

”Lett å gå seg vill i mulighetene

MOBIL: De fleste Bouvet-kundene jobber nå med å utvikle mobile tjenester eller apper for å vinne kunder. Mobile tjenester er i ferd med å bli forretningskritisk, mener konsulent.

LEIF HÅVAR KVANDEN
LEIF.KVANDEN@FINANSAVISEN.NO

Bouvet
Børsnotert konsultantselskap som leverer IT-utviklings- og rådgivningstjenester. Tjenestene inkluderer webportaler, systemutvikling, systemintegrasjon, applikasjonsforvaltning, SAP, Business Intelligence og kurs. Blant kundene er Statkraft, Avinor, Krefteforeningen, Statens Innkrevingsentral og Utdanningsdirektoratet. 700 ansatte fordelt på 12 kontorer i Norge og Sverige. Cirka 50 jobber i Bergen.

I dag kan man ikke sette all markedsføring inn på egne nettsteder. Mer og mer skjer utenfor tradisjonelle nettsteder. Skal man beholde gamle kunder og få nye kunder, eller gjøre ansatte mer effektive, må man være tilstede på mobile plattformer, sier avdelingsleder Øyvind Litlere i Bouvet.

Likt forretningsystem

– Vi satser på apper fordi vi tror at mobilen mer og mer blir et viktig verktøy for folk

flest, både i jobb og privat. Vi har for eksempel i det siste fått flere henvendelser som går på apper som skal hjelpe ansatte med arbeidsoppgaver når de ikke sitter foran PC-en, fortsetter Litlere.

Bouvet har selv tatt utviklingskostnadene til reiseplanleggerne for deretter å levere appen som en tjeneste der busselskapene betaler en månedspriis.

– Å lage apper er nesten som

Bouvet

- Børsnotert konsultantselskap som leverer IT-utviklings- og rådgivningstjenester.
- Tjenestene inkluderer webportaler, systemutvikling, systemintegrasjon, applikasjonsforvaltning, SAP, Business Intelligence og kurs.
- Blant kundene er Statkraft, Avinor, Krefteforeningen, Statens Innkrevingsentral og Utdanningsdirektoratet.
- 700 ansatte fordelt på 12 kontorer i Norge og Sverige. Cirka 50 jobber i Bergen.

å lage forretningssystemer. For skjellene er at programkoden er mindre. Telefonen har også andre funksjoner som innebygget GPS, og brukes annerledes enn en datamaskin, sier Litlere.

De fleste av våre kunder er nå i prosess for å kommunisere mobilt med sine brukere

ØYVIND LITLERE, BOUVET

og tjenesteområder. De fleste av våre kunder er nå i prosess for å kommunisere mobilt med sine brukere.

Appvillfarelse

– Det er fort gjort å gå seg vill i mulighetene. Vi spør alltid: «Hva er behovene?» Hva vil man oppnå med appen? sier konsulent Synnøve Kleive i Bouvet.

Hun viser til at versjon 2 av



GODE TIDER: App-utviklere har gode tider for tiden. Alt blir mobilt som betyr alt fra utvikling av lommelykter til forretningskritiske

reiseplanleggeren til Kolumbus er strippet ned for at den skal være enklere å bruke og treffe brukerne

bedre.

– Med så mange ulike enheter og operativsystemer, mener mange at

man i stedet for apper heller må satse på mobile websider og tjenester fordi det blir dyrt og tidkrevende

systemer.

å oppdatere de ulike programmene? – Det er veldig avhengig av hva type løsning som skal lages.

Vi ser at teknologit utviklingen på mobile websider går veldig fort, men på løsninger som den

ILLUSTRASJONSFOTO: DREAMTIME

Skal man beholde gamle kunder og få nye, må man være tilstede på mobile plattformer

ØYVIND LITLERE, BOUVET

reiseplanleggeren vi har laget, så er nok selvselvstendige apper fremdeles det beste alternativet. I dag går javascript for tregt og ved web får man ikke utnyttet telefonens maskinvare som GPS, prosessorkraft, bevegelsessensor godt nok. I tillegg er internettilgang et tema, sier Litlere.

Han sier at det er mange måter å effektivisere utviklingen av apper på.

– Vi har gode webtjenester i bakkant som letter tilgangen på data. Appen blir et relativt tynt skall på toppen.

Godt konsept

– Det er ikke web eller app som avgjør om tjenesten blir en suksess, men at det er et godt konsept, skyter Kleive inn.

– Den riktige appen må inn i et større bilde, for eksempel hvordan skal man knytte kunden til seg, fortsetter hun.

Konsulenten trekker frem Rimi app som et eksempel. Appen inneholder blant annet en handelliste, forslag til måltider og oppskrifter samt tilbud.

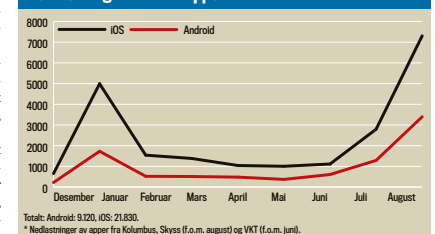
– At appen ikke binder kundene til Rimi, at man i stedet tilbyr tilleggfunksjonalitet, gjør at kundene handler hos Rimi likevel, tror Kleive.

Bouvet har blant annet laget apper for Avinor og Viking rederingstjeneste. Foreløpig satser konsulenthuset på apper til iOS, Android, Windows Phone og mobile websider.



ALLE SKAL HA APP: Øyvind Litlere og Synnøve Kleive forteller at de fleste Bouvet-kundene nå lager løsninger for mobile plattformer. FOTO: LEIF HÅVAR KVANDEN

Nedlastning av trafikapper*



Smarttelefoner blir annonseplattformer

Google, Apple og Amazon gjør smarttelefonene om til annonseplattformer, der salg av informasjonen telefonen har om oss, blir stadig viktigere, sier app-utvikler.

I antall nedlastninger, er det en 70/30-fordeling, der iPhone-brukerne står for 70 prosent av nedlastningene.

– Er Android-plattformen i ferd med å få Nokia-syken – at det blir for stort utvalg av telefoner med for stor variasjon i funksjonalitet, skjermstørrelse, prosessorkraft og liknende? – Det kan sikkert diskuteres om utvalget er for stort eller ikke, men dette er i hvert fall ikke en helt realistisk beskrivelse av Android-

landskapet slik det er i ferd med å utvikle seg. Spørsmålet er kanskje mer om dette er en syke eller ikke: hva vil Google med Android? Og er det negativt for plattformen eller Google at den er så fragmentert som den er? spør Terje Tjervaa i Bouvet.

Utvikleren tror at Google er interessert i å holde en viss kontroll med plattformen. Han viser til at selskapet har holdt seg bemerkelsesverdige stille rundt lanseringen av den Android-baserte Kindle Fire, og

Siri
■ En talestyrt app som kun er tilgjengelig på siste versjon av iPhone, 4S.
■ Virker som en personlig assistent kan holde rede på gjøremål, avtaler og liknende.
■ Gir deg svar på hvor nærmeste sushi-bar er eller hvilke hoteller som finnes i Bergen.

at selskapet back Kindle, Amazon, heller ikke har gått tydelig ut med at enheten faktisk er Android-basert. – Kanskje kan Android fint eksistere som en meta-plattform man implementerer systemer på, og som samtidig kan dra nytte av et stort

felles utvalg apper. Jeg har hvert fall ikke til nå sett store problemer for app-utviklere som et resultat av fragmenterte implementasjoner, sier Tjervaa.

Annonsenettverk
– Hvordan utvikler krigen mellom de ulike mobilplattformene seg? – For å forstå utviklingen i konkurransen mellom mobilleverandørene i dag må man se på Googles forretningsmodell. Kundene til Google er ikke oss brukerne. Annonserne er kundene. Brukerne er produktet som selskapet selger. «Google sells eyeballs», sier Tjervaa.

Han mener at Apple går i samme retning med iCloud og Siri. Og sier at Amazon også er på vei inn på det samme området med nettleserteknologien Silk som gir innsyn i all nettlesertrafikk.

– Det blir kanskje ikke selve salget av en enhet eller salg av apper, men derimot av informasjonen som sendes inn gjennom enhetene som blir den store verdikilden. Vi ser det samme på andre plattformer, brukerne tilbys fordeler ved at informasjonen vi omgir oss med blir tilgjengelig for mobilleverandørene, sier Tjervaa.

– Hva betyr Apples nye iOS og Siri for app-utviklingen?



SIRIS FØDSEL: Markedsdirektør Phil Schiller i Apple viste frem Siri da selskapet lanserte ny iPhone for 14 dager siden. FOTO: BLOOMBERG

– Siri flytter fokuset på iOS vekk fra brukergrensesnittflater med piksel-perfeksjon over til en verden der det grafiske er helt fjernet. For app-utviklere vil dette til å begynne med bety ennå mer fokus på bruks-

kvalitet. Apper må være enda mer spisset og effektive for ikke å oppleves tungvinte i konkurranse med Siris 0-klikks-grensesnitt

– Det blir spennende å se om og

når Apple slipper utviklere inn i Siris verden. Det virker rart om ikke også tredjeparts apper skal kunne levere informasjon til Siri, men det er ingen ting som tyder på at dette er nært forestående.

Må man på facebook?

– Man kan hoppe bukk over Facebook fremdeles, men det blir stadig vanskeligere, sier Bouvet-konsulent.

Man må kanskje være på Facebook, men velger man ikke å være der, må man vite hvorfor man lar være, sier konsulent Synnøve Kleive i Bouvet.

– Det kan være en del bedrifter som har mer business to business-forretninger som kan unngå tilstedeværelse på Facebook, men driver du virksomhet rettet mot forbrukere, folk flest, bør man ha egen Facebook-side, fortsetter hun.

Kollega Øyvind Litlere løfter imidlertid en advarende pekefinger.

– Er man til stede, må målet være å få en dialog med folk, ikke bare å få folk til å like ens side. Man må besvare henvendelser fra folk. Tenk på hvor mange folk bedrifter har for å betjene de andre kanalene man er tilstede. Da bør det være mulig å ha ansatte som følger opp Facebook og, sier han.

– I dag kan man faktisk vurdere å brenne av alt kruttet på Facebook, blogg og andre sosiale arenaer på nettet fremfor å utvikle eget nettsted.