

vækstmaskinen

I DAG: INNOVATION & IVÆRKSÆTTERI

mandag: Teknologi og Medier tirsdag: Økonomi og Salg onsdag: Global virksomhed fredag: Idébanken

BLOGGEN

AF FARZAD SABER
CIVILINGENIØR

» For mig er »skyen« en naturlig videreudvikling af ASP og hosting og åbner for en række nye muligheder/fordele, som f.eks. større fleksibilitet i forhold til de traditionelle driftsleverandører, lavere initierings- og driftsomkostninger samt større driftssikkerhed.

I himlen/Cloud computing

■ I mange religioner er himlen det ultimative sted, hvor man får opfyldt alle sine ønsker. Men er »skyen/Cloud computing« IT-verdens svar på himlen? Begrebet »skyen« er et af de hotte begreber, som mange virksomheder i den kommende tid skal forholde sig til.

Nogle vil sige, at »skyen« blot er gammel vin i ny flaske og blot er et nyt navn på ydelser som ASP (Application Service Provider, hvor man lejer en service) og hosting (hvor man udliciterer driften af sine systemer hos systemleverandøren).

For mig er »skyen« en naturlig videreudvikling af ASP og hosting og åbner for en række nye muligheder/fordele, som f.eks. større fleksibilitet i forhold til de traditionelle driftsleverandører, lavere initierings- og driftsomkostninger samt større driftssikkerhed. Min kollega, Claus Qvistgaard, har skrevet en uddybende artikel, der gør rede for disse fordele. Artiklen kan læses på www.erhvervsbladet.dk.

Selv om det lyder som i himlen, er der også en række forhold, som man skal holde øje med, som f.eks.: datasikkerhed, mulighed for integration til andre systemer, afhængighed i forhold til driftsleverandøren samt et stabilt internet.

Hvem har adgang til at se virksomhedens data, lever driftsleverandøren op til persondataloven, hvor nemt er det at hjemtage eller flytte sine data/applikationer til en anden leverandør, hvad er de samlede exit-, opstarts og driftsomkostninger, hvad gør man, hvis man mister adgangen til internettet eller kommer ud for flaskehalse på nettet.

Disse er blot nogle af de spørgsmål, der skal undersøges nærmere inden man beslutter sig for at flytte til »skyen«. Med »skyen« er vi ikke i himlen endnu, men det er et skridt i den rigtige retning.

www.blogs.erhvervsbladet.dk

Udnyt den digitale verden til vækst

ONLINE. Onlineverdenen byder på gode muligheder for at jagte ny vækst og nye markeder for små og mellemstore virksomheder, som kan blive bedre til at udnytte de digitale muligheder.

■ Af Annette Sand

Lyt til dem. Vær synlig, interager – og bliv fundet. Den digitale verden åbner for et væld af nye muligheder for mindre danske virksomheder, der kun er et klik væk fra kunder, samarbejdspartnere og leverandører. Det kan lyde enkelt og ligetil, fordi internettet efterhånden er lige ved musegrebet døgnnet rundt. Men mange mindre virksomheder får alligevel ikke udnyttet de muligheder, som de digitale værktøjer giver dem, har flere undersøgelser konkluderet blandt andet med henvisning til mangel på ressourcer, it-kompetencer eller analyse af teknologiens effekt på virksomhedens forretning.

Det er da også den samme konklusion, der kommer fra Google Danmark, som i samarbejde med softwareleverandøren Mamut og Nordea har lanceret et såkaldt UpdateDanmark-projekt, der har til formål at hjælpe små og mellemstore virksomheder med, hvordan de agerer bedst muligt i den digitale verden.

»Internettet har forandret fundamentale ting. Næsten al information er tilgængelig, alle har muligheden for at publicere data og dele informationer om, hvad de laver. Handelsplatformene er blevet demokratiseret, så

små og store virksomheder konkurrerer på langt mere lige betingelser, hvor selv små nicheprodukter kan finde et marked – hvis der ikke er kunder i Danmark, finder de måske nogen på den anden side af jorden. Vi har da også set gode eksempler på, hvordan virksomheder har udnyttet muligheder til at indtage nye markeder, men langt flere små og mellemstore virksomheder vil kunne udnytte de digitale muligheder bedre,« lød det fra Google Danmarks administrerende direktør Peter Friis, da det første af en række seminarer under UpdateDanmark-projektet løb af stablen i den forløbne uge.

Han peger på, at ni ud af ti danske internetbrugere ifølge undersøgelser søger online, før de foretager et køb, og derfor bør virksomhederne være meget bevidste om deres digitale færden, hvis de vil nå ud til de relevante kunder – og eventuelt indtage nye markeder.

Prøv gratis værktøjer

Ifølge en undersøgelse, som TNS-Gallup har foretaget for Google blandt 12.000 virksomheder i Norden med 1-49 ansatte, er printannoncer fortsat mere foretrukne end onlineannoncer blandt små og mellemstore virksomheder. 84 procent af virksomhederne bruger print, mens 77 procent bruger internet-

tet til annoncering. To ud af ti virksomheder med en hjemmeside markedsfører sig med bannere, tre ud af ti bruger søgeordsmarkedsføring, mens 82 procent satser på at søgeordsoptimere deres hjemmesider og beskriver deres virksomhed som aktiv i de sociale medier.

Google Danmarks direktør Peter Friis opfordrer da også virksomhederne til at prøve kræfter med de mange gratis Google-værktøjer til at søge viden om, hvad der fungerer for deres virksomhed.

»Google har en lang række værktøjer til at analysere trafik på hjemmesiden, søgeord, tendenser osv., som man sagtens kan bruge – også selv om man ikke benytter Adwords,« lyder opfordringen fra Peter Friis.

Skaber synlighed

Netbutikken Festtema, der sælger festartikler, pynt, dekoration og udklædning, var blandt de virksomheder, der lyttede med på seminaret for at få nye input til at udnytte den digitale verden.

»Vi annoncerer primært online. Her lægger vi 95 procent af vores marketing og bruger ikke mange annoncekroner andre steder. Online kan vi selv styre, hvilken risiko vi vil løbe. Der er ikke nogen, der kommer og fortæller mig, hvor mange der har set annoncen, det fremgår direk-

te. Derudover kan man selv vælge, hvor store eller små beløb man vil løbe risikoen for og ændre det løbende,« siger Søren Mejnertz fra Festtema.dk, der længe har brugt Google-værktøjerne på egen hånd, men ønskede nye tip til at udnytte dem bedre til at skabe synlighed på nettet, og var en af de virksomheder, som via en konkurrence arrangeret af Google og ErhvervsBladet fik adgang til en særlig rådgivningstime hos Google Danmark.

En anden af virksomhederne var konsulentvirksomheden Impact Consult, som også var på jagt efter nogle konkrete forslag til optimering af tilstedeværelsen på den digitale platform.

»Vi fik nogle input om markedsføring via hjemmesiden suppleret med Google Adwords, som uden tvivl vil indgå i et forestående genensyn af firmaets markedsføringsstrategi og onlinepraksis. Vi håber herved at kunne øge vores forretningsmuligheder på den brugerdrevne digitale markedsplads,« fortæller administrerende direktør i Impact Consult, Hanne Schou-Rode.

På hjemmesiden www.UpdateDanmark.dk har Google, Nordea og Mamut samlet en række gratis værktøjer og gode råd om, hvordan man kommer i gang med vækst via internettet.

asa@erhvervsbladet.dk

DE DANSKE FORBRUGERE PÅ NETTET

■ Ni ud af ti danskere (16-74 år) har adgang til internettet, og shopping udgør ni procent af tiden på internettet.

■ 92 procent af danske internetbrugere søger online, før de køber (ROPO, 2008)

■ Den samlede årlige e-handel i Norden estimeres til cirka 124 milliarder kroner, hvoraf danske e-forbrugere tegner sig for cirka 32,7 milliarder kroner (DIBS e-handelsindex, december 2008)

■ Omtrent halvdelen af danske online-shoppere har prøvet at ombestemme sig i forhold til, hvilket brand de ville købe efter at have søgt på

internettet (EIAA-undersøgelse, januar 2008)

■ Fire ud af fem voksne personer, der oplever problemer online, deler deres oplevelser med andre – både offline og online (Tealeaf i samarbejde med Harris Interactive, 2008)

■ 73 procent af forbrugerne synes, at søgemaskiner er en nyttig ressource end personlige anbefalinger (63 procent), når de skal undersøge et produkt (EIAA-undersøgelse, november 2007)

Kilde: 'Se mulighederne med digital markedsføring', UpdateDanmark, Google

erhvervsbladet.dk

MERE PÅ NETTET

■ Danskerne brugte 1,5 mia. timer på nettet

■ Find din virksomheds plads på Google Maps

■ Lad nettet bestemme over din hjemmeside