

VIND FREMTIDEN MED DIGITALE FORANDRINGER

DIGITALISERING DER SKABER VÆRDI



Dansk Industri

INDHOLD

- 1 DIGITALISERING DER SKABER VÆRDI**
- 3 Cadpeople/VESTAS**
Vindmøllesimulatorer: Næsten som at være der selv
- 5 EG / Wils**
”Digitale løsninger gav os mod på at vokse”
- 7 Formpipe / Hvidovre Kommune**
Styr på persondata gennem digitale løsninger
- 9 KUBO Robotics / Kroggårdsskolen i Odense**
Børn leger sig til kodning med KUBO
- 11 LEO Innovation Lab / Studies&Me / LEO Pharma**
Digitale løsninger er en gevinst i et komplekst sundhedsvæsen
- 13 Microsoft Danmark / Widex**
”I skyen skaber vi bedre løsninger til vores kunder”
- 15 Online Advisor / Amladcykler**
”Hvis du vil have succes, skal du gøre din leverandør til din kollega”
- 17 Oracle Danmark / Danske Spil**
Sikker databehandling åbner døren for forsvarlig markedsføring
- 19 Signify / Gate 21 / Albertslund Kommune**
Intelligent lys viser vejen for grønne gevinster
- 21 Systematic / Aalborg Universitetshospital**
Mindre ventetid for patienter og medarbejdere
- 23 Virsabi / Bang & Olufsen**
In the business of Goosebumps

VIND FREMTIDEN MED DIGITALE FORANDRINGER

DIGITALISERING DER SKABER VÆRDI

Kære læser

Teknologi og digitalisering forandrer gradvist vores hverdag. Vores måde at drive virksomhed på, kommunikere med hinanden på, yde services på og skabe oplevelser for andre på. Og i langt de fleste tilfælde er det en positiv forandring, som vi kan være glade for og stolte af i et højteknologisk samfund som Danmark, der som udgangspunkt ikke har været bange for at tage det digitale og teknologierne til sig.

Men ofte sker det, at det er de mindre gode historier om forliste storskala it-projekter, robotter der tager over, varme hænder der bruger for meget tid ved tasterne, hackerangreb og manglende respekt for persondata, der fylder vores nethinder med ærgerlige oplevelser og mindre tillid. Samtidig er der stadig alt for få danske virksomheder, organisationer og myndigheder, der griber nok ud efter de digitale muligheder.

Med casene i denne publikation har vi ønsket at inspirere og fortælle nogle gode historier. Gode historier om digitale forandringer, der er lykkedes, og har gjort en forskel til noget bedre. Der støtter op om et Danmark i vækst og balance – ikke det modsatte.

Der er ikke tvivl om, at der er udfordringer forbundet med den digitale transformation, vi oplever i vores samfund i dag, men der er så sandelig også muligheder. Muligheder for stærkere vækst for vores virksomheder, spændende produkter til vores forbrugere og bedre velfærdsydelser til vores borgere. Muligheder der realiseres gennem modige, vedholdende og tillidsfulde win-win samarbejder mellem kunde og leverandør, store som små, og på tværs af brancher og sektorer, det offentlige og det private.

Vi stopper ikke her og vil løbende sammen med vores medlemsvirksomheder, deres samarbejdspartnere og kunder fortælle gode digitale historier på vindfremtiden.dk. Jeg håber, I vil følge med og læse med – finde forståelse og blive inspireret til at gribe mulighederne.

God læselyst

Lars Frelle-Petersen
Direktør i DI



Info layer X

Tools

-
-
-
-
-
-
-
-
-

RECEIVER tool
MANOMETER

BEKA WIND

Multimeter Info layer X



Ohms Probe

+ -

Legimaster

Cadpeople / VESTAS

Vindmøllesimulatorer: Næsten som at være der selv

Som global vindmølleproducent er det udfordrende og ressourcekrævende for Vestas Wind Systems A/S at uddanne medarbejdere i mange afkroge af verden. Derfor har Vestas indgået et samarbejde med den visuelle kommunikationsvirksomhed Cadpeople A/S om at skabe digitale vindmøllesimulatorer, så Vestas kan få uddannet sine folk lokalt – ”kun” ved brug af intelligente softwareprogrammer og kæmpe touchskærme.

7.500. Så mange servicemontører uddanner Vestas hvert eneste år i at betjene sine forskellige mølletyper. Det er en proces, der traditionelt har betydet store omkostninger, fordi medarbejderne har skullet gennemføre deres træning omkring fysiske vindmøllemodeller. Men Vestas har nu fået en anden mulighed, efter de indgik et samarbejde med den visuelle kommunikationsvirksomhed Cadpeople om at udvikle digitale vindmøllesimulatorer og visuelle træningsmaterialer. Nu kan Vestas uddanne montørerne i de forskellige møller – der hvor de er, på tværs af landegrænser.

Jens Midtiby, Senior Specialist, Training Development i Vestas, ser store fordele ved de digitale løsninger: ”Den største gevinst er, at vi kan træne vores montører lokalt. Derudover er der en række omkostningsgevinster ift., at vi ikke længere skal ud og investere i analoge simulatorer, som både koster meget at fremstille og meget at drifte.”

Arbejdet med udviklingen af digitale simulatorer startede som et vellykket projekt mellem Vestas’ datterselskab, MHI Vestas, der producerer havvind-

møller og Cadpeople. Derfor faldt valget af samarbejdspartner også naturligt på Cadpeople, da Vestas skulle digitalisere sine uddannelsesforløb for landmøller. ”Hele forløbet har været en udviklingsrejse for os. Vi har lært noget nyt mange gange, og der har været mange a-ha oplevelser løbende – både for os og for Cadpeople,” siger Jens Midtiby, og fortsætter: ”Vi troede, der var flere hyldevarer, der kunne løse vores behov for digital træning, men vi har i tæt samarbejde med Cadpeople skullet helt ned i vores møllers opbygning; og gøre dem digitale.”

CEO i Cadpeople, Claus Riekehr Møller, har stor respekt for det mod, Vestas har udvist ved at kaste sig ud i et sådant projekt: ”Med implementeringen af vores digitale løsning går uddannelsesforløbene fra noget meget fysisk til noget, der kun foregår på en touchskærm. Det kræver stort mod af en virksomhed at tage det skridt, og derudover også at indgå i et samarbejde med en mindre virksomhed omkring det.”

Brian Smedegaard Pedersen, Training Development Specialist i Vestas, arbejder til dagligt med uddannelsen af montører gennem de nye simulatorer. Ifølge ham giver det langt flere muligheder for at træne medarbejderne end tidligere: ”Med den digitale simulator har vi fået mulighed for at lave langt flere praktiske øvelser. Vi arbejder med medarbejdere, der arbejder bedst ved at bruge hænderne, så vi ønsker at implementere så mange praktiske øvelser som muligt i vores træning af dem. Det kan vi endnu bedre i en digital verden, hvor vi kan have flere digitale simulatorer i brug på samme tid på de enkelte kurser.”



EG / Wils

”Digitale løsninger gav os mod på at vokse”

Fra 16 til 80 mand. Øget indtjening og bedre struktur i de interne processer. Det er, hvad EG A/S' integrerede it-løsning til håndværkere har betydet for byggefirmaet Wils A/S. Et tæt samarbejde om en digital rejse fra manuel indtastning af ugesedler til et it-integreret sagsstyringssystem har givet Wils modet til at vokse.

Et byggeprojekt omfatter mange ting. Spørg bare Thomas Wils, håndværksmester og ejer af byggefirmaet Wils. For at sikre et godt og solidt udført byggearbejde, skal man have så nem adgang som muligt til information om arbejdet – selv flere år senere. Wils valgte derfor at indføre EG's integrerede it-løsning til håndværkere for at gøre sagsstyring nemt og hurtigt. Det har været en stor succes i virksomheden, og har bl.a. medført en vækst i medarbejdere fra 16 til 80 mand. ”Digitaliseringen har uden tvivl givet mig modet til at vokse og til at tage større byggeprojekter ind. Uden det overblik, jeg har fået gennem systemerne, havde jeg aldrig kastet mig ud i så store opgaver,” siger Thomas Wils.

Den imponerende vækst er også blevet belønnet med en kåring som gazelle-virksomhed to år i træk og en titel som Danmarks mest it-modne håndværksvirksomhed inden for aflevering og kvalitets sikring.

EG er også tilfreds med resultatet af samarbejdet med Wils. Det er en digital succeshistorie i en branche, der ofte ser det som frustrerende at komme med på den digitale bølge. ”Generelt er udfordrin-

gen i byggebranchen, at virksomhederne har svært ved at investere tiden i at implementere it, og for Wils var it-systemet i begyndelsen også mest et nødvendigt onde. Omvendt var netop Wils særdeles dygtige til at holde fast, da først beslutningen om at prioritere digitaliseringen var taget. Wils har sat den digitale barre rigtig højt, og forventer kun det bedste af os som brancheleverandør. Det har kun medvirket til at gøre vores løsning endnu mere konkurrencedygtig,” siger Mikkel Bardram, CEO hos EG.

Administrationsprocessen har rykket sig meget i de 10 år, Thomas har haft sin virksomhed. For ham var det afgørende at få digitale løsninger, der kunne tildannes i takt med, at forretningen udviklede sig. EG tilbyder netop produkter, der kan bruges, som de er, men som også kan udvides og ændres, efterhånden som der opstår et behov. ”Der er mange, der synes, det er besværligt at starte op med it. Jeg vil sige til alle håndværkere: Få nu startet, for det er fremtiden,” siger Thomas Wils.

EG har gennem 35 år arbejdet på at optimere byggeriets arbejdsprocesser, og ifølge CEO Mikkel Bardram er det netop grunden til, at de kan levere en tilpasset brancheløsning, der på kort tid digitaliserer og optimerer arbejdsprocesserne. ”Wils har oplevet en flot vækst, fordi det er en dedikeret og dygtig håndværksvirksomhed. Byggebranchen arbejder med stadigt mindre marginaler, så en håndværksmester skal være helt skarp på, hvad hans kerneforretning er – og hvad den ikke er. Det overblik har Wils fået i vores it-løsning,” siger Mikkel Bardram.

Formpipe Kvalitetskontrol

⏪ Vi har observeret, at periode, disse bør læses

Temaet for observationerne: Overholdelse af registrering

Acadre - Dokument (20)

Ås dokument

Udsæt

Godkend

Dokumenttitel

Formpipe / Hvidovre Kommune

Styr på persondata gennem digitale løsninger

Formpipe Software A/S har leveret en løsning til Hvidovre Kommune, som sikrer høj datakvalitet og skaber en ny bevidsthed om værdien af data hos kommunens medarbejdere. Det tætte samarbejde mellem Formpipe og Hvidovre Kommune er baseret på tillid og fleksibilitet, og har ført til en softwareløsning for datasikkerhed og -kvalitet, som kan støtte op om kommunens systemer.

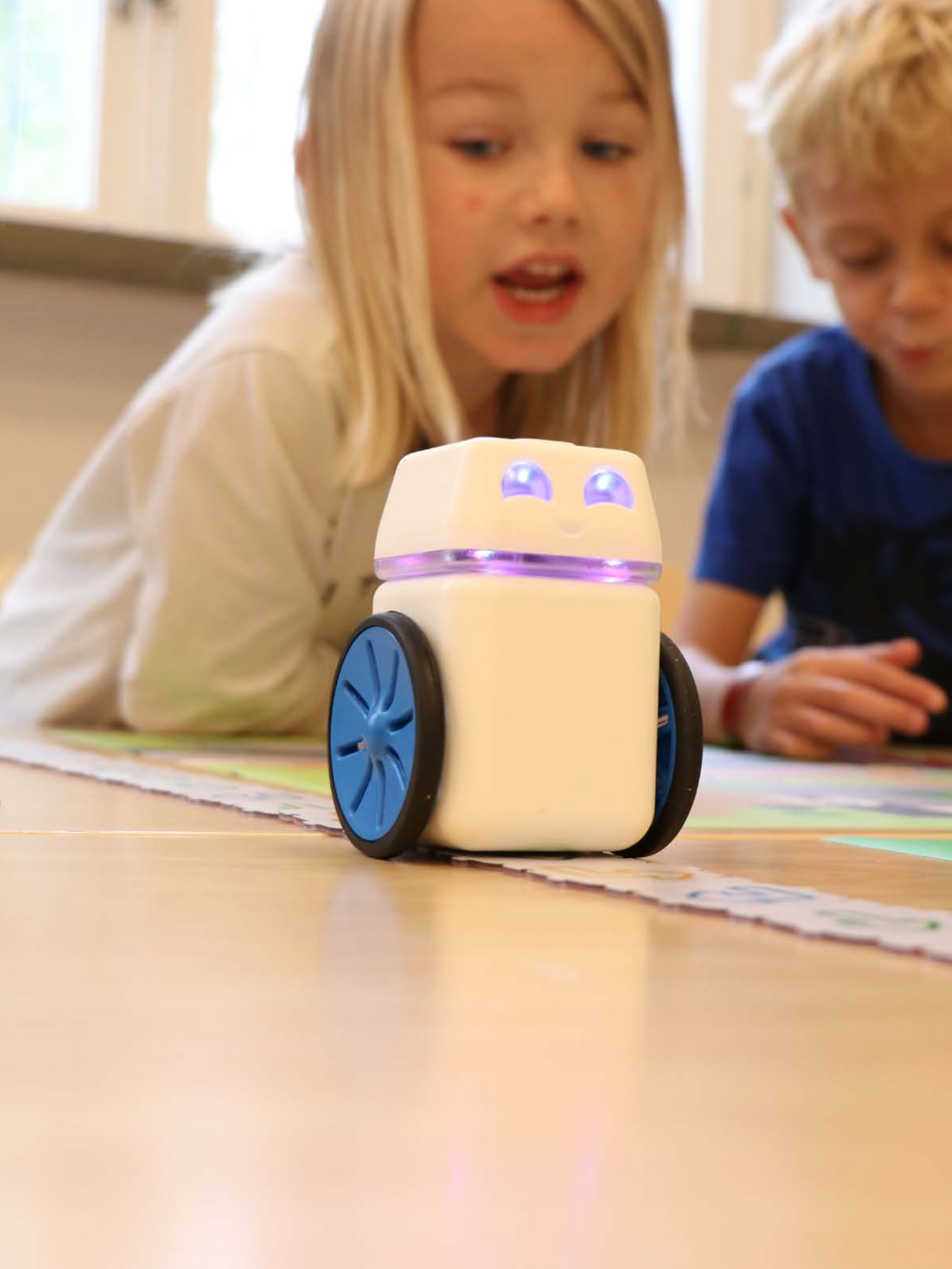
Formpipe har leveret softwareløsningen Kvalitetskontrol til Hvidovre Kommune. Den sikrer høj kvalitet og orden i data på tværs af indbakken, fildrev og sagsbehandlingssystemet. Helt konkret scanner platformen kontinuerligt kommunernes datakilder på baggrund af et sæt regler, som let tilpasses og udbygges af kommunen selv. Platformen gør Hvidovre Kommunes datakvalitet kvantificerbar, og øger bevidstheden omkring databrug og -sikkerhed herunder compliance med den nye persondataforordning.

Formpipe har fra starten af udviklingen af Kvalitetskontrol arbejdet tæt sammen med Hvidovre Kommune: "Implementeringen af Kvalitetskontrol har været en succes, fordi vi har sørget for et tæt og tillidsfuldt samarbejde. Det er i den sammenhæng vigtigt, at vi erkender, hvad vi og vores løsning kan bidrage med, og hvad Hvidovre Kommune kan bidrage med. For at finde ud af, hvilke udfordringer løsningen skal løse, kræver det et tæt samarbejde med de medarbejdere, der sidder med udfordringerne, og som i sidste ende skal bruge løsningen," siger Thomas à Porta, adm. direktør i Formpipe. Ifølge

ham har det været centralt, at it-systemet er fleksibelt, så det kan tilpasses en virkelighed, der hurtigt ændrer sig, og så Hvidovre Kommunes medarbejdere løbende kan videreudvikle løsningen. "Vi skal lytte til deres forretningsbehov og deres hverdag," siger han.

Med persondataforordningen sættes der ekstra fokus på, hvordan medarbejderne i Hvidovre Kommune skal have en valid registrering af persondatahåndtering. "Kvalitetskontrollen betyder, at medarbejderne kan være trygge i deres efterlevelse af persondataforordningen – de får konkrete anvisninger og hjælp til at rette fejl og forbedre datakvaliteten. Indirekte vil vi blive mere gennemsigtige i forhold til borgerens private sager. Det er med til skabe det digitale fundament for visioner for fremtiden," siger Søren Ladefoged, Centerchef for Digitalisering, Kommunikation og Erhverv i Hvidovre Kommune. "Det vigtigste i samarbejdet har været, at vi kender hinanden som samarbejdspartnere. Der har fra starten været opmærksomhed på sammenhængen mellem brugernes behov og leverandørens løsninger," fortsætter han.

Kundens store medbestemmelse har givet nye muligheder for samarbejde mellem kunde og leverandør, og Hvidovre Kommune ser et yderst positivt resultat i løsningen. "Leverancen skaber værdi for både Hvidovre Kommunes medarbejdere, ledelse og ikke mindst for borgerne, der kan være trygge ved, at deres data behandles forsvarligt," siger Søren Ladefoged.



KUBO Robotics / Kroggårdsskolen i Odense

Børn leger sig til kodning med KUBO

Kubo Robotics ApS, der producerer læringsrobotter, har en klar vision: De vil have det produkt på markedet, der bedst understøtter teknologiforståelsen hos børn i folkeskolen og inkorporerer den i de eksisterende fag. Gennem et tæt samarbejde med, Kroggårdsskolen i Odense får KUBO kontinuerlig sparring på deres produkt, og skolens mindste elever lærer samtidig de basale principper bag kodning og programmering.

Lad os give elever i indskolingen den dybdegående forståelse for teknologi og programmering, der er behov for i et samfund, hvor teknologi spiller en stadigt større rolle. Dét var visionen hos Daniel Friis Lindegaard og Tommy Otzen, da de skabte KUBO. KUBO er en læringsrobot, der lærer børn at kode ved at trække kodesproget ud af computeren, så børnene kan arbejde med det gennem fysiske brikker. ”Læring foregår særligt stærkt hos børn, når man benytter sig af fysiske og konkrete eksempler. Det er derfor man typisk arbejder med pærer og æbler i matematik, og på samme måde er det vigtigt, at man arbejder med fysiske elementer og fysisk feedback, når man arbejder med programmering,” siger Daniel Friis Lindegaard, COO og Co-founder i Kubo Robotics.

Gennem udviklingen af læringsrobotten har Kubo Robotics arbejdet tæt sammen med Kroggårdsskolen i Odense, der bruger KUBO i sin undervisning. Kubo Robotics får løbende feedback på deres

produkt gennem en tæt dialog med underviserne på skolen og observation af, hvordan eleverne arbejder med KUBO, når den inddrages i undervisningen. ”Det særlige ved vores samarbejde med Kroggårdsskolen er, at vi virkelig har at gøre med nogle ildsjæle, der adderer rigtigt meget værdi til vores udvikling. Vi har en god forståelse af teknologien, og hvordan den kan tænkes ind i læring, men det er skolen, der har forståelsen for, hvordan det rent faktisk bliver brugt i klasselokalet. Helt konkret har vi fået udviklet det første læringsmateriale til KUBO gennem vores samarbejde med Kroggårdsskolen, og det er også det materiale, vi bruger internationalt, når vi søger ind på nye markeder,” siger Daniel Friis Lindegaard.

Skoleleder på Kroggårdsskolen, Mogens Falk, beskriver det som en ”win-win-situation”, der er baseret på en gensidig tillid. Det har sikret et kontinuerligt samarbejde, der gavner Kubo Robotics’ produktudvikling, men vigtigst af alt ”har gjort, at børnene hele tiden har kunnet være nysgerrige på ny læring, hele tiden har kunnet udfordre sig selv, og hele tiden har kunnet se muligheder i teknologien, de kun ser, når de arbejder direkte med den.”

Underviser på Kroggårdsskolen, Rikke Lohman Vestergaard, oplever i høj grad, at eleverne høster frugterne af samarbejdet. ”Med KUBO bliver læring til en leg for mine elever. Det gør det lettere og sjovere for dem at fejle, fordi det bliver en del af legen – ligeså vel som det bliver sjovere for dem at lede efter den rigtige løsning på problemet.”



LEO Innovation Lab / Studies&Me / LEO Pharma

Digitale løsninger er en gevinst i et komplekst sundhedsvæsen

Hvordan bygger du bro mellem en forskningstung medicinalindustri og en ny digital verden? For LEO Pharma A/S blev svaret en ekstern innovationsenhed, LEO Innovation Lab, der skulle udvikle digitale løsninger til at lette hverdagen for patienter med kroniske hudsygdomme. På baggrund af et tæt samarbejde mellem videnskabelige og digitale kompetencer har man nu udviklet Studies&Me – en platform for kliniske studier

Hvordan griber man bedst de digitale muligheder, når man er en forskningsbaseret medicinalvirksomhed med mere end 100 år på bagen i en stærkt reguleret branche? LEO Pharmas svar: Opret en ny, selvstændig virksomhed til at arbejde med digital innovation. LEO Innovation Lab, der blev dannet i 2015, bygger bro mellem den historiske viden om sygdomme og behandlinger hos LEO Pharma og nye digitale muligheder for bedre patientservice. "LEO Innovation Lab blev etableret eksternt fra LEO Pharma, men vi er enormt afhængige af den viden, der ligger hos dem. Den viden er vi nødt til hele tiden at tappe ind i, og lære af, for at kunne komme fremad med digitale løsninger, der kan bakke op om de medicinske behandlinger, der udvikles hos LEO Pharma," siger Kristian Schrøder Hart-Hansen, CEO i LEO Innovation Lab

En af LEO Innovation Lab's løsninger hedder Studies&Me. Studies&Me er en digital rekrutterings- og kvalificeringsplatform til at finde deltagere til kliniske studier. Platformen gør det nemmere for patienter at finde et klinisk studie at deltage i, og det gør det samtidig hurtigere for medicinalvirksomheder

der at finde de deltagere, de skal bruge til kliniske studier, og dermed få deres produkter hurtigere ud til patienterne. Ifølge Alexander Almegaard, Product Owner i Studies&Me, har samarbejdet med LEO Pharma og placeringen hos LEO Innovation Lab givet dem faglig ballast og frihed til innovation: "Medicinalbranchen er tungt reguleret, men som digitale iværksættere har vi ikke den dybdegående forståelse for medicinalmarkedet og de regulatoriske aspekter. Den forståelse får vi gennem LEO Pharma og LEO Innovation Lab. Det skaber, sammen med en stærk back-office med administration, legal og compliance, et fundament, hvor vi kan være iværksættere, vi kan tage chancer, og vi kan eksekvere hurtigt – og gøre det på et stabilt fundament. Det er et innovationsrum, der med fordel kunne kopieres til andre områder i samfundet, så der kan komme bedre digitale løsninger ud til borgere og virksomheder."

Hos LEO Pharma betyder en løsning som Studies&Me, at de skal bruge færre ressourcer på at rekruttere patienter til kliniske forsøg. Men endnu vigtigere har løsningen været med til at demokratisere kliniske studier, fortæller Thomas Kongstad Petersen, Vice President for Global Clinical Operations i LEO Pharma: "Det er ikke alle patienter, der er lige ressourcestærke ift. at opsøge disse forsøg. Med denne platform kan vi række ud til en langt bredere skare af patienter ved at facilitere kontakten mellem læger og patienter, der hvor patienten er. Studies&Me er fremtiden for kliniske forsøg, og hjælper med at håndtere den høje grad af kompleksitet og arbejdsbyrde, der er forbundet med forsøgene. Det er en stor gevinst i et travlt sundhedsvæsen."



Microsoft Danmark / Widex

”I skyen skaber vi bedre løsninger til vores kunder”

Høreapparater er blevet så små og intelligente, at det i dag er software og tjenester til høreapparatet, der i særdeleshed betyder noget for brugeren. Med indbygget software følger store mængder data. Den globale producent af høreapparater Widex A/S har i tæt dialog med Microsoft Danmark ApS fået optimale rammer – i skyen – til at optimere høreoplevelsen for virksomhedens kunder via avanceret dataanalyse.

Det er ikke ubekendt territorie for familieejede Widex at bruge digitale værktøjer og teknologi til at optimere deres høreapparater, og virksomheden har netop udviklet verdens første høreapparat, der anvender ”machine learning”. ”Vores kunder og distributører stiller i takt med den teknologiske udvikling højere krav til vores brug af avancerede digitale værktøjer. Vores høreapparater skal således ikke længere bare være små, komfortable og usynlige. De skal også være intelligente og connected til hverdagens apps og devices, så brugeren får den bedste serviceoplevelse,” siger Jørgen Kristensen, Director of Business Solutions i Widex.

Intelligente høreapparater skaber en masse data om kundernes daglige brug af apparaterne. De data bruger Widex til at forbedre og optimere høreapparaterne og de tilknyttede services. De avancerede høreapparater, kombineret med Widex’ store vækst de seneste år med salg og service i mere end 100 lande verden over betyder, at stadig større mængder data skal kunne lagres i Widex’ systemer, og at

skalerbarhed og samarbejdsmuligheder på tværs af landegrænser bliver enormt vigtigt.

Kombinationen af Microsoft Business Intelligence værktøjer og Dynamics 365 løser dette problem, og giver Widex’ medarbejdere lynhurtig adgang til data i realtid overalt i verden. ”Med vores it-landskab integreret i Microsoft Cloud og brug af udvalgte Power BI-værktøjer, kan vi levere bedre services og udvikle bedre produkter til alle vores kunder, lige meget hvor de bor,” siger Jørgen Kristensen. ”Vi var nogle af de første, der brugte de her Microsoft løsninger. Derfor har Microsoft Danmark løbende været interesseret i at høre om vores erfaring, og vi har arbejdet tæt sammen om løsningerne,” siger han.

Hos Microsoft Danmark nikker man genkendende til, at det er det tætte samarbejde mellem leverandør og kunde, der har skabt den bedste løsning. ”Det vigtigste for os har været at forstå Widex’ forretning. At tage udgangspunkt i deres udfordringer og potentialer, i stedet for at vi kommer med en fastlåst løsning up front” siger Julie Lind Mikkelsen, divisionschef for Dynamics 365 i Microsoft Danmark. Hun mener, at det blandt andet er Widex’ visionære tilgang til, hvad systemerne skal kunne, der har gjort samarbejdet til en stor succes. ”I Widex har vi en kunde, som tør og ser mulighederne. De omfavner teknologien, og vi supplerer hinanden” siger Julie Lind Mikkelsen. ”Det er skønt at arbejde med en kunde, som har slutbrugeren så meget for øje som Widex. Sammen sætter vi nye standarder for høreoplevelsen.”



amladcykler.dk

Online Advisor / Amladcykler

”Hvis du vil have succes, skal du gøre din leverandør til din kollega”

Hvis du vil have en skræddersyet digital løsning til din virksomhed, skal du gøre din leverandør til din kollega, lyder budskabet fra ladcykelproducenten Amladcykler og Online Advisor, der specialiserer sig i søgemaskineoptimering. Med hjælp fra Online Advisor har Amladcykler fået stor trafik på deres hjemmeside og tredoblet sin omsætning på tre år.

Tilbage i 2015 var Amladcykler en hobbyvirksomhed uden fastansatte. Hjemmesiden havde nogle få sporadiske besøgende. Men ambitionerne var større.

For at sparke gang i virksomheden indgik Amladcykler et samarbejde med Online Advisor, der er specialiseret i søgemaskineoptimering (SEO) og e-handel. Online Advisor hjalp med at opbygge en webshop og forbedre Amladcyklers tilstedeværelse online. Resultaterne taler for sig selv. I 2017 havde virksomheden en tocifret millionomsætning, 30+ ansatte, over 18.000 månedlige besøg på sine hjemmesider, og en kåring som Børsen Gazelle virksomhed.

Ifølge Johnny Møller, indehaver og SEO-specialist i Online Advisor, ses der en stadigt større efterspørgsel på integrerede søgemaskineoptimeringsløsninger på markedet: ”Virksomheden er træt af at bruge masser af penge på annoncering, uden at det er synligt, hvad de får for deres penge. De vil have en mere generisk trafik til deres hjemmeside, hvilket kommer af at integrere søgemaskineoptimering i webshopløsninger fra start. Det var også derfor, at Martin Andersen ville have en SEO-mand, og ikke en isoleret webdesigner, til at bygge sin webshop.”

For Martin Andersen, ejer og stifter af Amladcykler, var det afgørende, at både kunde og leverandør kunne gå åbent ind til samarbejdet: ”Jo mere åben og ærlig du er om alt i din forretning som kunde, jo nemmere er det også for leverandøren at levere en skræddersyet løsning,” fortæller han og fortsætter: ”Derfor er det også særligt vigtigt, at man har tillid til hinanden. Det bedste samarbejde mellem en leverandør og en kunde sker, hvis man gør hinanden til kollegaer. Det giver et andet niveau til resultaterne for begge parter.” Derfor har det også fungeret som et samarbejde mere end blot en it-leverance.

Virksomhederne har arbejdet sammen om at definere kerneaktiviteterne hos Amladcykler, for dermed at kunne lave en skarpere løsning, og på baggrund af samarbejdet har Online Advisor også fået større kompetencer indenfor e-handel og sociale medier, som de nu også udbyder som en del af deres ekspertise til andre kunder.

Hvis man som virksomhed ønsker at implementere digitale løsninger, anbefaler Martin Andersen, at man finder en samarbejdspartner, der afspejler ens egen virksomheds størrelse og værdisæt: ”Det kan være bedre, at finde en samarbejdspartner, der matcher din virksomhed – det giver dig taletid. Der skal være mulighed for at vokse sammen og kunne udfordre hinanden. Johnny Møller nikker og fortsætter: ”Det har været en digital transformation, hvor vi har taget hinanden i hånden og kastet os ud i det sammen.”



ONLINE ADVISOR

online-advisor.dk

AMLADCYKLER

Ladcykel entusiaster, siden 1992

amladcykler.dk



Oracle Danmark / Danske Spil

Sikker databehandling åbner døren for forsvarlig markedsføring

Med missionen om at levere den bedste kundeoplevelse har Danske Spil A/S de seneste år gennemført en komplet omstrukturering af sin digitale kommunikation. En af løsningerne er Oracle Danmark ApS' Data Management Platform, som har sikret en segmenteret og forsvarlig markedsføring med den enkelte kunde i centrum.

Danske Spils markedsføringsstrategi har fået et markant løft efter samarbejdet med softwarevirksomheden Oracle Danmark. Oracle Danmark har leveret en Data Management Platform (DMP) og et CRM-system, som har gjort det muligt for Danske Spil at forbedre sine kunders oplevelse. Satsningen er en del af Danske Spils strategi omkring in-sourcing af al teknologi og data. Danske Spil er nemlig gået fra, at deres data blev håndteret eksternt til at tage komplet ejerskab over egne data. "Oracle Danmark har været en stor del af rejsen. Deres DMP, hvor alle anonymiserede data ligger sikkert samlet et sted i henhold til persondataforordningen, har gjort det muligt for os at skabe kampagner og kommunikation på baggrund af indsigter og relevans," siger Jesper Thyssen, Head of Digital Marketing i Danske Spil.

Danske Spil kan i dag skræddersy sine kampagner til forskellige grupper. Udover at de hermed undgår at reklamere til forkerte segmenter, kan de tilpasse deres kampagner til den enkelte kundes præferen-

cer – f.eks. hvor hyppigt en kunde spiller, hvilke sportsgrene kunden interesserer sig for, eller hvorvidt kunden odds'er på klubber eller landshold. "Alt det kunne vi ikke gøre uden Oracle Danmark. Deres DMP løsning har gjort det muligt for os at udleve visionen om at skabe den bedst mulige kundeoplevelse gennem datadreven marketing," siger Jesper Thyssen.

Selvom Oracle Danmarks DMP løsning benyttes hos flere store virksomheder, er softwarens parametre udvalgt på baggrund af konkrete ønsker og behov fra Danske Spil. Med henblik på at leve op til sin forpligtelse og strategi om, at spil skal ske på forsvarlig vis, har Danske Spil således kunnet være med i udviklingen af en tilpasset løsning. Det betyder bl.a., at Danske Spils digitale kampagner i dag navigerer uden om Spillemyndighedens ludomaniliste.

"Vi er stolte over at have bidraget med en løsning, som sikrer, at Danske Spils kommunikation skærpes og sker på forsvarlig vis," siger Michael Løytved, Sales Executive i Oracle Danmark. Ifølge Løytved er det blandt andet det klare sammenspil mellem vision, strategi og teknologi, der har ført til et succesfuldt samarbejde. "Danske Spils vision om kontrol og ejerskab af egne data har været banebrydende i Danmark, og vi ser stadig flere danske virksomheder, som tager det samme ansvar og samtidig højner den samlede kundeoplevelse."





Signify / Gate 21 / Albertslund Kommune

Intelligent lys viser vejen for grønne gevinster

Energibesparelser på op mod 80 pct., øget komfort for medarbejderne og optimeret brug af kontorlokaler. Det er tre af resultaterne af en ny intelligent belysningsløsning, der er installeret hos Gate 21 i Albertslund. Resultater, der ikke var blevet til noget uden en løbende og åben dialog mellem parterne i projektet.

Gate 21 er et offentlig-privat partnerskab, der arbejder for at accelerere den grønne omstilling og vækst i Greater Copenhagen – og som har til huse i en af Albertslund Kommunes bygninger. En bygning, der nu er blevet forsynet med et intelligent lysloft, der er mere energivenligt end de fleste.

Udover store besparelser på elregningen, giver Gate 21's nye "intelligente loft" i Albertslund mulighed for at optimere brugen af deres kontorlokaler. Det intelligente loft er en belysningsløsning udviklet af Signify, (tidligere Philips Lighting), sammen med TDC og Cisco, hvor sensorer i lamperne genererer data, som giver information om lysniveau, energiforbrug og udnyttelsesgraden af lokaler, også kaldet "space management". I fremtiden vil indsamlet data f.eks. give mulighed for at frigive et booket mødelokale, hvis sensorerne registrerer, at der ikke sidder mennesker i lokalet. Og rengøringsholdet vil kunne se, hvis et mødelokale ikke har været i brug og dermed undlade at spilde ressourcer på at rengøre det.

Både Signify, kommunen og Gate 21 er begejstrede over resultatet af samarbejdet, som er et strålende

eksempel på, hvordan offentlig-private projekter kan føre til løsninger, som er både avancerede og innovative. "Det er den her type partnerskaber, der skaber gode løsninger som f.eks. smarte bygninger. De muligheder, som data giver gennem sensorer i lyset, har funktionelle fordele, men de skaber også bedre brugeroplevelser for dem, der bruger bygningen. Jeg er meget begejstret for resultatet, og for det gode samarbejde vi har haft med kommunen og Gate 21," siger Astrid Simonsen Joos, adm. direktør for Signify i Norden.

Albertslund Kommune er også yderst tilfreds med samarbejdet med Signify. "Samarbejdet på det intelligente loft er et forbillede for, hvordan vi, kommuner og virksomheder imellem, kan lave avancerede og innovative løsninger. Det har været et rigtig godt forløb," siger Niels Carsten Bluhme, Project Director i Albertslund Kommune. Poul Erik Lauridsen, CEO hos Gate 21, ser store potentialer i løsninger som den intelligente lysinstallation. "Det giver os mulighed for at teste fremtidens intelligente kontorbyggeri, både i forhold til arbejdsmiljø og i forhold til den optimale anvendelse af bygninger og hermed ressourceforbrug. For os der arbejder med grøn omstilling, er det en enormt vigtig faktor i sådan et kontorbyggeri som Gate 21."

Løsningen er et lysende eksempel på, hvad offentlig-private samarbejder kan opnå i optimering af vores byer og bygninger. "Det er meget interessant at se den store udvikling, der i øjeblikket sker inden for smarte bygninger," siger Astrid Simonsen Joos.



Systematic / Aalborg Universitetshospital

Mindre ventetid for patienter og medarbejdere

Hurtigere transport af patienterne, mere rettidig rengøring, 50 pct. færre telefonopkald og et fald i kommunikative fejl på 66 pct. Det er, hvad personalet på Aalborgs Universitetshospital har opnået ved at indgå i et pilotprojekt med Systematic A/S om at udvikle en digital løsning, der optimerer portørernes arbejdsgange og servicelogistikken generelt på hospitalet.

På Aalborg Universitetshospital var man frustrerede over forskellige aspekter af servicelogistikken. For eksempel modtog en medarbejder alle indgående opgaver til portørerne via telefon, hvorefter disse blev overdraget og fordelt mundtligt til de enkelte portører. Det gav spildtid, og vanskeliggjorde al planlægning og optimering. Derfor startede man i 2013 et projekt, der skulle forbedre servicelogistikken.

I 2013 gik sygehuset i dialog med Systematic, som på det tidspunkt havde løsninger inden for både sundhed og logistik, men ingen logistikplatform på sundhedsområdet. På grund af projektets karakter og potentiale blev det støttet af Innovationsfonden, og både Skejby Sygehus og Aarhus Universitet trådte med ind i maskinrummet. Det blev begyndelsen på et tæt og givende samarbejde. Samarbejdet har mundet ud i platformen Columna Service Logistic og modulet Opgavesystemet, der i dag er blevet en fast del af hverdagen på Aalborg Universitetshospital til stor gavn for både patienter, medarbejdere og ledelsen.

Mikkel Harbo, Director i Systematic, siger om Opgavesystemet: "Det store spring for portørerne er, at de har fået en masse autonomi – en prioritering af opgaver

og en transparens. De har faktisk større indsigt i hospitalets tværgående drift end klinikkerne – hver dag hele tiden. De er rykket op i værdikæden, fordi de sidder med en masse data – det er ikke bare 'portøren kommer altid for sent', men en intelligent og data-drevet dialog om hvordan samarbejdet kan forbedres mellem klinikken og serviceorganisationen."

Systemet indsamler oplysninger, synliggør og fordele opgaver. Via eksisterende infrastruktur på hospitalet samles oplysninger om, hvor portører og opgaver befinder sig. Klinikerne melder opgaver ind via portalen, og portørerne kan på smartphones se, hvor nærmeste kollega befinder sig, samt hvilke transporter der er tættest på. Det øger effektiviteten, og ventetiden for patienterne minimeres. "Det tager ikke mere end et kvarter at lære systemet at kende, men snakken omkring hvordan vi bruger systemet optimalt, vores kultur og det at lære, hvordan vi hver især arbejder med det – det er det, der tager tiden. Det er en stor del af værdien ved løsningen," siger Lars Esko, driftsleder på Aalborg Universitetshospital.

Den vigtigste lære fra det offentlig-private samarbejde har været, at tæt, tillidsbaseret samarbejde med udgangspunkt i brugeren, og med plads til at eksperimentere, og at starte i det små, skaber resultater. Løsningen er i dag også rullet ud til rengøringsassistenter, bioanalytikerne og snart også til anæstesisygeplejersker på hospitalet. "Vi er rigtig glade for det overblik, det giver både på historisk data og her-og-nu overblikket. Det daglige overblik er vigtigt både for medarbejderne og for ledelsen," slutter Lars Esko.



Virsabi / Bang & Olufsen

In the business of Goosebumps

”We are unofficially in the business of Goosebumps”. Denne sætning fandt VR-startup virksomheden Virsabi ApS i Bang & Olufsen A/S værdisæt. Det blev nøglen til udviklingen af en unik VR-baseret løsning, hvor lyd, designer-høretelefoner og en live koncert med Oh Land smelter sammen og skaber en unik kundeoplevelse. En oplevelse der samtidig styrker brandloyaliteten og skaber mersalg til Bang & Olufsen.

Du sætter dig i den stilrene, lysegrå stol, som samtidig indkapsler dig – og din lydoplevelse – fra siderne og fra oven. Stolen skaber sit eget lille runde rum i butiksrummet. Du tager VR brillerne på, først føler du dig måske lidt fjollet, for de er ret store, men så tager du høretelefonerne fra Bang & Olufsen på, og der tændes for filmen. Den danske kunstner Oh Land toner frem foran dig. Du kan orientere dig 360 grader rundt i studiet, se hele hendes band, og lyd-mæssigt får du oplevelsen af at sidde midt i studiet og lytte med på din helt egen intimkoncert. I tre minutter er du vitterligt et andet sted.

Michael Harboe, Founder og CEO i Virsabi, siger om løsningen: ”Vi gik ind i et nært samarbejde med Bang & Olufsen, hvis udfordring var at skabe aktiviteter, der forbedrer brandrelation og mersalg som del af en omnichannel-strategi, der har fokus på at tiltrække kunder med oplevelser – ikke kun produkter – til de fysiske butikker.” Marianne Bentsen, Channel Marketing Manager, Europe i Bang & Olufsen tilføjer: ”Vi kan godt lide at være first movers på produkter og teknologier. Vi kan stå ud fra vores konkurrenter. Nu ser den potentielle kunde ikke blot på høretelefonerne. Med VR kan vi tilbyde

en oplevelse. Og det tror vi, er fremtiden. Når du prøver vores produkter, vinder vi.”

Projektet blev formet ud fra sætningen ”We are unofficially in the business of Goosebumps”, som Virsabi teamet fandt i Bang & Olufsens strategi for deres høretelefoner. ”Det matcher fint vores værdisætning: We deliver virtual and augmented reality experiences to inspired businesses,” siger Michael Harboe.

Om samarbejdet og det succesfulde resultat betoner begge parter tillid og mod. Både mod til at arbejde med ny teknologi på nye måder, men også modet til at starte småt, eksperimentere, både med idéer og med løsningen, og så skalere. Oplevelsen har nu besøgt flere end 40 butikker i Danmark, både brand stores og 3. parts butikker, og er nu ved at blive rullet ud i Storbritannien og Norge. ”Vi er særligt opmærksomme på, at det skal kunne skaleres internationalt og til mange butikker – og at projektet med Virsabi i øvrigt slet ikke er slut endnu, det skal udvikles videre,” siger Marianne Bentsen.

Når man spørger Marianne Bentsen fra Bang & Olufsen, hvad hun tænker om de resultater, de har opnået, lyder svaret: ”Stolthed! Vi er stolte af at være ude med sådan en aktivitet inden for vores branche.” Derudover kommer mersalg, bedre brandloyalitet, også hos de ansatte i 3. parts butikkerne, og at investeringen forventes at have tjent sig hjem på mellem seks og 12 måneder. Michael Harboe fortæller: ”En kæmpe stolthed i at arbejde med Bang & Olufsen og Oh Land! Succes for Virsabi her i vores tidlige startup år er, at vi skal være de absolut bedste med de bedste cases for virksomheders udnyttelse af virtual – og augmented reality til salg og marketing.”

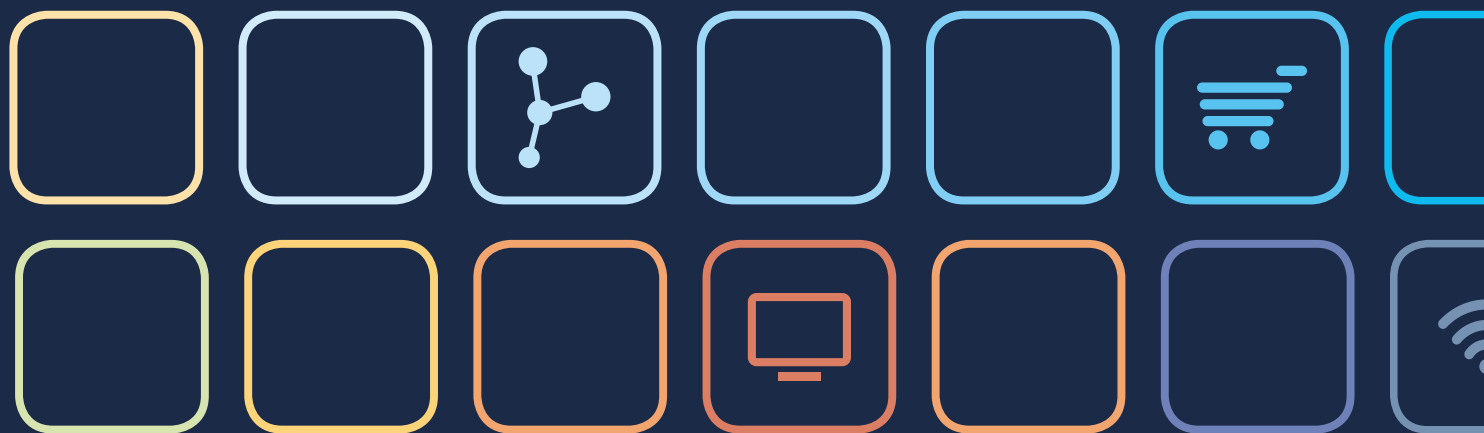
VIND FREMTIDEN MED DIGITALE FORANDRINGER

DIGITALISERING DER SKABER VÆRDI

Vi vil løbende udvide vores samling af gode digitale cases på vindfremtiden.dk

Sidder du inde med en unik digital case, eller har du haft et ekstraordinært samarbejde med en leverandør eller kunde, offentlig som privat, der har resulteret i en digital transformation, du tror kan inspirere andre – så hiv fat i os på didigital@di.dk

Vi glæder os til at dele jeres glade budskab.



Dansk Industri

Læs mere på
vindfremtiden.dk

