

# IBM Cognos Performance

## Better Intelligence. Better Business.



### En smart dag

Vad är intelligens och hur kan företag förvandla information till intelligens? Årets upplaga av IBM Cognos Performance tog sig an de stora frågorna. Och en publik bestående av stora delar av landets intelligentia i form av CFO:s och CIO:s förväntade sig stora svar. Huruvida sådana levererades får du veta här.



IBM COGNOS PERFORMANCE 2009 NÄR NÄSTAN 10 000 MÄNNISKOR ÖVER HELA VÄRLDEN. HÄR ÄR NÅGRA AV DEM.

#### – INTELLIGENS. SMAKA PÅ DET!

Stora hörsalen är fylld till bredden när dagens moderator tillika IBM Sveriges presschef Anders Hermansson prick klockan nio tar till orda. Utanför panoramafönstren på Hotel Clarion i Stockholm ringlar trafiken in mot Södermalm så sakta, så sakta. Inne på hotellet hörs ett förväntansfullt sorl från fler än 300 personer som samlats för att ta reda på hur IBM:s intelligens kan hjälpa dem att bli mer framgångsrika.

Under parollen "Better Intelligence. Better Business." är det för 13:e året dags för IBM Cognos Performance, en heldag där IBM Cognos, partners och kunder delar med sig av inspiration, kunskap och värdefulla insikter. I år är det fler praktikkfall än någonsin eftersom det är dem deltagarna brukar uppskatta mest.

INTELLIGENSEN finns redan; det är dags att börja använda den, proklamerar Anders. Och det är just det den här dagen ska handla om. Intelligens betyder förstånd, begävnig och skarpsinne. Att använda kunskap för att prestera bättre. Vi har kommit till vägs ände när det gäller infrastruktur. Vi kan inte längre överutnyttja resurser som vägnät och elnät. Det är inte längre möjligt att åstadkomma stora förbättringar genom att

bygga mer och lägga till. Vi måste börja använda intelligens.

Vi har massor av teknik som hjälper oss att samla in information och dra slutsatser. Nästa utmaning är att använda intelligensen.

Efter denna tankeväckande inledning avslutar Anders med ett gott råd:

– Passa på att prata med våra partners. Det är enda dagen på året som konsulting är gratis.

OCH SÅ förlöpte dagen. 19 olika seminarier för alla smakriktningar. Ekonomerna kunde lära sig hur man ökar sitt cashflow genom working capital eller om spännande integrationsmöjligheter i IBM Cognos Controller. IT-specialisterna fick veta värdet av att använda IBM:s DW-modeller för att förenkla samarbetet med verksamheten. Befintliga fick tips och tricks om hur de maximerar nyttan i sina IBM Cognos-verktyg. Som brukligt är avslutades IBM Cognos Performance med ett gott skratt när den svenska folksjälen sattes under lupp.

Mättare, tröttare och helt säkert smartare än när vi kom gick vi sedan hem. De som lämnade in utvärderingen fick (självklart) en Rubiks kub. Jazztrio, buffé och god dryck vankades också. För den som var intelligent nog att stanna kvar, vill säga.



# Stormen kan göra oss smartare

Stormar kan göra oss smartare och företag måste behandla information som en tillgång. Det och mycket mer slog Juha Teljo fast under en resa i ett rasande tempo som tog oss från ett Cognos-kontor i Finland för 20 år sedan till drömmen om en alldeles speciell iPhone.



När Juha Teljo – som enligt moderatören ätit, andats och levt verksamhetsstyrning i snart 20 år – är idag Nordic Executive för Cognos Software men började sin bana med en låda med Cognos PowerPlay och tre disketter. Mycket har hänt sedan dess. Till exempel kommer 30 miljoner nya enheter förmedla information nästa år och en triljon enheter är uppkopplade mot internet.

Informationsrevolutionen har inte ens börjat påstår Juha, men hur kan all denna information göra företag mer intelligenta?

På skärmen visas en bild från filmen "The Perfect Storm".

– En majestätisk bild tycker jag själv, säger Juha. En liten båt och en stor våg. Båten är ensam, sikten är dålig. Den kan inte styra utan är helt utlämnad till vågen. Besättningen kan bara hålla i ratten och hoppas.

– Vad skulle de inte betala för information om vad som kommer att hända bortom nästa våg? säger Juha.

I en ekonomisk kris blir värdet av BI mer än tydligt. Förra sommaren kunde vi skymta några mörka moln men få anade att det på några månader skulle blåsa upp till full storm. Företag som flyter omkring likt den här båten behöver kunna dra nytta av all information i cockpit.

– Stormen ger oss brutala fakta om information vi behöver men inte kan få, säger Juha men menar samtidigt att det är en möjlighet.

– Nu är det viktigt att besiktiga båten och identifiera läckorna. Stormar kan inte undvikas, men är vi bättre förberedda ökar våra möjligheter att överleva.

HUR KAN VI LÄRA AV STORMEN FÖR ATT GÖRA ORGANISATIONEN SMARTARE? frågar Juha och berättar om hur en av IBM:s lunchcafeterior kunde sänka kostnaderna för spill radikalt genom att sätta upp monitorer på kontoret som frågade kunderna om de skulle äta lunch den dagen

och vad de tänkte välja. Informationen gjorde cafeterian mer intelligent.

Vilken roll spelar då IBM i allt detta? IBM erbjuder lösningar för informationens hela livscykel där Cognos är toppen på isberget.

– Många leverantörer har visioner, men har de kraften att förverkliga dem? undrar Juha.

IBM vilar på visionen om det informationsbaserade företaget där den bärande idén är att företag måste behandla informationen som en tillgång.

Om världen förändras efter stormen måste företag också förändras för att optimera sitt beslutfattande. I stället för att känna av en förändring och reagera på den kan det informationsbaserade företaget förutse och agera på förändringen.

Vad gör IBM för framtiden? Fortsätter att utveckla lösningar för det informationsbaserade företaget, enligt Juha.

I framtiden kommer mer och mer att handla om användarupplevelsen.

– I stället för att boka möten dit hälften kommer skapar vi en community som är ägnad att lösa ett visst problem. Ingen ny organisation behövs och communityn kan upphöra när problemet är löst.

Med det sagt kan Juha inte hålla sig utan låter oss tjuvtitta på iPhone med inbyggt IBM Cognos 8-gränssnitt. Till sist konstaterar Juha att det har varit en spännande resa sedan den där dagen för 20 år sedan med Powerplay-boxen.

– Och mer kommer!



## Panelen pratar beslutsfattande i med- och motgång

Ekonomi svänger. Vad krävs över tiden? Fyra intelligenta hjärnor får tänka fritt i dagens paneldebatt. Där får vi också lära oss att hälften så mycket är dubbelt så bra och varför alla står i ett gathörn och tittar på himlen.

Paneldebatten är ett nytt inslag i IBM Cognos Performance och äran att medverka vid premiärtillfället fick Ari Riabacke, doktor i beslutsfattande; Johan Lindström, CFO på IBM Sverige, Jarmo Hotti, Integration & Business Intelligence manager på OKQ8 och Christina Bergman, konsultchef på Deloitte. Första frågan går till Johan.

**Strategier och verksamhetsstyrning förändras över tiden. Hur styr vi på IBM?** Strategin ligger fast men vi följer noga upp det operativa kassaflödet. Här ser vi värdet av informationssystem och affärsanalys för att kunna se i förväg vad som är på väg.

**Jarmo, är det en skillnad i hur ni utnyttjar systemen i dåliga tider?**

Absolut! Nu finns en möjlighet att vara kreativ och göra bättre affärer. Vi måste ha koll på vad våra kunder vill ha på stationerna.

**Christina, Deloitte har tagit fram en rapport. Berätta!**

Den heter "Från anfall till försvar" och är en genomgång av hur lågkonjunkturen påverkar våra kunder. Vi listar fem specifika saker: Knipa åt och centralisera, Risk, Hela värdekedjan, Omvärldsfaktorer och Kortare tidshorisonter.

**Ari, skiljer sig beslutsfattandet åt i med- och motgång?**

Nej, det är likadant. Fenomenet kallas social proof, att göra som andra fast man inte måste. Tänk dig en klunga människor i ett gathörn där alla står och tittar upp i himlen fast inget finns att se. Vi agerar på information vi tror att andra har. Det är till exempel därför gifta män är populärare än ogifta.

**Jarmo, hur ser ert koncept för beslutsstöd ut på OKQ8?**

Vi har ett BICC som samlar verksamhetskraven. Det är en bra och bred lösning. Stora investeringar har tagits som nu ska ge förutsättningar för kreativitet.

**Johan, vad lägger du din tid på nu?**

På att förstå organisationens alla delar, hur de är synkade. Jag är sysselsatt!



**Christina, har ekonomens roll utvecklats?**

Den ekonomiska krisen gör att det nu ställs krav på CFO i flera roller. Man måste ha koll på risker, vara snabb, effektiv och hantera sparkrav. Det är inget myshörn direkt. Snarare blåsväder.

**Ari, har du några tips på hur man kan undvika fallgropar i beslutsfattandet?**

Undvik att fatta de sämsta besluten! Vi lever i en informationsnedskräpningsera. Massor av information ger ett sämre klimat för beslutsfattande. The more, the merrier gäller inte. Snarare att hälften så mycket är dubbelt så bra.

## I Sverige är alla normalt märkliga

Interkulturell kommunikation – hur kul är det? Vansinnigt kul om du frågar deltagarna vid årets IBM Cognos Performance efter att de spänt fast säkerhetsbältena och avnjutit en hisnande åktur genom den svenska folksjälen under ledning av engelsmannen och kommunikationsexperten Colin Moon.

Svenskar är märkliga men vi tror att vi är normala. Det är de övriga 99,6 procenten av världens befolkning som är "weird".

Sådana är vi om man får tro Colin Moon, och av skratten att döma i salongen är det inte bara den betraktelsen som träffar mitt i prick.

Som traditionen bjuder är det ett tankeväckande och sinnesvidgande finalnummer. I år i form av Colin Moon, föreläsare om interkulturell kommunikation och engelsman med "häromsistens" och "rörentreprenör" som svenska

favoritord.

Hur är då vi svenskar? Vi lider av svår åldersfixering tycker Colin och visar en artikel i Aftonbladet. Två damer hade tagits som gisslan på Stockholm Central. Artikelns i Aftonbladet börjar med "Ulla, 56...".

– Ni bryr er inte om vad som händer, bara hur gammal hon är!

Dessutom behöver man inte läsa morgontidningen eftersom allt man behöver veta står på flingförpackningen.

Vi är också besatta av opinionsundersökningar anser Colin och visar exempel på hur ett antal procent svarat "Aldrig" på webbfrågan "Hur ofta svarar du på webbfrågor?".

NÄR COLIN BERÄTTAR hur Svensnis chockat de engelska landslagsspelarna genom att gå in i omklädningsrummet för ett "uppläggningsmöte" i syfte att förankra sina idéer, förstår vi att världen kanske inte är redo för ledarskap "the Sven Göran Ericsson-way".

Du ser inte världen som den är, utan som du är. Därför är Colins bästa råd

t att känna sig själv. Det finns bara en sorts humor som alltid går hem och det är självdistans, men det kräver att man känner sig själv. Och med tanke på skrattsalvorna under denna sista timma av IBM Cognos Performance är självdistans något vi svenskar har gott om.





bestående?”, berättar Andreas. Det ledde bland annat till programmet ”One Logica” som fokuserade på att skapa ett företag med kund- och försäljningsfokus och en gemensam kultur. Ett initiativ inom ”One Logica” var en gemensam finans- och redovisningsfunktion med standardprocesser och gemensamt arbetssätt.

Den operativa rapporteringen för samtliga länder skedde vid denna tidpunkt helt i Excel.

– Det tog ett dygn att ”cruncha” Excelarken. Vi pratar inte direkt realtid, fortsätter Andreas.

För att råda bot på detta ville Logica ha en standardiserad, kvalitetssäkrad och konsekvent rapportering och basera den legala och operativa rapporteringen på samma modell.

– Vi ville att ekonomifunktionen skulle fokusera på analys och vara ett stöd till verksamheten, säger Andreas.

Logica valde IBM Cognos bland annat för att lösningen var lätt att integrera och skala upp bortom finansdimensionen.

IDAG TAS ALLA operativa rapporter ut från TM1. Konsolideringen som tidigare tog ett dygn tar nu endast sekunder. TM1 hämtar in och kvalitetssäkrar data direkt från Agresso vilket har ökat tillförlitligheten. Månadsrapporterna är färdiga redan på fjärde arbetsdagen.

## One Logica, flera fördelar

I Logicas värld är förändring det enda bestående. Då gäller det att ha en lösning för beslutsstöd och verksamhetsstyrning som både effektiviserar den dagliga verksamheten och bidrar till att nå de långsiktiga målen.

Det här är berättelsen om hur vildvuxna Logica blev One – med IBM Cognos.

Logica är partners till IBM Cognos, men även flitiga användare av företagets lösningar. Det är som användare Andreas Schöldt, head of CPM, pratar på årets Performance där han berättar om Logicas femårsprojekt för ”operational excellence”.

De senaste åren har Logica genomfört flera sammanslagningar och förvärv. Alla bolag hade egna lösningar och den geografiska spridningen var stor. Och med 39 000 medarbetare i 36 länder pratar vi en stor och komplex organisation. Allt skulle dessutom gå att mäta och optimera.

– Vi ser på verksamheten utifrån två perspektiv: run och change, säger Andreas. Run är det dagliga arbetet och change är realisering av strategin. Utmaningen är att förflytta sig mot mål ”där borta” samtidigt som den dagliga verksamheten optimeras.

FÖR FEM år sedan försökte Logica (då WM-data) att rapportera ur ERP-systemet vilket ledde till prestandaproblem som påverkade den dagliga verksamheten. En mängd lokala och fristående

Excel-lösningar florerade och resultatet var att ingenting kunde styras, mätas eller följas upp.

Idag har Logica Sverige ett väl utbyggt rapportpaket med fler än 1000 användare och full spårbarhet ner till lägsta transaktion. Själv använder Andreas IBM Cognos dagligen.

– Jag kan se vilka projekt som går bra



eller dåligt. Jag gör ekonomisk uppföljning där jag tittar på utfall mot budget och kan fixa avvikelser tidigt.

Samtidigt fick Logica globalt en ny CEO och därmed en ny strategi.

– Frågan var ”Hur kan jag säkerställa att koncernen rör sig i önskad riktning i en värld där förändring är det enda

Nästa steg för Logica är att implementera IBM Cognos Controller integrerat med TM1 för den legala rapporteringen.

– Vi lever som vi lär. IBM Cognos är sanning hos oss, säger Andreas.

Till arrangörens förnöjelse får vi förmoda.

# Användarstyrt beslutsstöd engagerar Landstinget Sörmland

Från en båt som guppar omkring ensam på havet till det ledande verktyget i Landstinget Sörmlands lednings- och styrprocess. Den utmaningen är Anette Holster fast besluten att lyckas med. Här berättar hon hur.

Nyfikenheten på beslutsstöd i offentlig sektor är stor när vi samlas för att lyssna på Landstinget Sörmland och deras arbete med att förändra ett centralt styrt BI-projekt till ett system som svarar upp mot verksamhetens krav och önskemål.

När Anette Holster, systemförvaltningsledare, utsågs till beslutsstödsansvarig fick hon i sitt knä ett projekt utan visioner, som ingen egentligen visste vad de vill göra med eller hur det skulle fungera.

År 2000 utvecklades Mått databasen i samband med att hälso- och sjukvårdsförvaltningen ville uppnå en nyckeltalsamverkan. Målen var dock otydliga och verksamhetens involvering i utvecklingen minimalt.

– Analyskuberna byggdes utifrån vad man trodde att verksamheten ville ha, säger Anette.

Utvecklingen spretade. Det fanns kvalitetsbrister i källdatan, och som om inte det räckte var ägarskapet otydligt.

– Man kan likna Mått databasen vid en båt som gupade omkring ensam på havet, säger Anette.

Med andra ord saknade projektet både förtroende och engagemang. Men det skulle det bli ändring på.

I samma veva tillträdde en ny ekonomidirektör. Eftersom han på pappret var systemägare ville Anette ”sätta honom på

banan”.

– Mina kollegor varnade mig och sa att en ekonomidirektör i landstinget nog har annat att tänka på, säger Anette med ett leende. Men han hoppade på direkt.

STÖDET FRÅN ledningen blev en av projektets allra främsta framgångsfaktorer. Ett strategidokument ligger nu för beslut. Det slår fast att Mått databasen ska omfatta all landstingsägd verksamhet. Den ska både vara ett beslutsstöd och ett informationsstöd som är öppet för anställda som själva ska kunna ta ut kvalitetssäkrad information.

Mått databasen ska vara källan för all intern och extern rapportering.

– Finns informationen här ska den också hämtas här, säger Anette.

Den strategiska inriktningen är också tydlig med att systemet ska vara användardrivet.

– Vi uppmanar användarna att komma med krav, säger Anette. Våra verktyg blir inte bättre än dem som använder dem!

En koncernövergripande systemägar-grupp ska tillsättas, liksom en lednings-grupp och en arbets- och användar-grupp.

– Målet är att hitta bra kravställare,



säger Anette. Vi använder befintliga grupperingar som jobbar med verktyget.

Genomförandet omfattar bland annat uppgradering till Cognos 8 samt en översyn av datalagret för att kunna bygga analyskuber och rapporter.

Där befinner sig Landstinget Sörmland nu – på god väg mot framgång.

## Landstinget Sörmlands framgångsfaktorer

- Strategi i botten: Från IT-styrt till användarstyrt
- Beslutat på högsta nivå
- Utgå från befintliga grupper
- Informera, engagera, utbilda
- Samverkan med källsystemens systemförvaltningar



Där Juha Teljo slutar tar Micael Jonsson vid. Tillsammans med honom tar vi en titt under motorhuven på IBM och hittar en hel familj för företagets informationshantering.

IBM + Cognos + du =

## Det informationsbaserade företaget

Planeten blir smartare. Vi skapar mer information närmast explosionsartat. Här finns en utmaning men också möjligheter. Kan man bli ett informationsbaserat företag kan man bli ett starkare företag. Så inleder Micael Jonson, produktspecialist på IBM.

IBM har en tredelad infrastruktur för att optimera informationsanvändningen. Det handlar om att lagra informationen, distribuera den till rätt person samt att integrera, samla och göra den tillförlitlig.

IBM kallar detta trusted information management.

– Tillförlitlig information är information som är korrekt, komplett, satt i ett sammanhang och begriplig, berättar Micael.

Hur kan man då utvinna den tillförlitliga informationen? Det är här Cognos kommer in. Enligt Micael ställer sig alla verksamheter (eller borde ställa sig) tre frågor: Hur går det?, Varför? och Vad borde vi göra? Det kräver i sin tur tillgång till funktioner för att övervaka verksamheten, gräva historiskt samt planera för framtiden. Cognos-familjen är ett system för att svara på dessa frågor.

Med andra ord är IBM:s lösning en end-to-end-lösning från lagring till optimering.

– Lösningarna kan också användas var för sig eller, gud förbjude, tillsammans med andra verktyg, säger Micael och lockar fram ett skratt.

# OKQ8 höjer pulsen



Cyklar var inte svaret när kristider fick OKQ8 att fundera på hur de kan generera kundvärde i alla processer. En av lösningarna blev i stället "pulshöjande nyckeltal" – levererade med stöd från IBM Cognos.

För några år sedan genomled bensinbranschen sin egen finanskris. Höga drivmedelspriser i kombination med priskrig gjorde att OKQ8 blödde. Det blev början på en spännande resa som ledde fram till pulshöjande hastighetsmätare. Hur det kom sig berättar Magnus Cevung, project director på OKQ8.

När tiderna blev bättre kom framtids-tron åter men den gjorde snarare att för många initiativ påbörjades, varav många inte klarade att ta sig "ända in i kaklet".

– I stora delar av sortimentet var kundvärdet mer än diffust, t ex cyklar, säger Magnus med ett leende. Vi behövde hitta en modell för att generera värde.

OKQ8 VÄNDE blickarna mot ECR (Efficient Consumer Response) som är en metod för att generera kundvärde och öka kundnyttan. I ett första steg gjordes en förstudie. Den blottade en brist på prioriteringar som skapade en förlamande komplexitet.

För att råda bot på detta började OKQ8 följa viktiga nyckeltal.

– Vi ville skapa en daglig puls och nerv hos alla.

ECR handlar mycket om att mäta nytan ur kundens perspektiv, vilket gör nyckeltal till viktiga verktyg. Det är här de nerv- och pulshöjande nyckeltalen kommer in. Dessa lever OKQ8 dagligen med. Mätningarna görs i flera tidsperioder, bland annat gårdagen.

– Då är det färskt, snabbt och nytt. Det är nerv- och pulshöjande!

INFORMATIONEN presenteras som klickbara mätare med drill down-möjligheter. Dessa ligger i IBM Cognos programvara men distribueras även på intranät och i mackinfo. Stationerna ser hur de presterar dag för dag, även det nerv- och pulshöjande enligt Magnus. Stationerna sporrar till förbättring eftersom effekterna syns snabbt.

– Det har varit väldigt lyckat. Man kollar verkligen, säger Magnus.

Nästa steg gjorde informationen än mer närvarande. Monitorer sattes upp i fikarummen på huvudkontoret. På samma skärmar visas även aktuella kampanjer så att alla tydligt kan se hur en kampanj påverkar försäljningen.

– Cheferna reagerar direkt om effekten inte syns, berättar Magnus.

Vilka är då effekterna så här långt?

– Ja, ingen kan undgå att veta hur det går, säger Magnus.

Ledningen kan dagligen följa utfall mot mål. Företaget har lyckats enas om gemensamma mål och inte minst:

– Vi lever med nerv och puls vardagen!

## Röster ur minglet

Fem glada deltagare om varför de är här och vad som varit mest intressant.

### 1.

GUNNAR HOLMERIN  
MARKNADSANALYTIKER, SCANIA

Juha var bra på en övergripande nivå. Tankarna börjar snurra – detta kan man använda.

Jag har fått svar på frågan om vilken nytta vi kan ha av IBM Cognos. Det har varit en dag värd att offra!

### 2.

MATTI VENE  
INTRANÄTANSVARIG, LORENTZEN & WETTRE

Jag är här för att undersöka hur man på ett bättre sätt kan få ut data ur systemet. OKQ8 var intressant. Det tangerar det jag håller på med.

Det har varit genomgående intressanta presentationer.

### 3.

TINA REIMER  
BUSINESS ANALYST, IKEA

Jag är här för att höra var IBM ligger med sin verksamhet. Just nu är det mest intressant med TM1. Jag är nöjd men tyckte det var bättre praktikfall förra året.

### 4.

LENA DJURFORS  
CONTROLLER, VOLVO BUSSAR

Vi använder Excel idag men vill ha en större överblick. Jag har fått en bra bild av IBM Cognos lösningar. Juhas inledning var intressant, och utbudet har en bra bredd. Avslutningen var underbar!

### 5.

BERND UWE BARTH  
KONSULT ANUBISCOMM

Jag ville se vad som finns på marknaden. Uppdatera mig och knyta nya kontakter. Colin Moon var väldigt bra! Jag är nöjd med dagen.