

arsando

magazine 02:08

Fokus

INFORMATION MANAGEMENT

Får du rätt information i rätt tid för att ta de kritiska besluten? De som är bäst på att hantera information kommer att bli vinnare på framtidens marknad där förändringarna kommer allt snabbare.

Katarina Graffman om Internetgenerationen:

Bara äkta duger



Östra Göinge flyger mot nya mål(n)

Med hjälp av Acandos Flygning lyckades Östra Göinge kommun, på bara en vecka, skapa och måla upp en framtidsvision till år 2015 för kommuninvånarna.

sidan 4

SMART system på Vasakronan gör livet enklare!

Vasakronan AB har gjort ett omfattande systembyte som inte bara resulterat i nöjdare kunder. De har blivit fler.

sidan 12

Birgitta Klasén – ny ledamot i Acandos styrelse

sidan 7



Långsiktigt samarbete förverkligar långväga drömmar



Fritidsresor förbättrar kontinuerligt IT-stödet för att realisera sina kunders semesterdrömmar på ett så effektivt och kreativt sätt som möjligt.

sidan 14

Oroliga tider kräver bättre kartor

Det makroekonomiska läget i världen är turbulent. Och det förväntas att inte begränsas till en kris i den finansiella sektorn. Följefekten är i dagsläget svår att överblicka. Att konjunkturen saktar in råder det inte längre några tvivel om, men hur lång eller djup svackan blir vet ingen.

Det vi däremot vet är att vi i svagare konjunkturskeden mer än någonsin behöver detaljerade kartor över verkligheten. För att kunna fatta snabba och tydliga beslut krävs utförliga beslutsunderlag. Vi behöver få fram information om produkt- och kundlönsamhet såväl som operativa nyckeltal inom produktion, logistik och försäljning.

Beslutsstödsprojekt har vanligtvis en kort återbetalningstid och vi märker redan att våra kunder prioriterar den här typen av lösningar. Det vi också noterar är att projekt för bättre verksamhetsstyrning integreras allt oftare med affärssysteminitiativ. Det kommande konjunkturläget kommer troligtvis att snabba på den här processen mot fler investeringar som stödjer ett bättre och snabbare beslutsfattande.

Mot bakgrund av detta blir samarbetet med våra strategiska partners ännu viktigare. I det här numret beskrivs den spännande resa vi har gjort tillsammans med Microsoft som detta år har kulminerat i flera åtråvärda utnämningar och priser, bland annat inom beslutsstöd och affärssystem. Vi är mäktigt stolta över att ha vunnit .NET award för en av våra BI-lösningar och vår utnämning till årets Dynamicspartner.

Läs också om hur information management ökar konkurrenskraften hos Fritidsresor och Vasakronan och om hur Östra Göinge kommun, med vår starthjälp, har flugit mot nya mål.

Missa inte heller intervjun med Katarina Graffman, som är antropolog inom kommersiell mediekultur. Hon berättar om hur vi bäst kommunicerar med den viktiga målgruppen ungdomar och hur de ser på information.

Lars Wollung, vd Acando



Acando tillhör Microsofts **innersta krets**

Varje år premierar Microsoft sina bästa partners genom att erbjuda dem plats i sina globala partner- och kompetensforum. I juli hedrades Acando med ett exklusivt medlemskap i både Dynamics Presidents Club och Inner Circle. Acandos erkännande är resultatet av ett starkt kundfokus och framgångsrika marknadsprestationer i Europa.

– Acando imponerar på många sätt, men framförallt genom företagets kloka och målmedvetna strategi. De har lyckats med det svåraste av allt, nämligen att våga fokusera och nischa sig mot den tjänsteorienterade delen på marknaden vilket skapar stora kompetens- och kundfördelar, framhåller Lennart Gren, affärsområdeschef för Dynamics på Microsoft.

Sveriges bästa Microsoft Dynamics AX Partner

Medlemskapen i Dynamics Presidents Club och Inner Circle är lika mycket utmärkelser som medlemskap och dessa omprövas varje år. För att få stanna kvar i forumen ställs hårda krav på strategi, ökad kundtillfredsställelse, försäljnings- och marknadstillväxt samt kompetens. Acando fick utmärkelserna och medlemskapen på Microsoft Worldwide Partner Conference 2008, i Houston, som pågick 7–10 juli.

– Vi vill i första hand premiera de partners som visar störst kundengagemang och bäst tillväxt på Dynamics-plattformen. Men det räcker inte att ha världens snabbaste försäljningstillväxt. Du måste öka din marknadsandel också, vilket innebär att vi i första hand tittar på nyförsäljningen, understryker Lennart Gren och fortsätter:

– Acando har under flera år satsat hårt på Microsoft Dynamics, som en strategisk del av deras erbjudande. Under föregående räkenskapsår har detta betalat sig i form av ett flertal tongivande affärer inom områden som ERP och CRM. Detta har givit Acando en plats bland världens mest framgångsrika Dynamics-partners. Dessutom har vi etablerat flera vertikala samarbeten med Acando, bland annat inom Professional Services, vilket skapar förutsättningar för fortsatta framgångar.

Microsoft har omkring 10 000 Dynamics-partners över hela världen. Av dessa utses endast 5 procent till Dynamics Presidents Club och knappt 1 procent ryms i den exklusiva klubben Inner Circle. I Sverige är bara två partners med i dessa forum och Acando är nu en av dem. Under konferensen Microsoft Dynamics Partnerdag 2008, i Stockholm den 4 september, utsågs Acando även till Microsofts främsta Dynamics AX Partner i Sverige.

ACANDOS PARTNERSAMARBETEN

Ett av fundamenten i Acandos långsiktiga strategi är att kunna erbjuda kunderna kompetens och lösningar på en allsidig och bred teknik- och lösningsplattform. Därför har företaget strategiska samarbeten med flera av marknadens ledande teknikleverantörer inom affärssystem, informationshantering, integration, systemutveckling och processflöden. Microsoft och SAP är Acandos närmaste strategiska partners med ett heltäckande utbud. Därutöver har Acando nära samarbete med IBM, SAS Institute, HP, Oracle, Software AG, EMC, Infor, SeeBurger, Qliktech och Kineticsware med flera.

– Det är fantastiskt att få ett kvitto på vårt kundengagemang, där vi alltid strävar efter att hjälpa våra kunder att få full avkastning på deras systeminvesteringar. Vi är stolta över att få fortsätta på den inslagna vägen mot större framgångar tillsammans med Microsoft och våra kunder, säger Lars Wollung, vd på Acando.

– Vi har konsekvent och målmedvetet arbetat de senaste åren utifrån visionen att Acando ska vara »the place to be« både för Microsoft Dynamics-kunder och konsulter. Detta, tillsammans med hård prioritering och fokusering, har lett fram till våra framgångar. Vi upplever hög efterfrågan på våra Microsoft

Dynamics-erbjudanden och en stark attraktionskraft som arbetsgivare. Detta bekräftas av våra försäljningsframgångar, vår låga personalomsättning och starka tillväxt. Vår enskilt största utmaning idag är att ytterligare öka vår leveranskapacitet då vi bedömer att vi står inför en starkare efterfrågan och ökande marknadsandelar på alla våra marknader, säger Mattias Englund, Business Area Manager Microsoft Dynamics på Acando.



Världsledande kompetensbank

Medlemskapen i Dynamics Presidents Club och Inner Circle har långt

större betydelse för Acando än att några nya diplom kan hängas på väggen. För det första får Acando betydligt större inflytande över Microsofts vidareutveckling av Dynamics-plattformen, både på ett tekniskt och affärsmässigt plan. För det andra får Acando tillgång till, inte bara Microsofts vassaste tekniker och affärsutvecklare, utan även övriga världsledande partners kompetens som finns i Microsofts forum. För det tredje spiller resurs- och kompetensförstärkningen givetvis över på Acandos kunder, som i förlängningen får bättre lösningar och skickligare konsulter.

– Medlemskapen ger oss tillgång till Microsofts kompetenskärna och andra specialresurser inom Dynamics-plattformen. Det innebär till exempel att vi får bättre kompetensstöd i säljprocessen och vid kundleveranser samt att det skapas nya affärsmöjligheter. Möjligheten att diskutera lösningar med andra globalt ledande Dynamics-partners i forum kommer också att stärka vår kompetens, konstaterar Mattias Englund.

Microsoft anordnar regelbundet konferenser och utvecklingsmöten för medlemmarna i Dynamics Presidents Club och Inner Circle. Syftet är att medlemmarna ska kunna utbyta erfarenheter och kompetens i ett exklusivt forum. Microsoft ordnar också möten för att få ta del av medlemmarnas synpunkter och kunskaper med syfte att förbättra lösningar, marknadsföring och partnerprogram.

Acando gör årets Dynamics-affär

På Microsoft Dynamics Partnerdag 2008 fick Acando ta emot ytterligare ett pris för att ha genomfört Årets Dynamics-affär 2008. Det gäller en mycket omfattande och nydanande CRM-lösning Acando har fått i uppdrag att utveckla på Dynamics-plattformen.

– Acando ligger i täten inom Microsoft Dynamics CRM i Europa och har i år lyckats knipa ett av de mest spännande CRM-projekten i Sverige. På Microsoft följer vi med spänning hur projektet kommer att utvecklas från fröstadiet till färdig lösning. En av faktorerna bakom Acandos framgångar inom CRM tror jag är att Acando lyfter CRM till en högre nivå genom att integrera sina managementtjänster i erbjudandet, poängterar Lennart Gren.

Östra Göinge flyger mot nya **mål(n)**

Med hjälp av Acandos Flygning lyckades Östra Göinge kommun, på bara en vecka, skapa och måla upp en framtidsvision till år 2015 för kommuninvånarna. Flygningen lade grunden för kommunens strategiska arbete med att vända utflyttningstrenden och skapa en attraktivare kommun med stolta göingar.



– Femtontusen stolta göingar, för att vara mer exakt! Det är vårt huvudmål i Vision 2015. Så många har vi varit tidigare och så många ska vi bli igen. Det innebär en tillväxt med drygt ettusen invånare på knappt sju år, säger Erik Lidberg, kommunchef på Östra Göinge kommun.

Östra Göinge har, som så många andra industrikommuner, haft problem med att företag försvinner och därmed arbetstillfällena, vilket leder till utflyttning. Bland annat gjorde Scania sina växellådor här tidigare (i Sibbhult), men nu är tillverkningen flyttad till Södertälje. Även Tarkett, som är en stor arbetsgivare i Göinge, har skurit ned på verksamheten. För att vända trenden behöver kommunen ta nya krafter och hitta lösningar som får

både företag och människor att vilja stanna eller flytta hit. Flygningen med Acando gav startskottet.

– Vi har fått kvitto på att de boende och företagarna i kommunen tycker att visionsarbetet är oerhört viktigt, framhåller Erik Lidberg, och fortsätter:

– I en medborgarundersökning, som under våren gick ut till ettusen göingar, lyftes det fram av väldigt många att en kraftsamling för framtiden är nödvändig för att vi ska bli fler. I en motsvarande enkät, till 161 företagare, konstaterar ca 70 procent av de svarande att visionsarbetet är viktigt eller mycket viktigt för utvecklingen av deras företag.

Kraftsamlingen har nästan omgående givit resultat, bland annat genom placeringen av ett nytt kontor i kommunen för landsbygdsutveckling för Skåne Nordosts sju kommuner. Nyföretagandet får på det sättet ett bra lokalt stöd direkt.

Kort startsträcka gav snabbt resultat

Erik Lidberg är, sedan den 1 januari 2008, ny kommunchef i Östra Göinge. Han var inställd på en Flygning med Acando redan innan han tillträdde tjänsten och Flygningen startade den 8 januari, en vecka efter hans första arbetsdag i kommunhuset.

– Det var en fantastisk start på det nya verksamhetsåret för oss alla som arbetar med kommunens utveckling och för mig som ny kommunchef. Syftet med Flygningen var att skapa en vision och en strategi för hur kommunen ska förbättras för att stärka vår attraktions- och konkurrenskraft, säger Erik Lidberg.

Under Flygningen, som pågick i tre dagar, samlades alla beslutsfattare som arbetar med framtidsfrågor, det vill säga kommunstyrelsens arbetsutskott och alla chefstjänstemännen. De som ledde Flygningen var Acandos konsulter Harald Eide, Magnus Witting och Sten Bergquist.

– Det var en enorm kraft och kreativitet under hela Flygningen med livliga och inspirerande diskussioner. Vi blev imponerade över den energi och beslutskraft som rådde.

VAD ÄR EN FLYGNING?

Flygning är en slags workshop som genomförs under tre dagar och där de mest relevanta personerna, under ledning av Acandos verksamhetskonsulter, tar fram idéer, strategier och/eller lösningar på problem. Resultatet visualiseras sedan för kundens ledning eller styrgrupp vid tredje dagens avrapportering.

Det ledde till snabba, men väl genomtänkta idéer, upplyser Harald Eide, verksamhetskonsult på Acando.

– Flygning är en mycket bra metod för att skapa samsyn i organisationen och att arbeta med struktur- och värderingsfrågor. Det beror dels på att alla beslutsfattare samlas med målsättningen att enas kring strategiska beslut, dels på Acandokonsulternas erfarenhet och skicklighet att leda gruppen mot rätt beslut, poängterar Erik Lidberg.

Delaktighet ger kraft

Bara fem dagar efter Flygningen gick kommunledningen ut med ett pressmeddelande som beskrev Vision 2015 och strategin för att nå målen. Strategin innehåller bland annat nya och bättre boendemöjligheter, utbildning, kommunikationer och företagsklimat.

– Visionen och strategin ligger till grund för den handlingsplan som kommunens områdesansvariga arbetar med just nu. Flygningen och visionsarbetet har också lett till ett nytt sätt att arbeta med utvecklings- och framtidsfrågor, med större delaktighet och öppenhet i processen. Bland Göingens invånare är intresset stort att delta, konstaterar Erik Lidberg.

Drömjobbet finns i Göinge

Erik Lidberg berättar att många invånare hörde av sig när pressmeddelandet gick ut för att ge sin syn på dagens situation och att lämna förslag till förbättringar. Vision 2015 har sedan början på året kommunicerats på kommunens webbplats och där kan också invånarna komma med synpunkter och idéer. Flera av idéerna som inkommit har redan omsatts i praktiken. En av dem är att en ny tjänst har skapats på kommunledningskontoret. En samhällsutvecklare.

– Tjänsten är unik och när vi drog igång rekryteringsprocessen fick vi ansökningar

BLI LEAN MED ACANDO

Lean-konceptet bygger till stor del på Toyotas Kaizen-tänk som syftar till att åstadkomma mer med färre resurser. Det handlar om att eliminera resursslöseri, glapp i hela värdekedjan och att kontinuerligt förbättra verksamhetsprocesserna i små portioner.

Acando erbjuder tjänster och lösningar för hela Lean-cykeln, från nulägesanalys och skapande av ramverk till stöd för omvandling och kontinuerlig förvaltning av en Lean-organisation. De metoder som används är förutom grundtankarna i Kaizen även Value Stream Analysis, 5S, TPM, JIT/Kanban, Six Sigma, Change Management och givetvis Flygningar.

från hela Sverige, till och med från utlandet, bland annat Schweiz och Canada. Det är en väldigt rolig tjänst som går ut på att projektleda hela förbättringsarbetet mot Vision 2015, förklarar Erik Lidberg.

Framtiden visades på Bomässan

Under bomässan BoDagarna 2008, den 6-7 september, visades Vision 2015 för kommuninvånarna med skisser över framtida bebyggelser, infrastruktur med mera. Under mässan kunde besökarna också diskutera visionen med kommunledningen.

–Vi visade bland annat pågående och kommande byggprojekt kring sjön Immeln där minst 90 nya hus planeras att byggas, berättar Erik Lidberg.

På Bomässan kunde deltagarna till och med muta in tomter kring sjön Immeln för att säkra en plats i framtidslandet. I Vision 2015 utlovas inte bara bättre boendemiljöer för både unga och äldre, utan även betydligt bättre kommunikationer, skola och omsorg.

– Bland annat är mobilt bredband ett viktigt satsningsområde som vi gärna ser blir en realitet för alla invånare inom en snar framtid, säger Erik Lidberg.

Starten viktigast

Flygningen blev även starten på ett kreativt arbete med en ny kommunorganisation. En grundbult i den nya organisationen är kommunens nya arbetssätt baserat på Toyota-modellen som ofta benämns Lean-konceptet. Arbetssättet är ett stort personalutvecklingsprojekt med fokus på tydlighet

och effektiviteten i organisationen. Bland tillverkande företag är Lean ett vanligt arbetssätt, men i den offentliga sektorn är det mycket ovanligt. Östra Göinge blir den första kommunen i landet att införa Lean inom alla sina verksamheter samtidigt.

Erik Lidberg menar att det är den typen av idéer som kommer fram under en Flygning.

– Andra kommuner borde pröva att flyga. Vi hade kanske kommit fram till liknande beslut och visioner med tiden, men vi hade aldrig lyckats nå dessa resultat på så kort tid utan Flygningen. Och starten i ett förbättringsprojekt, eller en omställning av den magnitud vi befinner oss i, är avgörande för slutresultatet, understryker Erik Lidberg.

Kommunledningen blev så nöjd med resultaten av Flygningen att Harald Eide, Magnus Witting och Sten Bergquist från Acando utnämndes till hedersmedborgare i Östra Göinge.



»Flygning är en mycket bra metod för att skapa samsyn i organisationen och att arbeta med struktur- och värderingsfrågor. Det beror dels på att alla beslutsfattare samlas med målsättningen att enas kring strategiska beslut, dels på Acandokonsulternas erfarenhet och skicklighet att leda gruppen mot rätt beslut, poängterar Erik Lidberg, kommunchef på Östra Göinge kommun.«

Webben, eller *World Wide Web*, introducerades 1992. Ett år senare nämns Internet, eller den nya *informationsmotorvägen*, för första gången i en nyhetssändning på TV. Då var en dator i hemmet relativt ovanligt och de som kunde något om datorer hade lite av kultstatus. Sedan gick det fort. Hem-PC-reformen infördes 1998 och mot slutet av 90-talet fanns en dator i majoriteten av de svenska hemmen och Internet blev lika vanligt som mellanmjölk.

De flesta av dagens ungdomar har sålunda vuxit upp med datorn och Internet som en självklar del av livet och spenderar mycket av sin vakna tid på nätet.

- › Hur tror du att detta har påverkat deras förmåga att hitta, värdera och kvalitetssäkra information samt att fatta kloka beslut baserat på den?
- › Finns det andra egenskaper som utmärker den här generationen vad gäller deras arbetsätt, förhållande till marknadsföring och sociala beteende som kan hänföras till deras webbaserade uppväxt?

ITPANELEN *svarar*



DAG ERICSSON

Flera företag tar redan idag stor hänsyn till teknik- och omvärldsutvecklingen i sina »Affärsmodeller 2.0«. Programvaruföretag har ju sedan länge haft en interaktiv produktutveckling via nätet med sina kunder. I och med att demand chain management och kundinsikt blivit allt mer centralt så arbetar till exempel Dell med att få bättre kunskap om konsumenterna och deras reella behov och önskemål. Deras »nerd squads« i USA är exempel på hur ungdomar överför kunskap dels direkt till Dell, dels genom att förmedla information från sina kontakter med kunder för Dells räkning. En intressant egenskap hos den unga generationen är också att de vill utnyttja tekniken och ha väldigt flexibla arbetstider. De har tagit till sig Telias gamla slogan »arbeta var du vill, när du vill«! Dessutom trodde de ofta, i alla fall före den senaste konjunkturedgången i IT-branschen, att jobbet var deras om de ville ha det.



MAGNUS HÖIJ

Det är farligt att tro att det finns en klyfta mellan dem som vuxit upp med den digitala tekniken och de av oss som växte upp utan den. Skiljelinjen ligger inte där. Den stora skillnaden handlar om dem som vill utvecklas och är beredda på förändring och om dem som hellre vill ha livet som det alltid har varit. De som står ivägen och de som vill framåt. Vi har alltid haft förändringsbenägna och dynamiska 80-åringar och vi kommer alltid att ha konservativa och motsträviga 20-åringar. Självklart är unga väldigt hemtama med tekniken, tänker gränslöst och umgås på nya sätt. Det ligger delvis i deras personliga förhållningssätt, men delvis också i samhällskulturen. Förr gick ungdomar på café, nu möts man på Facebook. Ingen dramatik i det. Kanske är det tvärt om så att dagens unga, de som vuxit upp med nätet och mobiltelefonen, glömmer den enorma kompetens som finns hos äldre och den information som inte går att Googla fram. Det vore bedrägligt.



ANNICA BERGMAN

Helt naturligt har den nya generationen som vuxit upp med nätet också ett nytt förhållande till information. Det är inte särskilt överraskande. Mitt intryck är att de blivit bättre än sina föräldrar på att värdera information. Framför allt ifrågasätts information från auktoriteter, vilket märktes nyligen i debatten kring FRA-lagen. Skickligt formulerad desinformation eller propaganda kan få större spinn via nätet, men det är avsändarens trovärdighet som är avgörande. Det är ingen nytt problem. Visst är tillgängligheten och mängden information på nätet väsentligt större samt avsändarna många fler än tidigare. Men även information som tidigare förmedlades av journalister i traditionella begränsade medier har visat sig vara felaktig. Den största skillnaden är nog hur självklart ungdomar ser på tillgängligheten. Det gäller för såväl nyheter och fakta som vänner och sociala sammanhang. Ungdomar har också lärt sig att dra nytta av räckvidden hos elektroniska medier. Blixtnabbt sprider de trender, budskap och aktioner över hela planeten.



BO DAHLBOM

Ungdomarna är snabbare i fingrarna, bekväma med google, wikis, chat, etc, och bättre på att använda Internet för kontaktsökande och snabb avstämning, något som blir allt viktigare i dagens sociala arbetsliv. De hade varit bättre på att kritiskt använda nätet om inte skolan motarbetat dem. När de klipper och klistrar är det fusk och mobiltelefonerna vill lärarna förbjuda. Skolans uppgift verkar vara att störa förberedelserna för arbetslivet. På 2000-talet är kunskapen en handelsvara, den viktigaste kompetensen överblick, att snabbt ställa samman och analysera rätt material. I skolan är kunskapen fortfarande ett hantverk på detaljnivå. Öva, öva, öva, addition, multiplikation och meningsbyggnad. 2000-talets värld kräver snabba kunskaper och fokus på innovation, det som ingen tänkt förut. Maskinerna räknar och stavar. Vi klipper och klistrar. Ungdomarna är bättre än vi på detta, men de kunde ha varit mycket, mycket bättre.

IT-Panelen består av fyra framträdande personer inom IT-området.

Dag Ericsson är professor på Högskolan i Borås. Han är en pionjär och internationellt erkänd profil på området. Dag Ericsson var en av dem som utvecklade den svenska modellen inom materialadministration och logistik på 70-talet. Han har bl a skrivit boken »Virtual Integration with IT as an Enabler« och medarbetat i IT-kommissionens visionsrapport 2001 »Vårt digitala tjänstesamhälle – vision 2011+«.

Magnus Höij är chefredaktör på tidningen Internetworld. Han har under tio års tid bevakat IT-utvecklingen på Computer Sweden och på tidningen Corporate Computing. Framför allt skriver han om hur IT och Internet påverkar affärsutveckling och samhällsutveckling. Han har skrivit ett flertal böcker om IT-utvecklingen och är en ofta anlitad föredragshållare.

Annica Bergman har arbetat på Dataföreningen sedan oktober 2005 och blev VD i april 2006. Dessförinnan var hon IT-chef på Riksdagen i sju år. Hon har alltid varit intresserad av politiken och den demokratiska processen. Att göra samhället mer demokratiskt med hjälp av IT är en av de uppgifter som hon brinner mest för.

Bo Dahlbom är professor vid IT-universitetet i Göteborg och forskningschef vid Interactive Institute. Han är ledamot av Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademien, medlem av regeringens IT-råd, och medlem av programstyrelsen för Norges forskningsråds Verdikt-program. Han debatterar, skriver och håller föredrag om framtiden. Hans senaste bok heter »Sveriges framtid« (Liber 2007).

Welcome to a SOA Workshop in Gothenburg on November 24th–28th

Acando in cooperation with the Canadian SOA guru Thomas Erl, gives you the opportunity to take part in a five-day workshop focusing on key challenges for architects wanting to build and design SOA Solutions. You will also be able to certify yourself as a SOA Certified Architect.

Thomas Erl is a speaker and instructor for private and public events, and has delivered many workshops and keynote speeches. Papers and articles written by Thomas have been published in numerous industry trade magazines and Web sites, and he has delivered Webcasts and interviews for many publications, including the Wall Street Journal.

Thomas is also the founder of SOA Systems Inc. (www.soasystems.com), a company specializing in SOA training, certification, and strategic consulting services with a vendor-agnostic focus. Through his work with standards organizations and independent research efforts, Thomas has made significant contributions to the SOA industry, most notably in the areas of service-orientation and SOA methodology.

DATE

November 24th–28th
Five-day workshop.

November 29th
Optional Certification.

LOCATION

Gothenburg

REGISTRATION

Please register at: www.acando.se/kalender
Last day to register is November 9th.

Please contact Mattias Abrahamsson if you have any questions: mattias.abrahamsson@acando.com,
phone: +46 (0)31 345 31 03.

PRICE

30 000 SEK

Price includes all modules, course material and certification. Lunch will be provided.



Välkommen beslutsfattare!

Under september har vi arrangerat seminarieförmiddagar under följande teman: Business Intelligence • Samarbete 2.0 • CRM • Ledning, styrning och effektivisering. I november kommer temadagar om Strategisk IT • Lean • SOA, BPM och integration.

Vår ambition är att ge dig många nya AHA! upplevelser och skapa en plattform för erfarenhetsutbyte och ömsesidigt lärande!

Utförligt program och anmälningsformulär hittar du på www.acando.se under »Kalender«.

Seminarier
hösten
2008

Hallå där Birgitta Klasén! – ny ledamot i Acandos styrelse

Hur ser du på konsultbranschen?

Jag tror att konsultbranschen är viktig och behövs av flera olika skäl:

- › Det är bra att ha flexibilitet vad gäller IT-kompetens i ett företag. Idealt bör IT-resurserna utgöras av konsulter till 20–30%. Detta så att företag ska kunna agera flexibelt och möta intern efterfrågan snabbt.
- › Spetskompetens är svår att hålla och det lönar sig oftast att ta in konsulter för att snabbt få tillgång till sådan kompetens.
- › I konjunkturnedgång är det givetvis svårare för konsulter eftersom företag då snabbt kan behöva dra ner på sina IT-projekt och då är det snabbast att säga upp konsulter.
- › Å andra sidan följs en nedgång alltid av en uppgång och då är konsultbranschen i sitt esse.



Vad lockade dig till Acandos styrelse?

Jag har både varit köpare av IT-tjänster och leverantör av detsamma. Det senare dock mestadels i rollen som IT HW&SW-leverantör. Att nu få lära känna och medverka i ett Management och IT-konsultbolag känns mycket lärorikt och spännande.

Vad kommer du att bidra med i styrelsen?

Jag har stor erfarenhet av att köpa IT-tjänster (som CIO i Telia, Pharmacia och EADS) och jag har även jobbat som rådgivare åt ett flertal CIO:er. Jag tror att min erfarenhet är värdefull för Acando.

OM BIRGITTA KLASÉN

Birgitta har lång internationell erfarenhet från IT-sektorn. Hon arbetade inom IBM fram till 1995 (bland annat som ansvarig för att bygga upp IBMs outsourcing-verksamhet i Sverige) och var därefter CIO för Telia, Pharmacia och EADS. Under de senaste åren har Birgitta delat sin tid mellan styrelseuppdrag (tidigare bland annat i OMX, FöreningsSparbanken och Telelogic) och arbetet som fristående Senior IT Advisor. I den senare rollen har Birgitta bland annat arbetat för EON Energie i Tyskland samt för Ericsson och SEB i Sverige.



FAKTA OM KATARINA GRAFFMAN

Yrke & bakgrund: Doktor och konsult inom kulturell antropologi med fokus på kommersiell mediekultur. Arbetar i det egna konsultbolaget Inculture. Har tidigare arbetat på bl.a. Kairos Future och Trendethnography. **Ålder:** 38 år. **Familj:** Bor i Sigtuna med make och två barn. **Hjälte:** Antropologen Grant McCracken för hans nytänkande kring antropologi och konsumtionssamhälle ur ett trendperspektiv.

Information ska vara äkta och underhållande

När nu Internetgenerationen kastar loss från hemmets förtöjning och ger sig ut på marknaden gäller det att väga orden och handlingarna rätt för att få dem intresserade. Helst ska det vara korta ordalag och arbetspass. De som vuxit upp i digitaliseringens brytningstid är vana vid snabb kommunikation och korta intervaller – av allting. All information måste också vara äkta och underhållande, annars går den ungdomarna helt förbi.

– Äktheten är extremt viktig för att ungdomar ska bli nyfikna på ett budskap, en berättelse eller en produkt. En berättelse måste kännas som klippt ur verkligheten och ett budskap måste beröra något i deras vardag. En produkt måste vara godkänd i deras sociala nätverk. Då har den passerat det sociala filtret som gör den äkta, säger antropologen Katarina Graffman.

Katarina Graffman är doktor inom kulturanthropologi med fokus på kommersiell mediekultur. Hon är expert på hur människor, särskilt ungdomar, förhåller sig till och orienterar sig i det nya medielandskapet. Katarina understryker betydelsen av äkthet och hur viktigt det är att ett budskap eller ett varumärke upplevs som äkta för att ungdomar ska bli intresserade. Hon har gjort en studie i ämnet, *In search of authenticity*, i vilken hon undersökte hur människor bedömer äktheten i information, relationer och produkter.

Måste roa och engagera

Det är, enligt Katarina, ingen skillnad på den virtuella och verkliga världen vad gäller upplevelsen av äkta relationer och händelser. För ungdomar är en vän som du endast träffar på nätet lika verklig och äkta som den vän du träffar varje dag i skolan. Och lika viktigt som att informationen känns äkta är det att den är underhållande.

– Unga människor gör ingen skillnad på information och underhållning. Ordet 'underhållning' finns inte ens i

deras vokabulär. All information som riktas till dem förutsätts vara underhållande. Oavsett hur viktig informationen är så går den det unga ögat förbi om den upplevs som torr, statisk och långsam.

Förr var informationsspridningen och mediekulturen mer ensidig och avsändaren hade kontroll. Idag kan en konsumentgrupp ändra åsikt genom en knapptryckning på datorn. Konsumenterna har tagit makten över informationen och underhållningen och deltar i produktionen av den. I synnerhet ungdomar.

– Hos de yngre, de som vuxit upp med Internet som en given del av livet, är det självklart att vara medproducent. De har till och med tagit klivet förbi

kar till ytterligare information om olika ämnen som läsaren kan förkovra sig i. När Internet etablerades hos den breda massan var det många pedagoger och språkforskare som varnade för att vårt språk skulle förenklas och utarmas på grund av webben. Nu, 15 år senare, kan Katarina bekräfta farhågorna – i alla fall hos ungdomarna.

– Dagens unga pratar i korta satser och de till och med tänker i korta och intensiva banor. Kommunikationen fungerar ungefär som en nättidning. De pratar i rubrikform och håller berättelsen kort. Men en berättelse, precis som en länkad webbtext, kan också spreta åt olika håll med djupdykningar i intressanta sidospår.

»Unga människor gör ingen skillnad på information och underhållning. Ordet "underhållning" finns inte ens i deras vokabulär. All information som riktas till dem förutsätts vara underhållande. Oavsett hur viktig informationen är så går den det unga ögat förbi om den upplevs som torr, statisk och långsam.«

begreppet 'medproducent' och ligger ofta steget före mediebolagen och företagen i uppfinningsrikedom och nya tillämpningar.

Snabb information som aldrig tar slut

Alla som skrivit något på nätet, eller skapat en sajt, vet att texten måste hållas kort och koncisa för att läsaren ska vilja och orka ta den till sig. Texten bör också innehålla hänvisningar med län-

Katarina menar att berättelsens form ändrats. Nätets och den mobila kommunikationens förutsättningar och möjligheter har påverkat ungdomars sätt att kommunicera i det verkliga livet, eller IRL (in real life) som det kallas i den digitala tidsåldern. Inte minst har ungdomarnas SMS:ande, som till största del består av förkortningar och symboler, påverkat deras övriga kommunikation, inklusive den verbala.



»Dagens unga pratar i korta satser och de till och med tänker i korta och intensiva banor. Kommunikationen fungerar ungefär som en nättidning. De pratar i rubrikform och håller berättelsen kort. Men en berättelse, precis som en länkad webbtex, kan också spreta åt olika håll med djupdykningar i intressanta sidospår.«

– Ska man kommunicera något till ungdomar måste kärnbudskapet komma snabbt och koppla till deras verklighet. De behöver kunna relatera till informationen, annars är den ointressant.

Nätets snabba och splittrade kommunikationsform tycks också ha påverkat Internetgenerationens bokintresse. Böcker upplevs som en långsam och relativt tråkig informationskälla och berättelseform. Texter på nätet behöver till exempel inte ha en traditionell början, en mitt eller ett slut som böcker har och för att komma till slutet i en bok måste man ofta ta sig igenom hundratals sidor. Det har inte så många av dagens unga tålamod till.

– I alla våra undersökningar bland ungdomar har jag ännu inte träffat någon mellan 15 och 20 år som gillar att läsa böcker. En berättelse på nätet ger så mycket mer. Där kan man diskutera berättelsen med andra och interagera med den eller vara delaktig i berättelsens utveckling. Vi är dock väl medvetna om bokläsartrenden, till exempel Potterfebern, men har inte stött på den i våra studier.

Måste pausa ofta

Med datorn i knäet och fjärrkontrollen i handen är dagens unga vana vid att göra flera saker samtidigt och att plöja mycket och disparat information på kort tid. Det är en fantastisk förmåga. En hel generation pilot- och flygledartalanger att vräka bland för flygbranschens rekryterare. Men zappandet på fjärrkontrollen och den flyktiga informationsinhämtningen har också en baksida.

– De är otroligt rastlösa och har svårt att fokusera på en enda sak. Det är så mycket som händer runt omkring dem hela tiden. Telefonsamtal och SMS duggar tätt. De flesta unga stänger endast av mobilen när de träffas för att titta på en film tillsammans. Annars är den på, dygnet runt.

Katarina menar att det bland annat är möjligheten att alltid vara tillgänglig som gjort ungdomarna så rastlösa. De sociala nätverken och forumen spelar en stor roll för dem och dessa kräver ett aktivt deltagande. Det innebär att man

dagligen måste hålla sin identitet vid liv, vare sig det är i den virtuella världen eller IRL.

– I praktiken betyder det att man kollar sin mejl och de forum man är medlem i innan man går till skolan på morgonen. Många uppdaterar också sin blogg innan skolan startar. Resten av dagen handlar om att svara snabbt på alla meddelanden. Givetvis blir det en sista genomgång av forum, mejl och blogg innan sänglampan släcks.

Trots, eller kanske på grund av, ungdomarnas otroliga simultankapacitet och ständiga digitala närvaro, har de ett stort behov av att ofta göra avbrott från den aktuella aktiviteten. Kanske har det också att göra med att de vuxit upp med spel- och videokontroller i överflöd.

– De säger till och med "kan du pausa, jag har en sak att säga". De är så vana vid att kunna trycka på pausknappen oavsett vad de håller på med, för att göra något annat en stund. Jag tror att det kommer att påverka hur de



»Trots, eller kanske på grund av, ungdomarnas otroliga simultankapacitet och ständiga digitala närvaro, har de ett stort behov av att ofta göra avbrott från den aktuella aktiviteten.

– De säger till och med "kan du pausa, jag har en sak att säga". Som arbetsgivare bör man nog fundera på hur arbetet kan anpassas för att tillfredsställa ungas behov av många, korta och intensiva pauser. Då tar man bäst vara på deras kreativitet och produktivitet.«

förhåller sig till arbete också. Som arbetsgivare bör man nog fundera på hur arbetet kan anpassas för att tillfredsställa ungas behov av många, korta och intensiva pauser. Då tar man bäst vara på deras kreativitet och produktivitet.

Nedkoppling skapar oro

För äldre generationer handlar den digitala och mobila tillgängligheten om att kunna sköta arbetet utanför kontoret och att finnas till hands för familj och vänner. För ungdomen handlar det om att vara delaktig i världens händelser, att vårda de sociala nätverken och att känna sig bekräftad. Är du inte uppkopplad finns du inte och har du inte koll *är* du inte.

»Allmänbildning och specialistkunskap står högt i kurs och man höjer sin status i nätverket genom att bjuda på information och kunskap. För att hålla sig intressant och stärka sin image gäller det att hela tiden leverera och helst mer än genomsnittet.«

– Att inte vara uppkopplad skapar nära nog fysisk smärta hos många unga. Då känner de sig utanför och blir oroliga att de missar viktiga händelser och betydelsefull information. De känner att de hamnar utanför gemenskapen när strömmen går.

Samtidigt som det är så viktigt att vara uppkopplad har Katarina börjat märka en viss trötthet mot detta liv. Många har börjat stänga av mobilen delar av dagen och avregistrerar sig från olika forum för att de inte orkar vara med överallt längre.

Kunskap är guld

Egentligen måste allt passera genom det sociala filtret för att bli intressant och godkänt. Det gäller allt från kläder och fritidsartiklar till politiska idéer, nyheter och annan information. Katarina berättar att ungdomar är experter på att hitta information på nätet och att

de är mycket kunniga och pålästa inom många områden. Allmänbildning och specialistkunskap står högt i kurs och man höjer sin status i nätverket genom att bjuda på information och kunskap.

– Deltagandet i en community bygger på att man deltar i diskussioner och delar med sig av erfarenheter och kunskap. Det kräver en hel del arbete och sökande efter information på nätet. För att hålla sig intressant och stärka sin image gäller det att hela tiden leverera och helst mer än genomsnittet. De riktigt allmänbildade fungerar som upplysande fyrarnas för hela nätverket.

Men det är långt ifrån alla som är experter på att söka information. Många har också mycket grundkunskaper inom vissa områden.

– Många unga använder bara datorn för att chatta, spela spel, lyssna på musik och ladda ned film och är inte särskilt duktiga på att hitta information eller lösa problem genom Internet. Jag tror att framtidens klassklyftor uppstår mellan dem som är självgående och duktiga på att söka, sortera och använda information och dem som inte är det. Jag möter så många äldre som tar för givet att alla unga är duktiga på informationsökning bara för att de växt upp med datorn, men så är inte fallet.

Misstror alla företag och varumärken

Ytterligare en sak som utmärker dagens unga är att de är mycket kritiska och misstänksamma mot företag och all slags marknadsföring. Enligt Katarina tror de att alla företag försöker lura dem på något sätt.

– De är extremt kritiska och medvetna som konsumenterna och kan lätt genomskåda placerad produkt- och säljinformation. Paradoxalt nog är de inte särskilt metodiska när det gäller källkritik. Det räcker med att informationen går igenom det sociala filtret för att det ska betraktas som ok. Ingen annan typ av källgranskning görs. Nätets resurser och de sociala nätverken är allt som behövs.

Katarina lyfter fram ytterligare en resurs för granskning och kvalitetssäkring som ungdomarna lutar sig mot. Föräldrarna. De vet fortfarande bäst och är de mest trovärdiga informationskällorna.

KATARINA GRAFFMANS

*ungdomstips
till vuxna*

För marknadsförare:

- › Försök inte att spela ungdomlig genom att nästla dig in i ungdomarnas sociala nätverk och smyglansera budskap eller produkter. De genomskådar dig direkt, vilket ger motsatt effekt.
- › Bygg förtroende hos ungdomarna genom att bjuda på information som de verkligen behöver och som de kan använda för att stärka sin egen status i nätverket. Kunskap värderas högt. Den som vet det senaste om det senaste har hög status.
- › Ungdomar misstror alla företag och varumärken från start och tror sig hela tiden bli lurade. Var därför så ärlig och öppen som möjligt för att vinna deras respekt.
- › Kommunika i snabb berättarform som knyter an till ungdomarnas vardag och som känns äkta och underhållande. Annars läser de inte.

För chefer och arbetsgivare:

- › Internetgenerationen är ofta kreativa och intensiva, men kräver regelbundna och täta pauser. Avbrotten måste också vara fyllda med ett kreativt innehåll för att stimulera deras rastlösa sinnelag.
- › Ge dem möjlighet att känna sig delaktiga i företagets utveckling redan från första dagen. De har varit medproducenter i alla andra aktiviteter sedan födseln och vägrar vara en bricka i spelet.
- › Utnyttja deras expertis i att hitta och sammanställa allsköns information genom nätet. Men hjälp dem att källgranska och sovra för att få fram korrekta beslutsunderlag. I annat fall blir deras sociala nätverk den enda valideringsgrunden.
- › Stöd deras kreativa utveckling och få ut maximalt av deras produktivitet genom att ge dem mycket varierande arbetsuppgifter som kan skötas parallellt. De har hög simultankapacitet och behöver stimulera den.

SMART system på Vasakronan gör livet enklare

När du som kund känner dig sedd och personligt bemött av ett större företag kan du vara säker på att de har bra ordning på informationssystemen. Fastighetsbolaget Vasakronan AB är ett sådant företag. Med Acandos hjälp har Vasakronan AB gjort ett omfattande systembyte som inte bara resulterat i nöjdare kunder. De har blivit fler.

– Den nya lösningen har gett oss ett bättre systemstöd och arbetssätt för arbetet med våra kunder, vilket innebär att vi kan ge dem bättre service och bemötande. Det nya arbetssättet har genererat mätbara resultat på mycket kort tid och bara några månader efter införandet av nya system och arbetssätt har vi fått fler kunder och intressenter, konstaterar Johanna Emilsson, IT-direktör på Vasakronan.

Informationsöar i behov av bättre förbindelser
2006 anlätade Vasakronan Acando för att göra en förstudie och analysera verksamhetens processer, informationsbehov och informationssystem. Vasakronan hade behov av att öka enhetligheten och effektiviteten i arbets- och affärsprocesserna, men också att få bättre kontroll över all affärskritisk information.

– Förstudien visade bland annat att verksamhetsprocesserna hämmades av att många system inte var integrerade. Under åren har det skapats flera lokala databaser och system, utan integration, för att till exempel hantera kunder. Det har genererat onödigt merarbete, manuella rutiner och ibland otillförlitlig information. Detta gav ibland ett splittrat kundbemötande, förklarar Patrik Hallman, verksamhetskonsult och projektledare för Vasakronan på Acando.

I verksamhetsanalysen tittade arbetsgruppen på processerna inom försäljning, förvaltning, hyresavisering, ekonomi, inköp, kassahantering och fastighetservice. Analysen visade att IT-systemen inte stödde processerna på ett optimalt och kostnadseffektivt sätt.

OM VASAKRONAN

Sedan 1 september 2008 är Vasakronan köpt av AP Fastigheter och de två bolagen kommer att anta namnet Vasakronan. SMART-projektet som beskrivs i denna artikel avser Vasakronan AB innan 1 september 2008. Företagets inriktning är kontorslokaler och butiker, kompletterat med ett stort tjänsteutbud. Företaget finns i Stockholm, Göteborg, Malmö, Lund och Uppsala. Fastighetsbeståndet omfattar 171 fastigheter med plats för omkring 60 000 människor.



– Förutom att systemen började bli omoderna upplevde användarna att det var tungrott och för många olika gränssnitt. Vi behövde modernisera, integrera och konsolidera systemen för att ge verksamheten bättre möjligheter att utvecklas. Och eftersom IT-stödet utgör basen i verksamheten fick vi på IT-avdelningen ansvaret att driva hela verksamhetsutvecklingsprojektet, säger Johanna Emilsson.

Acando fick i uppdrag att ge Vasakronan projektledarstöd för hela projektet som hette SMART*. Uppdraget har även inklu-

»De som hittills haft störst glädje av den nya lösningen är våra kunder. Nu har alla i organisationen exakt samma vy av kunden eftersom kundinformationen är integrerad i Portalen. Det ger helt klart en högre VIP-faktor som i förlängningen stärker kundrelationen.«

derat Acandos tjänster och metoder för utveckling av systemarkitektur, informationsbehov, upphandling och systeminförande samt framtagning och säkerställande av krav och måluppfyllnad.

– Acando har agerat som ett bra projektledarstöd och har bra metoder för verksamhetsanalys, upphandling och införande. Vi hade inte kommit så här långt, så snabbt, utan deras hjälp. Vi har nått målet i tid, berättar Johanna Emilsson.

Rollbaserad portal förenklar arbetet

Det nya systemstödet består bland annat av nya affärs- och CRM-system från Agresso och Microsoft samt en integrationsplattform som knyter samman all affärskritisk information. Omkring ett tiotal olika system är integrerade i den nya lösningen och alla applikationer nås via en webbaserad portal som Vasakronan kort och gott kallar Portalen.

– Portalen är rollbaserad, vilket innebär att informationen är anpassad efter din roll och dina arbetsuppgifter. Är du till exempel servicetekniker eller fastighetsskötare får du tillgång till ärendesystemet för service- och felhantering. Målet var att alla system och verktyg samt all information som du behöver för att utföra ditt arbete ska finnas i portalen, vilket är fallet i dag, förklarar Patrik Hallman.

SMART-LÖSNINGENS INNEHÅLL

Vasakronans SMART-lösning innehåller system och verktyg för bland annat försäljning och kundhantering, fastighetsförvaltning, hyresavisering, ekonomi, samt kassahantering. Ett tiotal system är integrerade med hjälp av integrationsplattformen Microsoft Biztalk. Bakomliggande affärs-, försäljnings- och stödsystem är bland annat Agresso, Microsoft CRM, FastNet och Casio kassasystem.

– Det har blivit enklare för Vasakronans medarbetare att komma åt system och information, vilket förbättrat verksamhetsprocesserna. Tillförlitligheten i informationen är betydligt högre och genomloppstiden för processer snabbare. Detta leder till snabbare och bättre beslut, högre effektivitet, bättre uppföljning och på sikt bättre lönsamhet. Även systemförvaltningen har blivit enklare och effektivare med den nya välorganiserade och väldokumenterade systemstrukturen, anser Johanna Emilsson.

Effektivare marknadsföring med bättre intryck

En av de effekter som Vasakronan snabbt nådde och som kommer att få stor betydelse för verksamheten är den förbättrade kundhanteringen. Johanna Emilsson förklarar att alla inom Vasakronans olika enheter fick en gemensam bild av kunden. Tidigare kunde samma kund, eller hyresgäst, finnas i olika lokala databaser utan koppling till varandra.

Det kunde till exempel resultera i att en kund fick samma utskick från flera enheter eller att kundens behov inte tillgodosågs tillräckligt snabbt. Med dagens lösning kan alla med kundkontakter få en helhetsbild och se kundens hela "livscykel" inom Vasakronan, det vill säga från första kontakten till dagsläget.

– De som hittills haft störst glädje av den nya lösningen är våra kunder. Nu har alla i organisationen exakt samma vy av kunden eftersom kundinformationen är integrerad i Portalen. Det ger helt klart en högre VIP-faktor som i förlängningen stärker kundrelationen. Dessutom kan vi nu göra samordnade kampanjer, vilket inte bara sänker kostnaderna för marknadsbearbetning utan även skapar ett bättre intryck på marknaden, poängterar Johanna Emilsson.

* SMART står för Standard, Mobilitet, Användarvänligt, Rollbaserat, Tillförlitligt.



»Den nya lösningen har gett oss ett bättre systemstöd och arbetssätt för arbetet med våra kunder, vilket innebär att vi kan ge dem bättre service och bemötande. Det nya arbetssättet har genererat mätbara resultat på mycket kort tid och bara några månader efter införandet av nya system och arbetssätt har vi fått fler kunder och intressenter, konstaterar Johanna Emilsson, IT-direktör på Vasakronan.«

Långsiktigt samarbete förverkligar

Resebolaget Fritidsresor har ett långsiktigt och nära samarbete med Acando inom bland annat IT-arkitektur- och systemutveckling samt systemförvaltning. Acandos konsulter hjälper Fritidsresor att kontinuerligt förbättra IT-stödet för att realisera sina kunders semesterdrömmar på ett så effektivt och kreativt sätt som möjligt.

– Långsiktigheten i samarbetet med Acando leder till många positiva effekter. Konsulterna kan vår organisation och företagskultur utan och innan. Det förenklar arbetet och gör det lättare för Acando att leverera rätt kompetens på rätt plats och i rätt tid samt att skapa träffsäkra och behovsanpassade lösningar, säger Jan Poijes, ansvarig för systemutveckling på Fritidsresor.

Långsiktighet ger närhet och helhet

Acando har arbetat med Fritidsresor sedan början på 2000-talet och har levererat resurs- och kompetensstöd samt strategisk rådgivning i många olika projekt och sammanhang. Det är i första hand tjänster inom systemutveckling och systemarkitektur men även inom systemförvaltning. Uppdragen har avlöst varandra under årens lopp och har främst kretsats kring vidareutvecklingen av Fritidsresors e-handelslösningar och administrativa stödsystem.

– Vi startade försäljningen på nätet 1998. Sedan dess har vi kontinuerligt vidareutvecklat affärskoncepten och lösningarna för näthandeln. Idag sker mer än hälften av all försäljning via webben, så det är helt klart vår viktigaste försäljningskanal, understryker Jan Poijes.

Acandos konsulter har bland annat medverkat i utvecklingen av en ny webbaserad bokningstjänst som gör det betydligt enklare för kunderna att boka resor och boende. Inom ramen för detta arbete har också en helt ny tjänst lanserats som ger Fritidsresor möjlighet att sälja boende och hotellnätter helt frikopplat från paketresorna.

– Lösningen innebär att vi kan nyttja hotellkontrakten optimalt och fylla hotellen bättre, konstaterar Jan Poijes.

I en annan lösning som Acando har varit med om att utveckla, stäms hotellfakturer automatiskt av mot hotellkontrakt och bokningssystem för att säkerställa att debiteringen är korrekt.

– Vi har ett bra samarbete med Fritidsresor där vi har möjlighet att arbeta med många olika projekt som griper över hela verksam-



Långväga drömmar

heten. Detta ger oss god kunskap om hur hela företaget fungerar och vilka behov som finns. Det underlättar för oss att leverera rätt sorts kompetens och att föreslå nya lösningar som kan förbättra verksamheten, berättar Bo Sjölander, projektledare och kundansvarig för Fritidsresor på Acando.

Affärsdrömmar möjliggör semesterdrömmar

Den senaste tiden har Acando även bidragit med kompetensstöd och rådgivning för utveckling av en ny Business Intelligence-lösning.

– Acando har en mycket bred kompetens- och teknikplattform att stå på, vilket passar oss bra eftersom vi behöver hjälp inom många olika områden. Det är ofta vi vänder oss till Acando för att få

råd eller kompetensstärka oss inom något område. Acando ställer alltid upp snabbt och skickar någon av sina experter som ger oss en föredragning, säger Jan Poijes.

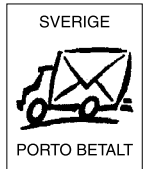
Jan Poijes berättar att det viktigaste för honom är att han ska kunna känna sig trygg med ett konsultbolag och kunna lita på konsulternas kompetens och omdöme.

– Jag känner mig väldigt trygg med Acandos konsulter och uppskattar också deras roll som bollplank i olika frågeställningar. Därför bidrar de också till att förverkliga vår IT-strategi. Tillsammans arbetar vi för att realisera IT-visionen »making business dreams come true« med syfte att förverkliga affärsmålet »making holiday dreams come true«, poängterar Jan Poijes.



B

Returadress:
Acando AB
Box 5528
114 85 Stockholm



Genom att samla all relevant information från olika produktions- och ekonomisystem i en BI-portal får de anställda i vårdföretaget struktur i arbetet och förståelse för hela verksamheten (AHA!). Tack vare nya rutiner och tydlig överblick har man från dag ett kunnat höja kvaliteten i vården, öka effektiviteten och samtidigt skära i kostnaderna.

Information Management by Acando



AHA!



Nu finns det ett nytt buzzword att lägga på minnet: **AHA! Management**

AHA! Management är det nya och effektiva sättet att bedriva framgångsrik verksamhetsutveckling. Grundidén är att genom ständiga AHA!-upplevelser få ditt företag att bli lite snabbare, lite smartare och lite effektivare än konkurrenterna.
Hemligheten? Fokus på information och människor.

Vill du veta mer? Beställ boken om AHA! Management kostnadsfritt från vår hemsida. Åttiofyra sidor klokskap för chefer och företagsledare som vill få fler AHA!-upplevelser i sin vardag.

www.acando.se/aha

acando
PASSION FOR IMPROVEMENTS

Acando is a consultancy company that in partnership with its clients identifies and implements business improvements through information enabled by technology. Acando provides a balance of high business value, short project times and low total cost. Acando's annual turnover exceeds EUR 150 million and the Group employs more than 1,100 professionals in six European countries. Acando is listed on the OMX Nordic Exchange. Acando's corporate culture is based on three core values: **Team spirit, Passion and Results.**

www.acando.se