

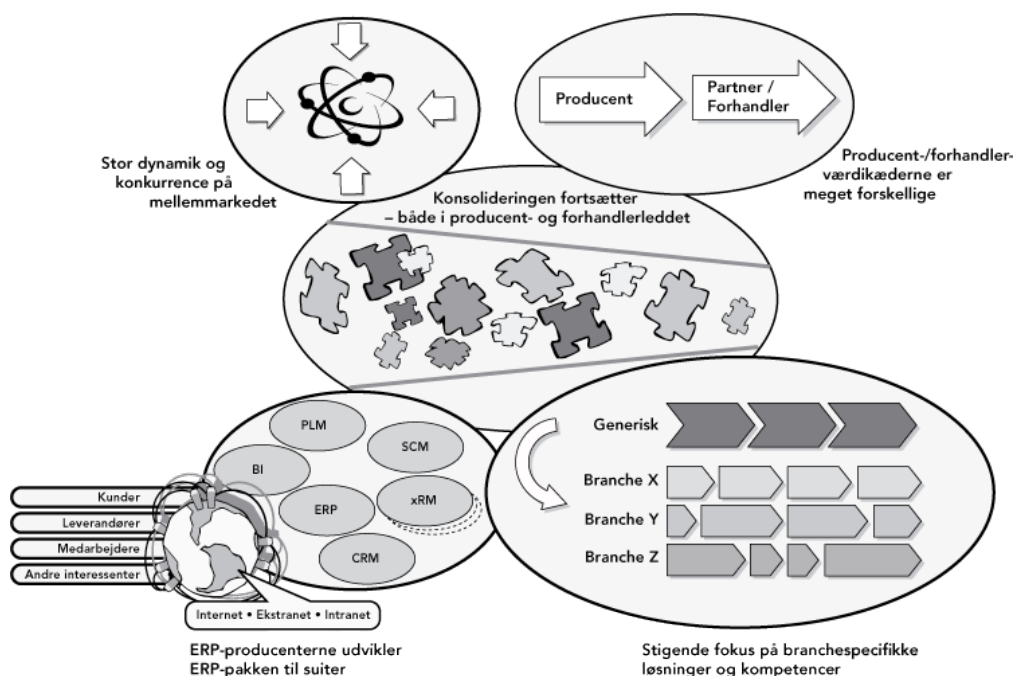
ERP-anskaffelse og -implementering – forstå markedet



Markedet for ERP-systemer i Danmark er dynamisk, i konsolidering og i intens konkurrence. Samtidig nyanskaffes der fortsat ERP-systemer i de største virksomheder. Det er kritisk, at virksomhederne aktivt forstår og forholder sig til det aktuelle marked og de trends, der gør sig gældende.

IT i praksis® viser, at 21 % af Top 500-virksomhederne er i gang med implementering af nyt ERP-system i 2. halvdel af 2005. Flere af de største ordrer har været synlige i medierne.

Fem trends på ERP-markedet



Konsolideringen fortsætter – både i producent- og forhandlerleddet. Der er fortsat overkapacitet på markedet for ERP-systemer. Globalt bliver der i øjeblikket gennemført mere end 50 opkøb og fusioner om året på ERP-området. Tendensen er den samme i Danmark, hvor den er meget synlig i forhandlerleddet. ERP-producenterne må vælge strategi. Der er kun plads til få store suite-leverandører. De øvrige producenter skal finde deres niche, fx udvalgte brancher eller funktionsområder. Som kunde har man ikke glæde af at vælge noget, der ligger midt imellem. Udviklingen vil medføre, at producenterne enten får succes med en klar profil, alternativt bliver marginaliseret. Taberne vil med tiden blive udfaset. ERP-producenternes og -produkternes soliditet skal i stigende grad være en valgparameter, så risikoen for at vælge et system, der bliver marginaliseret, reduceres.

Der er stor dynamik og konkurrence, ikke mindst på mellemmarkedet. De største leverandører, fx SAP, Oracle m.fl., bevæger sig fortsat nedad i markedet til de små og mellemstore virksomheder med forskellige tilbud, både på prekonfigurerede udgaver af nuværende løsninger og med helt nye løsninger. Microsoft med Navision og specielt Axapta har nu funktionalitet til også at dække de større virksomheder og bevæger sig derfor opad i markedet. Samtidig kommer der nye spillere ind på det danske mellemmarked. Der ses på mellemmarkedet fra flere sider. Situationen gør det til en udfordring at få overblik over mulighederne, men giver samtidig et "købers marked" og bl.a. en vis priskonkurrence. Det er væsentligt at foretage en analyse af, hvilke ERP-systemer der bedst matcher virksomheden, udvælge 2-3 og etablere en konkurrencesituation.

Kontaktinfo

Steen Christensen
stec@r-m.com

ERP-producenterne udvikler ERP-pakken til suite. Definitionen af ERP udvikles løbende og udvides. Suiten indeholder nu ud over ERP i nogle tilfælde både CRM, SCM, PLM og BI. Det bliver lettere og billigere at have en væg-til-væg-strategi i modsætning til en best-of-breed-strategi. Den operationelle effektivitet stiger, og integrationsomkostningerne falder. Suite giver mere transparens i værdikæden og bedre sammenhæng i forretningsprocesserne, men der kan for nogle virksomheder mangle muligheder, der kun findes i best-of-breed. Best-of-breed vil pr. definition være foran suiteerne i dybden på funktionaliteten. Virksomhederne skal aktivt overveje, om der med fordel kan flyttes elementer over i suiteen, der tidligere har været varetaget i dedikerede systemer.

Producent-/forhandlerværdikæderne er meget forskellige og ændrer sig løbende. Nogle værdikæder er opdelt i producenter og forskellige typer forhandlere, herunder med forskellige mere eller mindre globale strukturer. I andre værdikæder varetager producenten både rollen som producent og forhandler. Nogle producenter har forskellige partnerstrategier for de forskellige markedssegmenter, og i nogle tilfælde er der både formelle partnere og en underskov af andre. Afhængigheden til samarbejdspartneren er meget forskellig, afhængig af hvilken værdikæde der er tale om. Virksomheden skal være bevidst om værdikæden og overveje, hvilken tilgang der passer bedst til virksomhedens strategi – hvad er vigtigst, fx bestemte brancheløsninger kontra leverandørafhængighed.

Der er stigende fokus på branchespecifikke løsninger og kompetencer. Tidligere havde producenterne typisk ét generisk produkt, hvor det i dag er muligt at få løsninger, der i højere grad end tidligere kan give mere præcis behovsdækning inden for standardfunktionaliteten i form af brancheløsninger. Der er flere valgmuligheder – typisk også inden for den enkelte producent-/forhandlerværdikæde. Det er vigtigt at overveje, om man som virksomhed er så speciel, at man har brug for brancheløsningen, da trade-off ofte kan være en højere løsningskompleksitet. Hvis der vælges en brancheløsning er det kritisk at vurdere, hvilket strategisk fokus producenten har på brancheløsningen. Nogle brancheløsninger er baseret på meget få kunder.

Soliditet skal være en valgparameter. Overvej, om der med fordel kan flyttes elementer over i suiteen, der tidligere har været varetaget i dedikerede systemer. Vær bevidst om værdikæden og overvej, hvilken tilgang der passer bedst til virksomhedens strategi. Hvis der vælges en brancheløsning, så vurder, hvilket strategisk fokus producenten har på brancheløsningen. Lav en analyse af, hvilke ERP-systemer der bedst matcher virksomheden, vælg 2-3 og etabler en konkurrencesituation.

IT i praksis® dokumenterer hvert år udviklingen inden for forretningsmæssig anvendelse af digitale teknologier i de største danske virksomheder. *IT i praksis*® bidrager til mere oplyste og kvalificerede it-strategiske beslutninger og anvendes i det daglige arbejde af både it- og topledere.

Temaerne i *IT i praksis*® omfatter digital forretningsudvikling, strategi, kompetencer, organisering, investeringer og teknologi. *IT i praksis*® har eksisteret siden 1996 og er et samarbejde mellem Rambøll Management og DANSK IT.