

Tillbakablick

Hans sitter i VD-stolen och lutar sig tillbaka. Det massiva skrivbordet i ek är helt tomt, inte ens informationstavlan finns kvar. Med blandade känslor tänker han tillbaka på de femton år som han har varit anställd i företaget.

Det var i början på nittiotalet, och han arbetade på ekonomiavdelningen. Blev tillfälligt placerad på marknadsavdelningen som säljare, och allt gick snett.

En kund ville ha reda på om ryggsäckarna finns i en kortare modell för dam. En serviceorder handlade om ett stag som gått sönder på cykeln och gått in i hjulet. Har detta hänt tidigare? Marknadschefen vill ha reda på om kunderna runt Stockholmsområdet får ett uppsving före eller efter Stockholm Maraton. Fjorton kunder ringde och frågar om restorder. När kommer jogging overall som var på kampanj in i lager igen? Kalle ropar i dörren och säger att han håller på att missa ett produktinformationsmöte. När han kommer tillbaka ligger tre lappar från säljare som sökt honom. När han ringer upp kan han inte nå dem. Helt förtvivlad stegade han in till Erik, som var VD.

Den dagen glömmer han aldrig. Nu är Spider Sports Europas största grossist inom fritids- och friluftsbanschen. Då var det ett mindre företag som bara fanns i södra Sverige, och med ett fyrtiotal anställda.

Den dåvarande VD:n lyssnade och beslöt att det skulle skaffas ett internt informationssystem. Information at your fingertips hade Bill sagt, så skulle det bli. Första systemet blev en katastrof. Inga användare blev informerade och acceptansen blev därefter. Den aktuella informationen lades aldrig in, utan man arbetade vidare med sina papper som tidigare. Efter två år och med ännu ett havererat projekt bakom sig, försvann Erik efter bolagsstämman.

Han hade själv funderat över vad som behövts, men inte fått någon respons. Självt hade han alltid använt e-post och började sakta strukturera upp alla uppgifter han fick i sin brevlåda. Det blev rubriker och underrubriker på alla brev. Det som kollegorna tyckte var revolutionerande, var att han lät datorn själv ge förslag på vilken kategori som inkomna brev skulle sorteras efter. Fler och fler av medarbetarna började använda sig av hans brevsystem, för att hålla reda på det som ingen annan hade skrivit ned på papper.

Det dröjde ett halvår innan den nya chefen tillträdde, så ingen ifrågasatte hans idéer. Egentligen var det inte hans uppgift jobba med informationssystemen, och han lade också ned för mycket fritid på dem. Eftersom han satt på ekonomiavdelningen, kunde han dölja kostnaderna på olika konton. Idag skulle det aldrig gå tänkte han med ett leende.

Hur rekryteringsföretaget hittade en sådan person, var det ingen som visste. Den nya chefen använde aldrig en dator. Trots, eller tack vare detta faktum, blev Hans utsedd till dataansvarig. Nu hade han möjlighet att förverkliga sin vision. *Den information som man behöver för att utföra sitt arbete skall finnas tillgänglig, och den skall vara riktig.*

Att alla skulle tillgång till ha e-post blev det första målet. Det sattes ut ganska många datorer. Även gamla datorer plockades fram, målades lila och ställdes ut i fikarum. Utbildning av alla anställda blev nästa steg.

Hur skulle man göra, för att få användarna att läsa sin post? Lunchmatsedel var det första som plockades ned från den slitna anslagstavlan i korridoren, och skickades via e-post. Vägen till mannens kärlek går via magen heter det. De aktuella väderrapporterna och bolåneräntorna skrev han själv in varje morgon innan han for till jobbet. Finns det inget annat samtalsämne så har vi alltid vädret. Vi kollar e-posten istället för text-TVn blev det många som sa, då en Nisse lade upp alla nya travresultat.

Man använde också e-posten för att underlätta sitt arbete. Färre och färre papper skickades ut, utan materialet fanns bara tillgängliga som interna brev. Till slut fanns det bara en person kvar på kontoret som inte hängde med. Efter nio månader lämnade han frivilligt sin post.

Samtidigt hade omvärlden förändrats. Det var sämre tider och butiksförsäljningen gick ned. Trots detta lyckades vi att hålla uppe vår omsättning och ökade våra marknadsandelar. Säljarna hade blivit bättre på att lämna riktiga uppgifter till våra kunder, och tack vare detta lyckades vi att klara lågkonjunkturen. I väntan på en ny VD, blev jag utsedd att fungera som tillförordnad chef.

Nu kunde jag själv bestämma, men hade inte tillräckligt med pengar, för att investera i ett helt nytt färdigt datorsystem. Flera säljare sade att de hade lösningar för våra behov. Tyvärr var de för dyra, och i efterhand visade det sig att det var kejsarens nya kläder. Vi valde en lågbudgetvariant, där vi lagrade all ostrukturerad information i ett ordbehandlingsprogram. Sorteringen av informationen gjordes efter olika kategorier, på förslag från datorn. Fler och fler regler för sorteringen tillkom och den blev allt duktigare. All inkommande post lades också in. Visserligen fick vi anställa en person på halvtid, för att klara av inläsningen, men det var väl använda pengar. En ny skylt på dörren förkunnade nu att jag var VD och inte tf.

Vi missade första internettåget, och hade inte uppe en hemsida på nätet. Vi beslöt istället att byta ordersystem, så att vi kunde hålla reda på exakt på dagen när saker skulle komma och som kunde tala om för oss när några leveranser gick snett. När detta systemet var i drift gick vi ut till alla våra kunder, och presenterade en lösning, där de själva kunde se när deras beställning skulle komma hem. Via nätet kunde de också själva lägga sina order, och få aktuella leveransbesked.

Vi kunde expandera i övriga Norden, under slutet av nittotalet. Det gjordes på det klassiska sättet genom att köpa upp mindre bolag på de andra marknaderna. Nu skulle vi kunna hantera informationen på flera språk, vilket underlättades av all informationen nu fanns i datorn.

Rysaren kom i januari år 2000. Flera av våra leverantörer, hade datorsystem som inte klarade av århundradets omställning. Vi fick inga varor från dem, men kunde trots detta, ordna fram ersättningsprodukter till våra kunder. Utan vårt interna informationssystem hade det inte gått att hantera alla situationer som uppstod.

En av våra stora konkurrenter klarade inte av skiftet, så vi kunde utan större problem öka vår marknadsandel till över femtio procent i Norden. Nu var det dags att expandera ute i Europa. Den

gemensamma valutan gjorde att vi lättare kunde tävla med våra konkurrenter på deras hemmamarknad. Först på tur stod Holland och Belgien. Vi satte upp lokala försäljningskontor, som betjänades ifrån Sverige. Ofta gick det direkt en order vidare till våra leverantörer i Baltikum.

Nästa steg var postorderförsäljning direkt till konsument, eller via egna butiker med virtuella show-room i city. De traditionella butikerna, som tidigare var våra kunder, hade färre och färre produkter i sina hyllor. Nu var all tillverkning mot order, så att det centrala lagret krympte efter hand. Till och med kläderna blev måttbeställda. Vi var representerade i alla länder i Europa, dvs de som fanns i EU. Vi växte så det knakade, men behövde inte anställa någon ny personal.

Han reste sig från stolen, och det var dags att gå hem. Det var länge sedan han hade haft tid att gå och fiska. Han stängde dörren, släckte ljuset och gick. Det fanns inga anställda kvar. Ett företag var nu dess datorsystem och det hade fått ett eget liv....

Copyright: Casimir Artmann. 1997.