

Adobe LiveCycle maakt PDF's tot communicatiekanaal

CREËEREN, UITROLLEN EN METEN

Adobe is niet het eerste bedrijf waaraan je denkt als het om klantprocessen gaat. Sommigen denken bij het horen van die bedrijfsnaam aan bijvoorbeeld Flash en Photoshop, maar de meesten denken direct aan het PDF-formaat voor digitale documenten. De PDF evolueerde in de 17 jaar van zijn bestaan van digitaal lees- en printdocument tot een volwassen interactief communicatiekanaal. Het platform Adobe LiveCycle verenigt creatie, beheer en interactie rond de PDF en koppelt deze aan de bedrijfsprocessen.

Door Hans Lamboo

Softwaregigant Adobe – goed voor een jaaromzet van zo'n 3 miljard dollar – ontwikkelde 27 jaar geleden Postscript, een printtaal om digitale documenten op papier te krijgen. Rondom Postscript ontwikkelde zich een aantal verschillende markten, die door Adobe bediend werden met op elke specifieke markt toegesneden software. Voor Adobe is de creatieve markt nog steeds een belangrijke. Hier worden softwarepakketten als Photoshop, Illustrator, Premiere, InDesign en Dreamweaver aangeboden. Het is een volwassen retailmarkt waar de gebruikers – zowel professionals als consumenten – de Adobe-producten en hun mogelijkheden goed kennen.

Een tweede doelgroep waar Adobe zich op richt, naast de creatieve professionals, zijn de kenniswerkers. Zij maken veelal gebruik van de hele familie van Acrobat-producten: de Reader, maar ook de tools om PDF's te kunnen bewerken, uitgebreid met steeds meer online-diensten, zoals Acrobat.com. Het PDF-formaat zelf is niet langer meer een standaard van Adobe. Adobe heeft PDF vrijgegeven aan ISO waardoor het nu een ISO-standaard is geworden. De derde doelgroep zijn enterprise organisaties. Hier richt Adobe zich voornamelijk met haar LiveCycle producten op. Dit is een gamma van servergebaseerde producten. LiveCycle automatiseert workflows en bepaalde processen die te maken hebben met documenten. Hier speelt ook Adobe Connect een rol.

Dit is een *collaborative tool*, een platform dat mensen die zich fysiek op verschillende locaties bevinden laat samenwerken door middel van webconferencing (met een op Flash gebaseerde interface) maar bijvoorbeeld ook eLearning faciliteert. De Acrobat, Connect en LiveCycle productportfoli'o's hangen nauw samen met elkaar omdat ze allemaal te maken hebben met het efficiënt organiseren van workflowprocessen en de samenwerking tussen mensen bevorderen. Een vierde doelgroep waar Adobe zich op richt zijn de designers en ontwikkelaars die zich bezig houden met het ontwikkelen van RIA's. Daar worden producten van Adobe zoals Flash Player, Flash Builder en Flex voor gebruikt.

In oktober 2009 nam Adobe Omniture over, leverancier van web analytics software en wordt er druk gewerkt aan de integratie van deze software in de verschillende Adobe producten.

“Om kort te gaan,” zegt Kris Cole, Managing Director Adobe Systems Benelux, “als je deze activiteiten naast elkaar legt, zie je dat Adobe content kan aanmaken, uitrollen, en meten wat er met de informatie gebeurt. Dat alles draait eigenlijk om één belangrijk element: de menselijke gebruiker. Ons PDF-formaat wordt door iedereen gebruikt, privé of zakelijk, creatief of consumptief, man, vrouw, hoog- of laagopgeleid, jong en oud. Dat is een sterke troefkaart die we in handen hebben. En daar zijn we trots op. De kennis die Adobe in de afgelopen 27 jaar heeft opgedaan omtrent de optimale presentatie van content brengen we nu naar de Enterprise.”

Gebruikercentrisch

Adobe stelt al heel lang de gebruiker centraal. Dat is in de markt zeker niet altijd gebruikelijk geweest, stelt Cole. "Kijk naar de ERP- en CRM-systemen, dat zijn applicaties die het resultaat zijn van procesgedreven denken. Ik heb een proces en dat ga ik automatiseren, of ik daar nu 20 schermen voor nodig heb maakt me niet uit, want mijn proces vereist dat. De gebruiker moet zich vervolgens door die 20 schermen heen slepen om een eigenlijk vrij eenvoudig proces door te werken. Klik next, ok en verder – als gebruiker raak je daar flink gefrustreerd van. We zijn die tijd echt voorbij. We moeten toe naar een omgeving waarbij we bij het uitwerken of optimaliseren van bedrijfsprocessen uitgaan van de positie van de gebruiker." Die tendens is ingegeven door de markt, stelt hij. De gebruikers zien zich buiten de bedrijfsomgeving geconfronteerd met fenomenen zoals YouTube, social networks en twitter, allemaal omgevingen die zich volledig richten op de gebruiker. "De gebruiker heeft te allen tijde toegang tot alle soorten informatie, maar hij beslist zelf welke soort informatie hij wil ontvangen. Hij kan zijn eigen profiel aanmaken, dan krijgt hij de daaruit volgende content, dat soort berichten, die tweets. De gebruiker beslist. In een professionele bedrijfsomgeving is dat niet zo. Er wordt een applicatie gemaakt en die wordt aan alle gebruikers op dezelfde manier uitgeleverd. Maar ik constateer dat men daar in het bedrijfsleven langzaam vanaf aan het stappen is."

Adobe noemt gebruikercentrische applicaties CEM, Customer Experience Management-oplossingen, gericht op interactie met zowel interne als externe klanten. Het is niet zo moeilijk om dat binnen de muren van een onderneming te realiseren, constateert Cole. "Omdat je daar controle hebt over de IT-omgeving. Je weet wat de standaard PC of laptop is, welke configuratie ze hebben en welke versies van welke agents en clients erop staan. Je beheert die omgeving immers centraal. Het wordt natuurlijk helemaal anders als je met de externe wereld wilt gaan communiceren, of dat nu een bedrijf is of een individu. Een bank weet van zijn klanten alleen dat ze een soort *token* hebben om zich aan te melden, maar heeft geen idee van de omgeving van waaruit dat gebeurt. Dat kan vanuit huis zijn, kantoor, de bibliotheek of een internetcafe. Het kan een Apple zijn, een PC, een Linux-omgeving. Als bank weet je dat allemaal niet en dat is een grote problematiek. Hoe bereik je interactie met al die mensen met al die verschillende configuraties? Neem alleen al de vele internetbrowsers die op dit moment gebruikt worden, zoals bijvoorbeeld Firefox, Opera, Safari, Internet Explorer, Google Chrome en dan ook nog allemaal in verschillende versies. Om als bank, of welk ander bedrijf dan ook, zelf een interactieve applicatie te ontwikkelen die in al die willekeurige omgevingen goed werkt, dat is een ware nachtmerrie."

Wat Adobe zo bijzonder maakt, is dat ze twee readers met een enorme marktpenetratie hebben: Flash-player staat op 98 procent en Acrobat Reader op bijna 90 procent van de inter-



Foto: Arjen van den Berg.

Marcel van Espen (l.), Sales Engineer, en Kris Cole, Managing Director bij Adobe.

net-computers wereldwijd. Daarnaast heeft Adobe een nieuwe client die de naam AIR (Adobe Integrated Runtime) draagt, die op een desktop geïnstalleerd zich ontpopt als webapplicatie die lokaal kan worden opgestart en vervolgens een verbinding tot stand kan brengen met een bedrijfsapplicatie.

"Flash, Reader en AIR zijn cross-platform. Het maakt niet uit of ze draaien op de Apple, de PC, Windows, Linux of wat dan ook. We hebben anno 2010 bovendien te maken met mobiele devices en zelfs televisies. Daar hebben wij onze client-software compatibel mee gemaakt. Onze readers zijn ook nog eens *cross-device*. Als je als bedrijf dus een bepaalde dienst wilt uitrollen waarbij het belangrijk is om een rijke gebruikerservaring aan te bieden, dan is het platform van Adobe de ideale keuze," concludeert Cole.

Voor met Adobe gecreëerde documenten klinkt dat volkomen logisch. Maar hoe zit dat met bestanden in andere formats, zoals bijvoorbeeld Word of Excel? In de eerste plaats is het erg onverstandig om bestanden in dergelijke formats als communicatiekanaal buiten de firewall te gebruiken, stelt Marcel van Espen, Sales Engineer Adobe Systems Benelux. "Niemand stuurt zijn klant een offerte in Word. Daarnaast bouw je een dossier op van de klant. Die informatie wil je toch niet in de oorspronkelijke formats versturen. Je zorgt ervoor dat je ze beschikbaar hebt in een formaat dat je gemakkelijk en veilig kunt uitwisselen. Dat kun je bijvoorbeeld doen door gebruik te maken van PDF."

Meten

Tijdens het gesprek is een aantal malen gerefereerd aan banken, maar ook verzekeraars en overheidsinstellingen zijn een dankbaar gebruiker van Adobe LiveCycle, zoals het ministerie van VROM, de belastingdienst en de Europese Commissie. “De overheid is enige tijd geleden van start gegaan met een programma ‘Eén logo’ met de bedoeling om de huisstijl te harmoniseren,” vertelt Cole. “Het ministerie van VROM is aangevoerd als pilot-project. Dat ministerie maakt al lange tijd alle documenten in PDF met Adobe Creative Suite en kent onze producten dus goed. Een van de nieuwe behoeften was dat sommige van die documenten interactieve formulieren moesten worden. Formulieren die de gebruiker gewoon kan invullen zonder speciale kennis en zonder speciale downloads, maar waarbij hij alleen die velden kon ingeven die door VROM bepaald zijn. Vroeger werden de formulieren door de klanten gedownload, uitgeprint, ingevuld en gefaxt, met uiteraard allerlei notities in de marges en doorhalingen in de tekst. Dat wilde men bij VROM natuurlijk niet meer. Ze willen één bepaalde dataset ontvangen die vooraf is gevalideerd en gecontroleerd. Daarvoor hebben we nu LiveCycle geïmplementeerd.” Alle formulieren beantwoorden aan een vooraf vastgesteld canvas, met centraal beheer in een repository van alle componenten, zoals bijvoorbeeld een vooraf gedefinieerd adresblok, de plaats van het logo, en de verschillende variabele content-elementen. LiveCycle voegt deze dynamisch samen als er een formulier moet worden gegenereerd en stelt het formulier zodanig beschikbaar via het internet, dat de klant het kan downloaden, lokaal kan invullen en bovendien ook kan opslaan in de Reader – iets wat normaal niet kan. Nadat de klant het ingevulde formulier heeft teruggestuurd worden de gegevens automatisch uit het formulier gehaald en verwerkt.

“Een mooi voorbeeld van dynamiek is bijvoorbeeld de vraag ‘Gezinssamenstelling’. Op de oude formulieren stond daar ‘Kinderen’ met drie lijnen daaronder. Lastig als de burger er meer dan drie heeft, zinloos als hij geen kinderen heeft. In de LiveCycle-formulieren staat nu ‘Aantal kinderen’. Vult men een aantal in dan verschijnen er evenzovele vakken voor de gegevens van de kinderen; bij nul verschijnen er in het geheel geen invulvakken,” legt Cole uit. “De gebruiker staat centraal, we maken een proces waarbij de gebruiker door de verschillende stappen wordt geloodst, maar we houden ons aan één huisstijl, één logo. Dat is een mooi voorbeeld uit de overheids-sfeer.” Van Espen voegt daaraan toe: “Het PDF-formaat is bij de ministeries al standaard, omdat het uitgangspunt is dat alles wat je op het scherm ziet er op papier precies hetzelfde moet uitzien. Ze gebruiken de PDF-bestanden dus ook voor gedrukte formulieren, zelfs voor de traditionele doordruksets. Gedrukt of op het web, ze komen allemaal uit dezelfde technologie.”

Een ander aspect is dat exact gevolgd kan worden wat er met de PDF gebeurt. “Dat was al erg handig in interne processen

en dus ook in processen waar externe partijen bij betrokken zijn,” licht Van Espen toe. “Op de oude manier, met mailtjes en Word-documenten, kon je intern nog even je collega bellen om navraag te doen, maar extern moest er een briefje worden geschreven aan een klant van ‘ik mis uw kopie-paspoort’ of ‘u heeft de bouwtekening niet correct toegevoegd.’ Meestal stopt dan het proces tijdelijk tot de klant reageert. Dat is een kwestie van afwachten. Van een PDF kunnen we precies zien wat ermee gebeurt vanaf het moment van creatie tot het moment van ontvangst. We kunnen zover gaan dat we kunnen zeggen: de klant heeft deze brief nu ontvangen, geopend, geprint, dus het is niet zo’n gek idee om na een dag eens te bellen en te vragen of hij het al heeft ingevuld. Dat bekort de pauze in het proces aanzienlijk en maakt bovendien de klant tot onderdeel van het bedrijfsproces – en dat allemaal via een PDF. Dat is een sterk punt, want je doet dat zonder de klant toegang te geven tot het domein achter je firewall.”

In de financiële wereld kent men nog geen digitale handtekening; bij de overheid bestaat inmiddels de DigiD. Tot dat moment moeten er formulieren worden geprint, opgestuurd, ondertekend en teruggestuurd. “Dat houdt de processen telkens weer enorm op. Er komt weer papier binnen, dat moet weer worden gecheckt en ingevoerd, het proces moet worden opgestart. Daar kan Adobe toegevoegde waarde bieden – omdat de oplossingen in staat zijn om informatie die digitaal is ingevuld en op papier staat zonder OCR of menselijke tussenkomst volledig digitaal te maken.”

Customer Experience

Ook de analisten van Gartner Research noemen en roemen Adobe. Zij vinden het product zeer aansprekend door de rijke integratie van documenten en RIA's (Rich Internet Applications). Ze prijzen de manier waarop ongestructureerde content in de context van business processen wordt gehangen en de visie om tools en diensten te verstrekken om workflows te bouwen die gebaseerd zijn op Customer Experience. “Inderdaad,” vult Cole aan, “wij willen geen geautomatiseerd proces tussen twee applicaties waar geen enkele menselijke activiteit in het spel is. Dat is niet onze markt, daar zijn andere technologieën voor. Wat Adobe wil bereiken is dat wordt uitgaan van het ontwikkelen van een interface, die competentie koppelen aan iemand die een bedrijfsproces modelleert waarbij de uitkomsten automatisch een ingewikkeld proces opstarten, zonder dat de gebruiker daar weet van heeft.”

Zo is de PDF in de 17 jaar van haar bestaan geëvolueerd. Het is niet langer alleen een document dat gelezen kan worden op een beeldscherm, doorgestuurd of geprint kan worden. Het kan niet alleen meer informatie presenteren, maar het creëert ook interactie met de ontvanger en maakt het communicatieproces tussen partijen volgbaar, meetbaar en uiterst efficiënt.

Hans Lambou is hoofdredacteur van Business Process Magazine.