. نادلا می‌دانست که هر گونه تغییر جدی و اساسی، مستلزم وارد کردن ضربه‌ای محکم به بخش ویندوز خواهد بود.

نادلا با واگذاری خرید بالمر یعنی نوکیا، 7.6 میلیارد دلار از بدهی شرکت کم کرد و 7800 شغل را در سال 2015 تعدیل نمود، نشانه واضحی که بیانگر خودداری او از رقابت مستقیم با گوگل و اپل در حوزه موبایل بود. اولین محصول او نسخه آفیس بود که برای سیستم عامل موبایل iOS اپل بهینه‌سازی شده بود. مایکروسافت سال‌ها از انجام چنین اقدامی خودداری می‌کرد، چون می‌ترسید که نرم‌افزارهای کاربردی بر روی آیفون و آپد موجب کاهش بیشتر فروش کامپیوترهای تحت ویندوز شود.

مدیران با تجربه مایکروسافت، روش نادلا را به " سایه نامحسوس" توصیف می‌کنند. او هرگز صراحتاً بخشی را تعطیل نکرد و یا مدیر آن را سرزنش نکرد، اما نیت اصلی‌اش همیشه مشخص بود. اولین ایمیل او به کارمندان بالغ بر 1000 کلمه داشت ولی در آن هیچ اشاره‌ای به ویندوز نشده بود. او بعدها نام خدمات ابری شرکت را به مایکروسافت آژور تغییر داد.

پیشروی به سوی خدمات ابری، چهره مایکروسافت را جوانسازی کرد و موجب بهبود روحیه کارمندان گردید. درآمد بخش خدمات ابری دلار افزایش یافت و همین موضوع خرسندی بسیاری از کارمندان را به دنبال داشت. خدمات ابری از نظر مفهومی به معنای تبادل دیجیتالی بیت‌ها هستند، اما معنای واقعی آن‌ها زیرساخت‌های فیزیکی است- مرکز داده‌ها با ابعادی به اندازه آشیانه هواپیما و کابل‌های زیردریایی که اطلاعاتی با حجم‌های پتابایت (هزار ترابایت) را رد و بدل می‌کنند. آمازون، مایکروسافت و دیگر بازیگران خدمات ابری این امکان را برای شرکت‌های دیگر فراهم می‌سازند تا نیازهای رایانشی خود را به این زیرساخت‌های گرانقیمت برون سپاری کنند، و در نتیجه چنین کاریست که نت‌فلیکس می‌تواند بدون نیاز به هزینه‌های هنگفت، محتوا و فیلم‌ها را به گوشی شما منتقل کند یا این که بانک‌ها می‌توانند میلیاردها تراکنش آنلاین را بدون نیاز به انجام پروژه‌های عظیم ساختمانی، از طریق سرویس‌های ابری پردازش کنند.

تا سال 2016، هیئت مدیره مایکروسافت از این موضوع نگران بود که سرعت این شرکت برای رسیدن به آمازون که در آن زمان دارای درآمد 12 میلیارد دلاری از خدمات ابری بود، کافی نیست. نگرانی از آنجا بود که کسب و کار نرم‌افزارهای سازمانی بتوانند سریعتر از خدمات ابری جدید خزانه شرکت را پر کنند. نادلا برای تمرکز کامل بر روی خدمات ابری، تغییرات سازمانی مهمی را اعمال کرد که اوج آن سال گذشته بود و شوک شدیدی را به کارمندان قدیمی مایکروسافت وارد کرد. تعطیلی کامل بخش ویندوز و تقسیم اعضای آن در تیم‌های آژور و آفیس اقدام مهم نادلا بود. از آن پس جنگ ابری با آمازون به اوج خود رسید: بازاری هر بهبود زیرساختی ابری و محصولات دیتابیس که از سوی آمازون معرفی می‌شد، نادلا تلاش می‌کرد تا همگام با این پیشرفت‌ها حرکت کند و با تخصیص میلیاردها دلار جهت خرید مراکز داده‌ها و استارت‌آپ‌ها، رقابت با این شرکت را حفظ نماید.

این تنها مهندسی خدمات ابری نبود که عقبتر از آمازون پیش می‌رفت، بلکه بخش فروش هم همین وضعیت را داشت. نادلا، جادسون آلتوف (Jundson Althoff) را به عنوان مدیر فروش منصوب کرد تا با استفاده از نرم‌افزار و خدمات مربوطه، به روبه فروش مجوزها بر اساس تعداد کارمندان در این شرکت پایان دهد. جدول‌بندی مجوزها کار

پیچیده‌ای بود و باعث می‌شد مشتریان احساس کنند که نماینده‌های فروش مایکروسافت شبیه حساب‌رسان درآمد داخلی هستند. آلتوف 3000 مهندس را به بخش فروش افزود، وظیفه آن‌ها نوشتن کدهای نمونه در ملاقات با مشتریان احتمالی بود.

محو کردن مرز میان مهندسی و فروش برای بهبود سطح ارتقاء محصولات مایکروسافت در برنامه کار قرار گرفت و همچنین تیم محصولات با مواردی که مشتریان از آن‌ها متنفر بودند، آشنا می‌شدند. وقتی مهندس با تجربه و کهنه کار- کوری سنדרز- به این گروه پیوست، نادلا به شوخی به او گفت: " 10 سال بود که مشغول خراب کردن آژور بودی، حالا باید راهی پیدا کنی تا آن را بفروش برسانی."

مایکروسافت درآمد آژور و یا سودآور بودن آن را فاش نمی‌کند، اما تحلیلگران می‌گویند که موقعیت رقابتی آن در حال پیشرفت است. سهم بازار این شرکت از خدمات ابری از 14 درصد در پایان سال 2017 به 17 درصد در پایان سال 2018 رسید، این درحالی است که سهم بازار آمازون به گفته محققان در مدت مشابه، همان 32 درصد باقی مانده است. اما سخنگوی شرکت آمازون می‌گوید که این شرکت با فاصله زیاد هنوز هم معروفترین تامین کننده خدمات ابری است.

مایکروسافت از ماه ژوئیه 5 خرده فروشی بزرگ را به جمع مشتریان خود اضافه نمود: Albertsons, Gap, Walmart و Walgreens. مدیر عامل شرکت Korger می‌گوید " شما واقعاً نمی‌توانید بگویید که چه کسی برای چه کسی کار می‌کند." این شرکت با کمک مایکروسافت مشغول ساختن فروشگاه‌های مفهومی با قابلیت نمایش قفسه‌های دیجیتال و تبلیغات مبتنی بر هوش مصنوعی است و به نوعی مشغول رقابت با فروشگاه‌های Amazon Go است. مهندسان مایکروسافت درون دفاتر Korger بر روی ایجاد این فروشگاه‌ها کار می‌کنند.

استراتژی نادلا باعث شد مایکروسافت از فرصت‌هایی عبور کند که برای دیگر بازیگران فناوری بسیار اغواکننده و وسوسه انگیز بودند، اما درواقع نتیجه‌ای در پی نداشتند. برای مثال، آمازون و گوگل تولید سخت‌افزارهای خودروهای خودران را دنبال کردند، اما مایکروسافت تصمیم گرفت به دنبال این کار نرود و در عوض تمرکز خود را بر روی ابزارهای تحلیلی و هوش مصنوعی که لازمه فروش فناوری خودروهای خودران است، بگذارد. به عنوان مثل، نیسان، فولکس واگن و بی‌ام‌و از فناوری مایکروسافت برای توسعه دستیار صوتی درون خودرو استفاده می‌کنند که می‌تواند به جای عبارت " سلام، الکسا" ی آمازون به " سلام، بی‌ام‌و" پاسخ دهد.

به هر حال، رویکرد نادلا نقاط قوت مایکروسافت را بار دیگر به رخ کشید. اگر به سخنان و برنامه‌های آینده مدیران مایکروسافت گوش کنید، متوجه می‌شوید که آن‌ها به آینده خود می‌بالند و بلند پروازی‌های زیادی در سر دارند. سخت است که از محصولات ابری عظیمی مانند Power BI, Azure Database for PostgreSQL, Dynamics 365 و سخن به میان بیاید و هنوز هوشستان سرچایش باشد و خسته نشوید. همه این‌ها بخشی از یک تجارت سودآور و خسته‌کننده هستند، اما برای مایکروسافت "سودآور و خسته‌کننده" تنها یک معنا دارد، "سودآوری".

منبع:

نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/are-network/16316/%D8%B3%D8%A7%D8%AA%DB%8C%D8%A7-%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%84%D8%A7-%D9%88-%D8%AE%DB%8C%D8%B2-%D8%A8%D9%84%D9%86%D8%AF-%D9%85%D8%A7%DB%8C%DA%A9%D8%B1%D9%88%D8%B3%D8%A7%D9%81%D8%AA-%D8%A8%D9%87-%D8%B3%D9%88%DB%8C-%D8%A7%D8%A8%D8%B1%D9%87%D8%A7>