

## CS SIGNERAT

CS chefredaktör Jörgen Lindqvist om hur företag får nöjd personal

## Enkelhet är enklaste vägen till framgång



**DE BÄSTA IT-KONSULTERNA** vill sitta mitt i stan, jobba med affärsstrategiska utvecklingsprojekt, ha välsittande Tigerkostymer på sig och en skön BMW i parkeringsplatsen under kontoret. Då leker yrkeslivet.

Men det finns en annan värld, som företagsmässigt är minst så framgångsrik. IT-hantverkarna är ett franchisebaserat konsultbolag i många småstäder i Sverige. Bolaget omsätter 200 miljoner per år och gör en hyfsad vinst.

Sprunget ur en idé om att tala med bönder på bönders vis tar IT-hantverkarna 475 kronor i timmen när de jobbar med att hjälpa småföretagare med deras it.

**PÅ SIG HAR HANTVERKARNA** (de kallar sig inte för tekniker för att minska avståndet mellan kund och it-konsult) en variant av vad du hittar på Ica: pikétröja med jättestor logga, tygmärken som skryter om att de är Microsoftpartner

och blå knegarbrallor. En Accenturekonsult skulle hellre äta ut upp sin BMW än att klä sig så. Även om hon eller han var på maskerad.

**DE STORA KONSULTBOLAGEN** borde fundera på vad enkelhet betyder för personalen

**ENKELHET OCH** pålitlighet, som är några av IT-hantverkarnas budord, ska inte underskattas. Ikea är kanske det bästa exemplet på att värderingar och inne-

håll ofta är långt mycket viktigare än ersättning och typer av kunder och projekt.

Ikea toppar år efter år rankingar om var ekonomer och designer vill jobba. Det globala bolaget är fullt av högt utbildade och intelligenta unga människor som hellre åker tåg till möten och får en lön som ligger många tusenlappar efter de gamla studiekompisarnas.

**IKEAS VÄRDERINGAR**, som enkelhet och sparsamhet, betyder något för Ikeas hengivna och nöjda medarbetare. Det är därför myten om Ingvar Kamprads sparsamhet och enkelhet (men han bor i ett slott i Schweiz fullt med svindrya bilar) är viktig för Ikeas framgångar.

De stora konsultbolagen, som lägger ner enorma summor årligen på att rekrytera personal, kanske borde ta sig en funderare på vad känslan av enkelhet och pålitlighet betyder för personalen.

## CITATET

”Anonymous är en handfull genier som är omgivna av en armé av idioter”

FÖRFATTAREN COLE STRYKER HAR HÄRDGRANSKAT HACKARNÄTVERKET ANONYMOUS

# Ny fiber krav för nya tjänster

## LEDARE

”Adekvat infrastruktur är ett måste för att behålla en hög nivå på it-kompetensen

**DET LÄGGS FIBEROPTISKA NÄT** som aldrig förr i Sverige (se sid 12-13). Det beror bland annat på att mobila nät inte riktigt räcker till i den gryende hd-världen. När allt ska vara högupplöst krävs det mer kräm i näten.

Andra skäl är naturligtvis att företag som Teliasonera ser en chans att göra sig en hacka och att villaägare vill öka värdena på sina hus. Men i ett långsiktigt, strategiskt perspektiv är fibernätens utbredning viktigare än så. Det är fundamentet för ett nydanande Tjänste-Sverige som grävs ned i jorden.

**MED FIBERNÄT TAS DE** tekniska begränsningarna för nya it-tjänster bort. Vi kan räkna med att företag som erbjuder allt från it-support och intelligent bevakning till fjärrdiagnos inom vårdsektorn och kylskåpsoptimering blommar upp i kölvattnet av fiberkablarna. Det är bra för Sverige.

Adekvat infrastruktur är ett måste för att behålla en hög nivå på it-kompetensen i Sverige och för att skapa en framgångsrik exportinriktad mjukvaruindustri. Att programföretagen kan räkna med en hemmamarknad som inte lider av tekniska begränsningar är ett klart plus.

**VI KAN INTE KONKURRERA** med länder som Indien om bred tillgång på grundläggande it-kompetens, men vi kan konkurrera med alla på att kläcka nya idéer och omsätta dem i applikationer och tjänster.

Det som förmörkar bilden något är det käbbel som uppstått bland aktörerna på nätmarknaden. Som vanligt anklagas Teliasonera för att bete sig oschyst.

Hur det är med Teliasoneras affärsetik får vara osagt för stunden. Men att anklagelserna om opassande affärsseder haglar är ett tecken på att det handlar om en het marknad. Om ingen brydde sig så skulle ingen bråka.

## CS WEBBFORUM

Stockholms rektorer sågar stadens avtal med Volvo IT, kunde CS rapportera i tisdags. Det diskuteras på CS webb i veckan. Här är några kommentarer:

”Outsourcing leder i princip aldrig till förbättringar för användarna, bara förbättringar för fege it-chefer som vill behålla sitt arbete och slippa ta ansvar.”

Whatevër

”En läsvärd artikel för de okunniga politikererna inom Västra Götalandsregionen som än en gång tagit upp frågan om outsourcing av dataverksamheten.”

Beani

## CS WEBB

Var med i debatten: computersweden.se

## DEBATT

Debattredaktör: Kenneth Bäckström, 08-453 62 03, csdebatt@idg.se

## Koppla ihop marknadsföring och sälj

**Mikael Ramnø skriver i debattinlägget ”Dålig planering hotar branschen”, CS 13/3-11, att dålig marknadsplanering hämmar tillväxten i it-branschen och hotar konkurrenskraften. Men han har bara delvis rätt.**

Jag har arbetat med att hjälpa it-företag att utveckla sin försäljning och marknadsföring i 25 år. För mig är det tydligt att debattartikeln bara delvis träffar målet. En marknadsplan tillför inget värde om den inte kopplas till företagets säljprioriteringar.

Vår undersökning Säljindikatorn, som vi genomfört två gånger per år sedan 2006, visar med all önskvärd tydlighet att it-företagen misslyckas med att integrera marknadsföringen med sin försäljning.

Som en konsekvens av det anser bara hälften av företagen att deras marknadsföring leder till ökad försäljning.

**DET ÄR OCKSÅ MIN** bestämda uppfattning att få it-företag framgångsrikt lyckas arbeta med säljdrivande marknadsföring.

Allt som oftast lever sälj och marknad som isolerade öar i organisationen, där få initiativ som håller samman avdelningarna. Ofta agerar de under två

## Dålig planering hotar branschen

**Brist på marknadsplanering i svenska it-företag hämmar tillväxten och hotar branschens konkurrenskraft.**

Få av oss skulle ens tänka tanken att ge oss ut på havet utan sjökort och kompass, men när det gäller företag i svenska it-branschen navigerar många bland kunder, konkurrenter och förändringar i marknaden utan sjökort – eller marknadsplan som det heter i det sammanhanget. Små och mellanstora it-företag på den svenska marknaden är ofta dåliga på marknadsföring och agerar de alls, så är det händelsestyrt och utan plan eller framförhållning.

lokal närvaro och framgångsrik marknadsföring med små medel, men inte tar chansen.

**VARFÖR ÄR DET DÅ** så här? Jo, enligt min mening saknas ibland kunskapen kring olika marknadsföringsmetoder, men oftast är det en fråga om prioritering. Dessa företag har de bästa förutsättningarna att bygga relationer med lokala marknaden, men tar sig inte tiden att planera och kommunicera långsiktigt, vilket hämmar deras möjligheter att bygga goda kundrelationer och skapa tillväxt.

Jag ser dagligen hur de företag som prioriterar långsiktig planering får en lugnare, effek-



**HÄMMAR TILLVÄXTEN.** ”Brist på marknadsplanering i svenska it-företag hämmar tillväxten och hotar branschens konkurrenskraft”, skriver Mikael Ramnø i CS 13/2-12. Mikael Julher vill gå en annan väg.

olika chefer, olika strategier och olika planer.

**DE FÖRETAG SOM** har en och samma chef för försäljning och marknadsföring lyckas ofta bättre. Utmaningen är att den personen ofta mäts på kortsiktiga säljresultat snarare än långsiktiga marknadseffekter, vilket får till följd att marknadsinsatserna prioriteras ned.

För att nå verklig långsiktig framgång krävs därför att företagsledningen sätter mätbara

mål och utvärderar effekterna både på kort och lång sikt.

Inköpsprocesserna inom framför allt business to business förändras snabbt och det ställer nya krav på säljaren.

**BÅDE INFORMATIONSSAMLING** och referenstagning av leverantörer sker allt oftare helt digitalt och konkurrensen blir allt mer global. För att kunna sticka ut och påverka bilden av företaget krävs därför en nära koppling mellan de insatser som görs

i marknadsföringen och i säljprocessen.

**DE FÖRETAG SOM** inte lyckas integrera marknad och sälj för att möta den nya affärsvärlden får snart se sig ifrånsprungna i den globala konkurrensen.



MIKAEL JULHER  
vd, PMP Marknads-konsult

Nyhet!  
DDoS Protection

Hur stoppar du DDoS-attacken innan den når er webbtjänst?

IP-Only DDoS Protection analyserar er trafik och blockerar attackförsök. Scanna och läs mer. [www.ip-only.se/trafikanalys](http://www.ip-only.se/trafikanalys)

IP-ONLY