

NYHETSBRUV | INFOTEAM DAGENE



10100100100101010011110010010110100100111010011001001001001111



FESTMIDDAG FOR ALLE

Festmiddagen er alltid et av høydepunktene under Infoteam-dagene. Selvsagt også denne gangen.

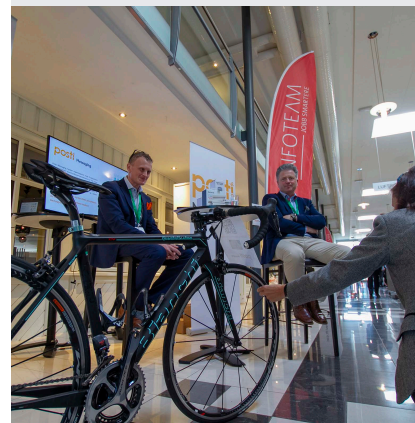


Infoteams festmiddag er topp stemning, god mat, underholdning og godt selskap. Kjøkkenet på Clarion Hotel & Congress sørget også denne gangen for serveringen, mens Rune Andersen sto for underholdningen.

KREATIVE KONKURRANSER

Spennende konkurranser og flotte premier hos leverandører og partnere.

Stort spenn i både oppgaver og premier, med temaer langt utover M3-hverdagens gjøremål. Infoteamdagene er også leverandørenes stormønstring, der de spiller en viktig rolle som sponsor, diskusjonspartner, medspiller og deltager.



PÅ VEI MOT SKYEN:

Forandringen skjer nå, og det går raskt

- Vi har utvilsomt passert et "tipping point", det er en radikal forskjell fra bare et par år tilbake, fastslo Bo Hjort Christensen, med referanse til skytjenester. Tonen var satt, men det var bare begynnelsen. To dager og 34 foredrag senere hadde alle fått sitt.

DE SOM HAR VÆRT med en stund, vet hva oppgraderingsprosjekter medfører, i planlegging, ressursbruk, tilpasninger og kostnader. Fremtiden ser

annerledes ut, og det var da også hovedbudskapet fra Infor.

- Ingen grunn til å vente med å fjerne Java-modifikasjoner, SQL-opkall, delte mapper og andre utdaterte løsninger, lød oppfordringen fra Ole Rasmussen.

FOR MOWI, tidligere Marine Harvest, er M3 som skyløsning ikke en fremtidsdrøm, men en realitet, og årets arrangement landet fjellstøtt da **Arnt Mjøen** oppsummerte erfaringene fra Mowis prosjekt. De kjører i dag M3 som en abonnementsløsning i skyen, med 850 brukere i 9 land.

- Ingen produksjon har stoppet opp under prosjektet, og vi har kommet ut på en god måte. M3 cloud er så bra at det nesten er litt kjedelig, oppsummerte Arnt.

INFOTEAMDAGENE handler ikke bare om hvor M3 beveger seg, det handler også om å knytte nye kontakter, få innblikk i små og store prosjekter fra ulike bedrifter, møte Infors medarbeidere, treffe partnere og leverandører, og oppleve at Infoteam er en brukerforening som gir merverdi til medlemmene. **Takk for i år, og vi ses 23.-24. mars 2020 på samme sted!**



GOD STEMNING og engasjerte deltagere under to travle dager på Gardermoen.

Hvor går veien videre?

Infor stilte som vanlig med toppet lag på Infoteam-dagene. Mens ERP-nestor og konferansier Bo Hjort Christensen ikke var redd for å stille kritiske spørsmål.

ÅRETS INFOTEAMDAGER ga tydelige signaler om M3-veien videre. **Ole Rasmussen** og **Johan Made** fra Infor hadde mange gode svar på spørsmålene fra konferansier og ERP-nestor **Bo Hjort Christensen**. Noe av det mest gledelige er at Infor bygger opp sin nordiske organisasjon, og ikke det motsatte. Sponsing av det svenske skilandslaget har nok mer symbolikk enn praktisk nytte for M3-kundene, derimot er det all grunn til å merke seg at både salgs- og strategiområdet forsterkes for Norden. Johan ga

mange eksempler som bekrefter at Infor seiler i god medvind, og at M3 er blant forretningssystemene i fremste rekke med tanke på cloud og multi tenant.

ENDRINGSKAPASITET. Smak på ordet, sa Bo i sitt innledningsforedrag. Hans erfaring er at det i for stor grad er de myke hindrene som står i veien for en vellykket digitalisering. – Kompetanse. Kultur. Organisasjon. Myke hindre som altfor ofte forsinker gode prosesser, og dessverre opptrer de ofte også parvis. Bos erfaring er at det i mange tilfeller ikke er samsvar mellom bedriftens ambisjonsnivå og dens faktiske endringskapasitet.

INFOR ER NÅ TILSTEDE i 54 land med et system som er tilgjengelig på 27 språk, også arabisk. Uansett språk, versjon 13.4 blir den siste med tradisjonell versjonsnummerering, for det er en ny vei som vil gjelde, den er i skyen og den er skalerbar både



KRITISKE SPØRSMÅL fra Bo. Klare svar fra Infors Ole Rasmussen.

oppover og nedover.

– Dere vil oppleve M3 cloud som utrolig kraftfullt når det kommer ny funksjonalitet hver måned, i en hverdag fri for oppgraderingsprosjekter, sa Ole Rasmussen, med ikke mindre enn 18 års erfaring fra M3 og dens forgjengere. Hans kollega Johan Made har

langt kortere fartstid, men definitivt ikke lavere ambisjoner for M3 i Norden. – Vi må arbeide enda nærmere partnerne, noe vi prioriterer høyt. M3 har de mest aktive kundene og de beste brukereforeningene. Eierne er opptatt av langsiktighet og for tiden er det hele 125 nye prosjekter i arbeid på verdensbasis, fortalte han.

Matindustrien går i bresjen

MANGE AV aktørene innenfor matindustrien er M3-kunder, og de delte raust av erfaringene sine under Infoteamdagene. Norgesgruppen fikk M3 inn i konsernet da de overtok Bakehuset for noen år siden, og siden den gang har de tatt i bruk M3 i mange av selskapene. Store prosjekter er i full gang, blant annet har Joh. Johansson Kaffe både innført M3 i et 9 måneders prosjekt og det jobbes for fullt med å flytte kaffeimportøren fra Filipstad til nytt, miljøvennlig bygg i Vestby. **Kim Christensen** fortalte at det er aktuelt å innføre M3 i enda flere av Norgesgruppens selskaper de kommende årene.

EN ANNEN KJENT matindustribedrift, Kavli, er i full gang med

et stort prosjekt for digitalisering av rapportering fra testing i produksjonen.

– Temperatur, fettprosent, holdbarhet og annet testes kontinuerlig. Mens resultatene tidligere ble ført på papirskjemaer, skjer alt nå rett på skjerm. Fastmontert digitalt kamera forenkler prosesser hvor man tidligere klippet ut emballasjen og limte den på rapportskjemaet, fortalte og viste **Erik Lippert** fra Kavli. Ringpermene tilhører historien, informasjonen er i stedet tilgjengelig digitalt der den behøves, noe som krevde 144 nye touch-baserte skjermer i Kavli-anleggene. – I øyeblikket er vi halvveis på lista over de 54 forbedringspunktene som ble avdekket i 2016, fortalte Erik.

NORGESGRUPPEN er et av matindustriens lokomotiver som benytter M3. Kim Christensen fra Norgesgruppen delte erfaringer med Infoteams medlemsbedrifter.



WORKSHOP om grunndataforvaltning med Skibygg.

Workshop med Skibygg

Skibygg var blant bedriftene som delte av sine erfaringer om forvaltning av grunndata.

MARTIN JOHNSEN fra Skibygg fortalte at de bruker rundt ett årsverk på vedlikehold av grunndata i M3, fordelt på tre medarbeidere. Unike produkter, eksempelvis vinduer produsert etter mål, utgjør store verdier men betyr samtidig mye ma-

nuelt arbeid. Andre produkter, som skruer, erstattes ofte av nye og nesten identiske produkter, og bedriften ønsker å selge ut eksisterende lager før nye artikkelnumre tas i bruk.

RUNDT 95 PROSENT av artiklene kommer fra Norsk Byggevardatabase, en base de kjører import/vedlikehold mot hver natt. En lydør forsamling fikk med seg Skibygg sine erfaringer om temaet og hvordan de løser utfordringene i en bransje med sterk konkurranse og mange produkter.



INFOR **M3**



STYRETS SAMMENSETNING:

Dette er Info-teams nye styre:

Kari-Anna Fiskvik, Voice
Sigurd Eiesland, Infor
Ståle Solheim, Mowi
Hege Solheim, Bakehuset
Tom Fredrik Bredesen, Columbus
Ivar Oldervik, Wonderland
Anne Berit Sandvik, Stokke

Vararepresentanter:

Usman Malik, Skala
Ellen Langseth, Tools
Øystein Reppe, Vince
Jon Arne Beien, E. A. Smith

Styrets sekretær:

Lena Lundell

Valgkomité for neste periode:

Ken André Mikkeltborg, Bilglassgruppen
Erik Grobstok, Infor
Arnt Mjøen, Mowi

Ta kontakt med noen av disse personene hvis dere har saker for styret. Bruk vår e-post:
infoteam@infoteam.no

Informasjon betyr alt!

Brødrene Dahl har erfart at produktinformasjon er kritisk for å lykkes med ehandel. Kunstig intelligens er neste skritt for grossisten med 196.000 produkter.

– Finner ikke kundene tilstrekkelig og relevant produktinformasjon, forlater de handlekurven umiddelbart. Mange forstår ikke verdien av kvaliteten på grunndataene, presiserte **Gunnar Aftret**. Sammen med kollega **Tora Bøhn Søreide** orienterte han om bedriftens erfaringer og videre planer innenfor ehandel.

produkter som at kunden skal lete dem frem, sa Gunnar.

SIDEN 2001 har ehandelsløsningen til Brødrene Dahl AS vært integrert med ERP-systemet, med alle artikler etablert i M3. 30.000 produkter selges i dag på nett, og rørleggerne er den kundegruppen som i størst grad handler elektronisk. Antall ordrer i ehandel økte med 55 prosent i 2018, og halvparten av omsetningen for rørleggerne gjøres nå i nettbutikken.

NÆRKONTAKT MED kundene og høy prioritet i egne rekker har vært blant suksessfaktorene hos Brødrene Dahl. - Utvikling av ehandel er langt mer enn en IT-oppgave, det er arbeid for ildsjelene, understreket Tora og Gunnar.



Vi har slaktet hellige kuer og slukt kameler.
Gunnar Aftret

- De unge innkjøperne etterspør ikke lenger trykt varekatalog, de vil ha alt tilgjengelig digitalt. Vår målsetting er å tilby dem bransjens beste nettbutikk, der produktene er beriket med bilder og all nødvendig informasjon. Kunstig intelligens er en del av planen videre. Fremtidens ehandelsløsning må lære seg kundens handlemønster og behov, og i like stor grad tilby

Hvordan redusere sårbarhet?

DIGITALISERINGEN SKAPER fordeler, men gjør oss også mer sårbare. Innkjøpspriser eller kalkyler på avveie kan potensielt få store konsekvenser i enhver bransje, derfor er det nødvendig å ta sikkerhet og sårbarhet på alvor. **Thormod Berger** fra Vince og **Ole Martin Holt Jacobsen** fra Varner viste hvordan den rollebaserte løsningen VSE fra Vince fungerer. VSE benytter et API mot M3, men rollestyringen foregår i VSE. I en praktisk rettet workshop viste de hvordan roller settes opp, varslinger fungerer og man enkelt kan hente ut rapporter for ledere, revisor eller andre.

