

解开设给CIO的套[1] PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/141/2021_2022__E8_A7_A3_E5_BC_80_E8_AE_BE_E7_c29_141398.htm 日常生活消费遭遇陷阱，有3.15热线来维权；那么作为企业信息化建设，这个特殊意义上的"IT消费"来讲，遭遇欺诈之后，该怎样维权呢？生活中的陷阱五花八门，而企业信息化建设中也是八面埋伏。社会公众在喊出"天天3.15"的口号之后，作为企业信息化建设的主要负责人，脑子里也要绷紧一根弦：信息化建设不忘3.15。信息化建设中的陷阱，多数是设给CIO的一个"套"。套里套外，策划者是IT服务商，受伤的当然是被称作兄弟的"CIO"，而最后买单的就是无辜的企业了。见招拆招，细心的CIO其实也没必要乱了阵脚。骗子的招数纵然有变，其实也是万变不离其宗。再多的骗术也是围绕在利益和技术的背景下的。在这里通过一些善于设套的IT服务商的口，和一些精明CIO的眼，展示出一个个技术含量高低不同的陷阱。信息化的道路有例可循，陷阱的花样也有典可查。擦亮了眼睛，CIO可得看仔细了！拣了芝麻，丢了西瓜 买一赠一不是商场的专利，你看，一所高校的信息中心主任就尝到了这个苦果。四年前，学校要采购一批服务器。消息传出后，IT厂商纷纷前来推销。好多知名品牌的产品没有吸引这位主任，但唯独有一个厂商的促销打动了他只要加1元钱就送一台服务器。仔细询问了配置，都是那个厂商的正宗产品，不是水货也不是伪劣。这么省钱的事情真是天上掉馅饼啊！几乎没有犹豫，两家就签了合同。一晃两年了，产品的服务承诺期过了，一些配置也该换一换了，应用软件也该升级了。这个主任

又找到了那家厂商，以为还能再有个好合作。结果他被告知，现在没有优惠了，要买只能是原价购买，升级、维护也都是收费的。仔细一算，算出一个天文数字来。找厂商理论吧，但厂商说，他们拥有活动最终解释权。以小利诱之，放长线吊大鱼。厂商先用诱饵吸引用户。机器的排它性决定了产品的升级换代都需要同一厂商的产品。当用户上钩，过了服务承诺期之后，厂商就露出了牟取高利的本来面目。升级换代是可以的，维护也可以，但是要收费的。他们光明正大地将大笔配件费用等后续开销统统揽入自己的腰包，买家这才明白当初一时贪小利，却惹来了后续的麻烦。天下没有免费的午餐，精明的厂商更不会做赔本的买卖。CIO们千万要牢记：有悖常理的牌，一定不要接！高手打前锋，低手来断后

业界有一个公开的秘密，在IT厂商中，技术水平和销售能力等各方面都很优秀的人才会做"售前"工作，而新手做的工作是签了单子之后的具体实施。可以这么说，"售前"人员是一个IT公司的门面。不明就里的人往往会被蒙蔽了双眼。2004年，新东方实施全国财务系统。据CIO官冲介绍，当时来做售前的人员是几个素质很高的咨询人员，新东方的人一致看好缘于对这些售前人员的欣赏。但等签完单子，在系统实施的时候，人员发生了很大的变化。在经过多次和厂家协调之后，才达到了新东方的要求。像这种情况，官冲形象地用了一个比喻："企业信息化建设就像家庭装修房子。你不但要选择有品牌的装修公司，更重要的是你要选择一个优秀的装修队伍，否则你不会比自己装修省心。"被售前蒙蔽双眼的事情，相信不止官冲一人运气不好？100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com