



BiTA Service Management
Gamla Brogatan 11
111 20 Stockholm
www.bitau.eu

MULTIPLATTFORMAR STÄLLER KRAV PÅ DIN STRATEGI OCH LEDNING

Mats Voxlin, managementkonsult

8 november 2017





DET FINNS

NUMERA MÄNGDER AV PLATTFORMAR

som konkurrerar om att ge vår organisation IT-stöd för alla våra behov. Sedan ett antal år tillbaka arbetar flertalet spelare med att försöka nå den ultimata allsidiga IT-lösningen där vi med hjälp av diverse moduler kan välja precis det vi önskar oss. Här finns stöd för ekonomi och finans, projekthantering, ITSM – allt vad begreppet innebär, tidsskrivning, kund- och leverantörsuppföljning, orderhantering etcetera.

Strategin från tillverkarnas sida känns tydlig och är enkel att förstå: en verklighet där kunden i princip bara behöver ett IT-system för att hantera nästan alla behov av IT-stöd. Att som leverantör ha ett antal, gärna stora kunder, som genom detta val lägger alla sina ägg i leverantörens korg och därigenom blir beroende av den leverantören, torde vara varje leverantörs dröm. Kostnader vid ett eventuellt leverantörsbyte blir i det närmaste astronomiska.

Fördelarna från köparens sida innebär exempelvis goda integrationsmöjligheter när dessa systemlösningar fungerar som avsett. Andra fördelar är mer enhetliga användargränssnitt, lägre utbildningsbehov, möjlighet till effektivare arbetsprocesser, bättre förutsättningar för budgetering av IT-kostnader etcetera. Genom moduluppbyggnaden kan köparen, i alla fall i teorin, anpassa sin lösning efter organisationens behov och kan därmed erbjuda stor teknisk flexibilitet såväl som en ekonomiskt optimerad lösning. En del leverantörer erbjuder också avancerade varianter som ett sätt att nå organisationer i olika storleksklasser eftersom dessa systemlösningar annars blir komplexa i sitt grundutförande och för dyra för mindre organisationer.

Med andra ord ser den här situationen ut att kunna erbjuda ett utmärkt exempel på ett vinn-vinn förhållande där både köpare och säljare borde ha goda förutsättningar att bli nöjda.

Hur ser verkligheten ut avseende detta? Det varierar avsevärt. Exempel på det ideala scenariot finns, ingen tvekan om det, men det finns också många köpare som inte får sina förväntningar uppfyllda.

De flesta, för att inte säga alla system av den här karaktären, har sitt ursprung inom ett eller i bästa fall några specifika områden. Det betyder normalt att varje leverantör är starkare inom de ursprungliga delarna medan de delar som utvecklats senare, utifrån den huvudsakliga ambitionen att bli heltäckande, lätt tenderar att bli mindre konkurrenskraftiga. Det är som bekant inte lätt att vara bäst eller ens riktigt bra överallt, särskilt inte eftersom målet från början sällan var att skapa en multiplattform. Systemens komplexitet är också en risk i sig, ju mer komplexa system desto svårare att skapa bra lösningar och desto mer omfattande och riskabla blir införandeprojekten.

Licensfrågan är en annan intressant fråga då licensmodellerna ofta är utformade på ett ytterst intelligent och komplext sätt. Tyvärr, från köparens perspektiv, då intelligent från säljarens sida. Det medför att det i praktiken kan bli knepigt att uppnå önskade kostnadsfördelar kopplade till att kunna välja bara de moduler det finns behov av samt kunna skala lösningarna efter organisationens behov.

Vad är då nyckeln till framgång i denna situation och hur kan vi göra ett optimalt val samt nå de fördelar som dessa lösningar har potential att erbjuda? Det finns ett antal aspekter som bör beaktas av köparen för att minska risken att gå fel i dessa sammanhang.

Första nyckelordet heter - *strategi*. Det är bara genom en väl genomarbetad strategi, som dessutom efterlevs, som vi långsiktigt kan närma oss de fördelar vi eftersträvar.

Hur sätter man som organisation en bra strategi i denna situation? Det enklaste är självklart att börja från ruta ett. Då kan vi söka den optimala lösningen helt utan att ta hänsyn till gjorda investeringar och på så vis få en avsevärt enklare process. Tyvärr ser verkligheten i princip aldrig ut på det sättet eftersom vi normalt sitter i en befintlig IT-struktur. Vi sitter dessutom ofta med flera olika multiplattformar representerade och i inarbetade arbetssätt samt processer.

En förstudie som grund för strategin bör alltid genomföras och den bör svara på ett antal frågor: organisationens aktuella behov av IT-stöd, hur mycket är redan investerat i olika lösningar, planerna för organisationen framöver, befintliga processer och arbetssätt samt deras flexibilitet. Avseende befintlig teknikplattform missa inte de kostnader som är förknippade med förändringar i denna.

Med förstudien som stöd och med en etablerad metod för utarbetande av en IT-strategi, sådana finns, så blir strategin en helt avgörande del i detta arbete.

Ett annat viktigt ord i detta sammanhang är – affärsdrivet. Med detta avses att det är kostnaden satt i relation till det samlade långsiktiga affärsvärdet som är avgörande för denna typ av beslut. Detta kan inte nog påpekas då det ofta tenderar att bli teknikintressen som styr. Ofta ses den här typen av frågor mer som IT-frågor än verksamhetsfrågor och därför genomförs förstudien av personer med starka tekniska preferenser. Alternativt får dessa i slutändan också ett väldigt stort inflytande på slutresultatet. Observera att felaktiga tekniska val kan bli nog så kostsamma därmed är denna aspekt viktig och bör självfallet beaktas. Emellertid väljs lösning i huvudsak utifrån vad som anser vara mest spännande och sexigt ur ett tekniskt perspektiv, då är man dock farligt ute. Dessutom tenderar man ofta att ”justera” kalkylerna för att nå sitt önskade teknikval, medan frågor om hur arbetsprocesser i stort optimeras och vad organisationens övergripande syfte och mål är med investeringen ofta glöms bort.

Avslutningsvis och det allra viktigaste – ledning. Det är ledningens ansvar att organisationen tar fram en strategi och att den är kvalitetssäkrad. Det senare säkerställs genom att använda en etablerad metod för framtagning av affärsdriven IT-strategi vilket bland annat ska säkerställa en bred representation från affärssidan.

Utan en ledning som är väl förankrad och tydlig ägare av organisationens IT-strategi når man inte fram. En engagerad ledning driver strategin framåt även om den stöter på motstånd, vilket är ett krav för att kunna nå framgång. Exempelen på där ledningsfunktioner backar eller slirar avseende strategin, så snart denna upplevs som kontroversiell inom delar av organisationen, är tyvärr alltför många.

I detta sammanhang är det också viktigt att organisationen är beredd att anpassa sina arbetssätt och processer utifrån det verktyg som väljs. Ska de fördelar som finns med den här typen av lösningar verkligen kunna realiseras måste ord som standardsystem, out of the box etcetera bli mer än tomma ord. Här är ledningens inställning och förmåga att styra helt avgörande. Får var och en fortsätta som tidigare efter lite diskussioner blir detta lätt en kostsam resa där organisationen som helhet blir förloraren.

Detta betyder såklart inte att en strategi inte kan förändras då förhållanden som är relevanta gör det. Dock är motståndet allt för ofta grundat på egenintressen och avsaknad av helhetssyn vilket är helt avgörande för resultatet. Därmed är det viktigt med en ledning som vågar stå upp för strategin. **Finns det en väl genomarbetad IT-strategi baserad på affärsdrivna beslut samt en beslutsam konsekvent ledning ökar sannolikheten avsevärt för ett lyckat införande och en kostnadsoptimal lösning för organisationen.**



#BiTAtalks

UTVECKLAR BILDEN AV LÄRANDE GENOM ATT BIDRA TILL KUNSKAP OCH INSPIRATION

#BiTAtalks är BiTAs koncept för att bidra till kunskap och lärande via virala medier. Formatet är enkelt, tillgängligt och utgår ifrån användaren.

Att video och ljudformatet är smarta och lämpliga sätt att sprida kunskap på vill vi på BiTA ta fasta på. Dessutom tror vi starkt på att genom att dela med sig av sin kunskap kommer vi inte bara bidra till våra kunders eller lyssnares lärande utan även vår egen kunskapsutveckling.

#BiTAtalks kan omfatta ljud- och videopoddar inom våra kompetensområden eller andra aktuella frågeställningar, våra kunskapsfrukostar som vi tillgängliggör på Youtube, seminarier eller andra typer av klipp via virala medier. Ytterligare viktiga faktorer i vårt #BiTAtalks-koncept är vår blogg och våra whitepaper. I dessa format sprider vi vår kunskap och delar med oss av våra erfarenheter. Det viktiga med #BiTAtalks är att vi kan bidra till att sprida tankar och idéer när och där du vill.