

Se upp för fallgroparna

De som är på väg in i en fullskalig satsning på integrerad kommunikation har en hel del fallor att se upp för. Här är ett antal tips och råd på vägen.

Tyke Pålsson, ansvarig för unified communications på systemintegratören Atea, har en bestämd uppfattning om när integrerad kommunikation riskerar att gå åt skogen. Problemet är teknikrelaterat.

– Se upp för prestandaproblem i nätverket. Det går som bekant inte att nyttja en Ferrari fullt ut på en grusväg, säger Tyke Pålsson.

HAN TILLÄGGER att många företag underskattar problemet och tror att det bara är att tuta och köra. Men det är fel, för nätverket utgör ofta en flaskhals i satsningar på integrerat kommunikation.

Vidare anser Tyke Pålsson att det måste finnas nytta med integrerad kommunikation från dag ett.

– Satsningen ska lösa något som är smärtsamt för verksamheten. Den mindre, inte lika mätbara nyttan ser företaget med tiden, säger Tyke Pålsson.

Som exempel på när integrerad kommunikation omgående löser ett problem nämner Tyke Pålsson Skypes förträfflighet.

– Det var när söner och döttrar började ringa hem via Skype

när de studerade utomlands som nyttan med programmet blev väldigt tydlig. Telefonräkningarna krympte, säger Tyke Pålsson.

MOHAMMAD MAHLOUJIAN, konsult och unified communication-specialist på eget företag, höjer ett varningens finger när det gäller integrerad kommunikation.

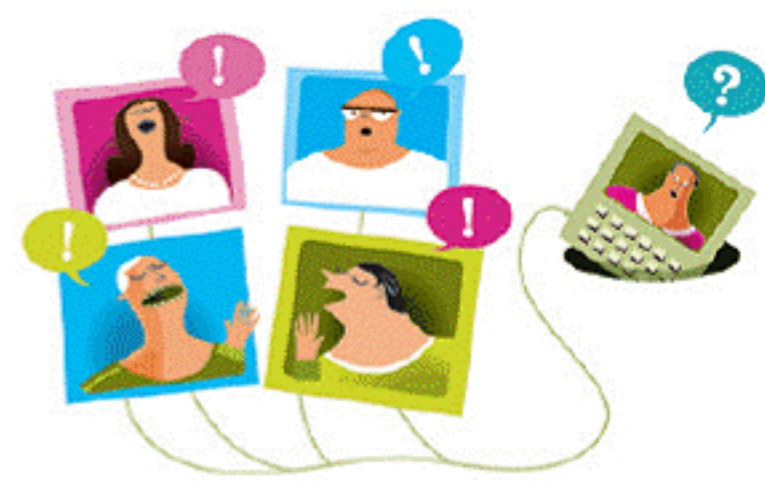
– Företag får ofta en uppmaning från leverantörer att satsa på integrerad kommunikation, och då i liten skala och genom att pröva sig fram, något de nappar på.

– Men det handlar först och främst om att utgå från de egna behoven, säger Mohammad Mahloujian.

Två andra problem är att det



Mohammad Mahloujian.



inte finns någon tydligt bild av vad integrerad kommunikation är, samt risken att investera i helt fel plattform.

– Läs inte in dig i fel lösning. Att utgå från telefoni när det gäller integrerad kommunikation kan fungera i stora världsomspännande företag, men inte i ett företag på 200 personer. Då får du en Rolls Royce, fast du

behöver en tillförlitlig Volvo, säger Mohammad Mahloujian.

NIKLAS OLSSON, teknikchef på Uclarity som hjälper företag med deras satsningar på integrerad kommunikation, säger att den största fallgropen är att företagen inte har koll på sina egna behov. Därmed håller han med Mohammad Mahloujian.

– Det är faktiskt oroväckande många som inte har koll på den egna verksamheten, och det är lätt att låta sig bli övertalad av Cisco, Microsoft eller IBM att fortsätta på deras spår, säger Niklas Olsson.

Han tillägger att det även finns problem begrävda i den interna politiken på företaget.

– Den som äger telefonin på ett företag är sällan beredd att ge upp den till it-sidan och it-chefen vill inte heller ge upp sin del, säger Niklas Olsson.

SPARA TIO PROCENT AV KOSTNADERNA

Tyke Pålsson, ansvarig för unified communications på systemintegratören Atea, anser att enkelhet är en viktigt del när det gäller integrerad kommunikation.

– Det ska fungera med ett enda knapptryck, annars ger folk upp, säger Tyke Pålsson.

Mohammad Mahloujian, konsult och unified communica-

tions-specialist i eget företag, säger att ett medelstort svenskt företag med 300 anställda kan spara upp till tio procent av sina kostnader.

Samtidigt måste glädjekalkyler genomlysas ordentligt, för vissa håller inte och de förstör bara för integrerad kommunikation som teknik, enligt Mohammad Mahloujian.