

Guide till bättre kravställning och tekniska investeringar.

13 steg som gör det enklare att välja rätt e-handelsleverantör.

CARISMAR

Beyond/Retail

Innehåll

Varför är det viktigt att kunna kravställa tekniska lösningar? / **Sida 1**

Förstudiens betydelse för att kunna ta bättre beslut / **Sida 2**

13 enkla steg för att välja rätt e-handelslösning

1. Identifiera stakeholders / **Sida 3**
2. Bedöm tekniskt mognadsgrad / **Sida 3 - 4**
3. Kartlägg det riktiga problemet / **Sida 5**
4. Förklara syftet / **Sida 6**
5. Skapa projektmål / **Sida 6**
6. Identifiera positionen i företagslivscykeln / **Sida 7**
7. Välj hur projektet skall prioriteras / **Sida 7**
8. Skapa produktkrav utifrån kundresan / **Sida 8**
9. Kravställ arbetssätt och processer / **Sida 8**
10. Formulera kraven / **Sida 8-9**
11. Sätt scopet / **Sida 10**
12. Skapa en realistisk tidsplan / **Sida 11**
13. Identifiera risker och hur de ska hanteras / **Sida 12**

Gå ut till marknaden och hitta rätt leverantör / **Sida 13**

Vanliga fallgropar / **Sida 14**

Varför är det viktigt att kunna kravställa tekniska lösningar?

Utmaningen

Det är komplext att sälja då konsumtionsbeteendet idag har förvandlat en kontaktpunkt till fem, sex olika.

Att kravställa och upphandla tekniska lösningar har gått från något som behövde göras vart tionde år till något som nu måste ske regelbundet.

Behovet av de tekniska lösningarna har blivit större, lösningarna i sin tur har blivit alltmer komplexa och investeringarna allt större.

Teknikens betydelse

Tekniken har blivit en central del av affären och att effektivt kunna driva tekniska projekt har blivit en viktig del att bemästra för att bli framgångsrik.

Att investera i tekniska lösningar som inte skapar ett direkt värde för kunden eller har en tydlig affärsnytta skapar negativa konsekvenser i försäljningen och är ödesdigert för organisationer.

För de som lyckas med sin lösning väntar belöningar i form av ökade marknadsandelar, lojalare kunder, högre marginaler och ett starkare varumärke.

"Det är när man vet som minst om något som man tror att man vet som mest."

- Dunning & Kruger

Tillvägagångssättet

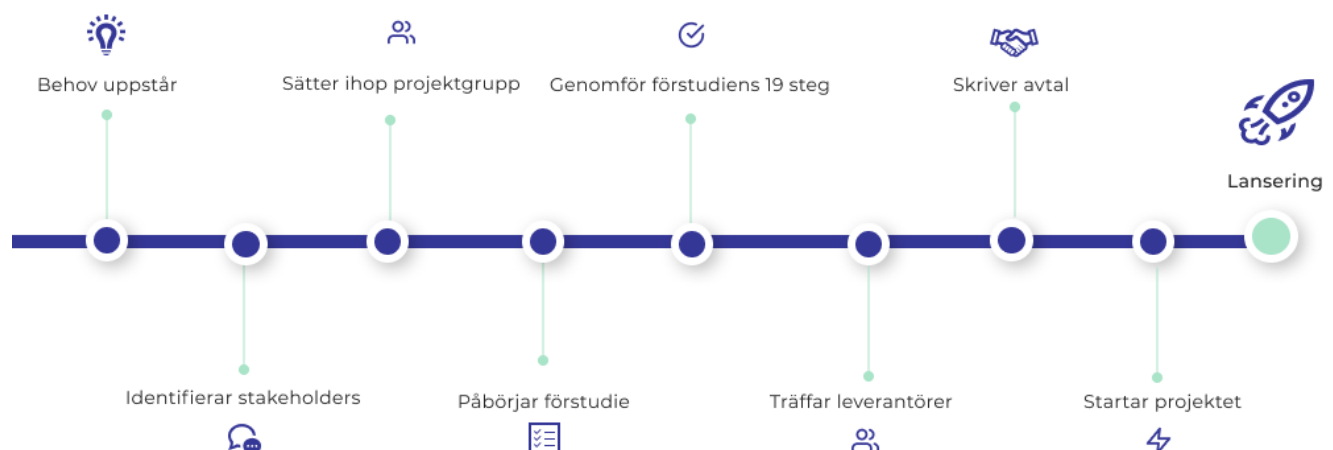
Vi är fortfarande i ett tidigt skede av utvecklingen inom e-handeln och i organisationer saknas därför ofta kompetens inom mjukvaruutveckling samt även insikt om avsaknaden av kompetens.

Det är lätt att välja fel väg framåt och ta onödiga omvägar till målet. Eller missa målet helt och hållet.

Ofta söker man efter det **perfekta** systemet, ett system som ska lösa alla problem.



Vi vill introducera er till en process som gör det enklare att välja de tekniska lösningar som skapar högst kundvärde & affärsnytta



Förstudien lägger grunden för lyckade projekt

En upphandling av e-handelsplattform eller andra tekniska lösningar är inte lätt. Det är komplext, kräver tid och är ofta förknippat med stora investeringar.

När tekniken är en så central del av affären blir det än viktigare att de tekniska investeringar som görs ger en hög avkastning, både kort- och långsiktigt.

För att man ska kunna göra ett val som passar den affär och de mål som finns krävs det att man gör ett grundligt förarbete.



Ett hus börjar alltid med grunden

Att initiera en förstudie innan man startar ett projekt borde vara lika självklart som att inspektera marken och området innan man börjar bygga ett hus.

Tyvärr ser inte verkligheten riktigt ut så. Alltför ofta är vi så angelägna om att komma igång snabbt att vi kastar oss in i projekt utan något förarbete alls.

I bästa fall klarar man sig undan med en överskriden budget, försenad leverans och några lösta problem.

Det mer sannolika är däremot att konsekvenserna blir projekt som aldrig borde genomförts, halvfärdiga leveranser eller att det uppstår helt nya problem.

Risker med att hoppa över förstudien?

- Fokuserar på fel behov och krav
- Kundvärdet glöms bort
- Ingen symbios mellan affären och tekniken
- Missar att involvera viktiga stakeholders
- Projektets omfattning blir otydlig

Förstudiens syfte

Motivera varför projektet ska påbörjas, varför behovet behöver lösas och vad som är nyttan med lösningen.

Förstudiens mål

- Identifiera problem, behov & krav
- Hur dessa ska lösas på bästa sätt
- Vilka resurser som krävs internt/externt
- Om projektet ska genomföras
- Risker med att genomföra projektet
- Plan för hur dessa risker ska hanteras

13 enkla steg som hjälper er att identifiera rätt behov, ställa rätt krav och välja rätt leverantör.

1. Identifiera stakeholders

Det första steget i förstudien är ta reda på vilka team och stakeholders som kommer påverkas av projektet.

Här är det viktigt att se över sin organisation och grundligt gå igenom de team som har touchpoints i den tekniska lösningen idag.

När dessa är identifierade väljer ni vilka stakeholders som bör vara en del av projektgruppen.

Exakt vilka avdelningar och stakeholders som bör medverka i projektgruppen varierar beroende på organisationens storlek, struktur och arbetsätt.

2. Bedöm organisationens tekniska mognadsgrad

Tekniska förändringsprojekt är utmanande och tidskrävande. För att få ett lyckat resultat gäller det att man har rätt utgångspunkt.

För att ni ska bli medvetna om hur förutsättningarna ser ut för er har vi tagit fram sex frågor som hjälper er att identifiera bolagets tekniska mognadsgrad.

Utifrån svaren kan ni sedan välja en leverantör och lösning som passar era förutsättningar bäst.

Startar ni era projekt med att göra en förstudie?

Finns det utvecklare i organisationen?

Har ni tidigare genomfört tekniska förändringsprojekt?

Förslag på stakeholders i projektgruppen:



Marknad



Lager



Ekonomi



Inköp



E-com



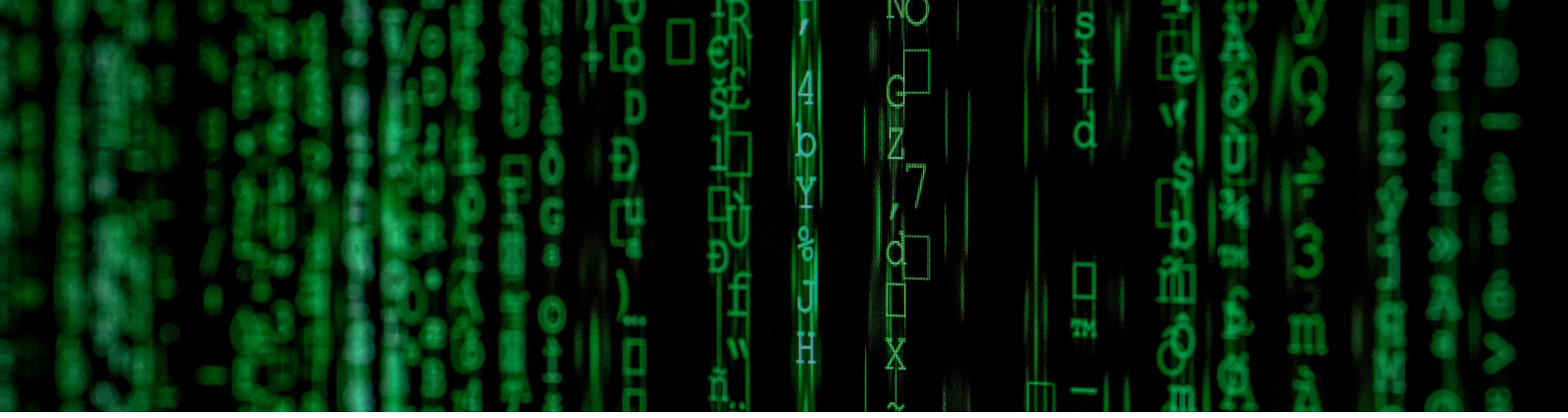
Kundtjänst

Har någon i projektgruppen erfarenhet av att kravställa mjukvara?

Har ni identifierat alla touchpoints i kundresan?

Mäter ni KPI:er såsom CAQ, COS och CLTV?

Summera antal "JA" och se på nästa sida vad vi rekommenderar att ni tänker på.



0-2 Låg

Om det inte finns så stor teknisk vana inom er organisation kan det vara bra att ta hjälp av en partner som har dokumenterad erfarenhet av att driva tekniska projekt.

Det kan vara lockande att projektleda arbetet själva men i längden kommer ni att tjäna på att ha en leverantör som kan hjälpa er hela vägen från intern förstudie till kravställning och lansering.

Var noga med att välja specialister med bevisad erfarenhet inom sina specifika områden och som är plattformsoberoende i sina rekommendationer.

När det kommer till typ av tekniska lösningar är det i denna nivå bättre att ta en plattform som inte kräver speciellt mycket teknisk kompetens för att underhålla.

Undvik därför Open Source-lösningar såsom Magento, WooCommerce, PrestaShop och OpenCart .

3-4 Mellan

Om ni fick JA på 3-4 av frågorna kan ni leda flera delar av det tekniska förändringsarbetet själva.

Det är däremot viktigt att det finns en dedikerad resurs internt som kan projektleda arbetet. Om detta inte finns bör ni ta in en extern projektledare med erfarenhet av tekniska projekt.

Genom att ta in en extern part kan ni effektivisera arbetet samt undvika vanliga fallgropar.

När ni tagit fram mål, syfte och produktkrav kan det vara bra att att få dessa av en objektiv part som ger sin rekommendation.

Välj en e-handelsleverantör där ni kan växa och som kan ge er support och vägledning i er utveckling.

För att inte tappa fokus på kärnaffären och undvik därför att driva egen utveckling på tekniskt avancerade Open Source plattformar som till exempel Magento.

5-6 Hög

Ni har bra koll på de tekniska delarna av er affär och har med största sannolikhet genomfört liknande projekt förut.

Om ni inte har en resurs internt som kan driva projektet kan det vara en bra idé att ta hjälp av en extern projektledare som leder projektet dedikerat. Därmed kan ni hålla en högre fart och säkerställa att leveransen sker i tid och inom budget.

Ni kan förmodligen hantera en mer tekniskt krävande lösning för er e-handel som behöver högre kunskap och mer resurser internt.

Det är viktigt att ni ändå gör en grundlig förstudie för att identifiera era behov och de förutsättningar som finns.

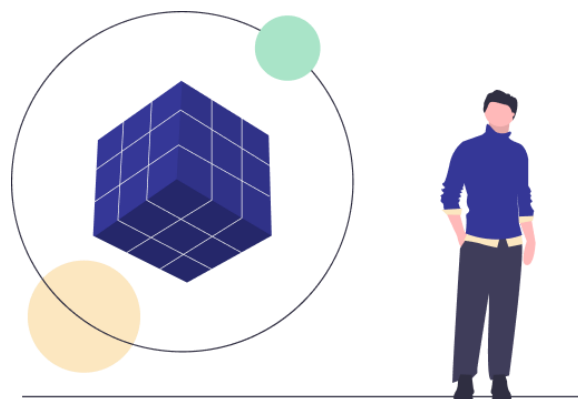
3. Kartlägg det riktiga problemet

Är det identifierade problemet det verkliga problemet?

När ett problem eller behov uppstår så är vi ofta väldigt snabba med att komma fram till en lösning. Vårt undermedvetna börjar snabbt gräva i arkivet för att söka information om hur problemet kan lösas.

Den initiala idén på lösning är inte alltid den bästa då den ofta endast löser det akuta problem som uppstått.

Det är därför otroligt viktigt att inte ta några beslut innan de framtida behov som finns är kartlagda och de faktiska problemen är identifierade.



Vilka risker kommer med att vara för problemfokuserad?

När vi är för snabba med att avgöra vilken väg vi ska ta för att lösa ett problem som uppstått missar vi ofta helhetsperspektivet och väljer en väg som löser ett specifikt problem.

Risken är att lösningen blir en dyr quick-fix som inte matchar de behov som egentligen finns för att skala affären på längre sikt.

Tänk på att inte stressa igenom behovsanalysen, det kommer bara att straffa sig senare när ni projektets omfattning måste revideras.

Om du fokuserar för mycket på problemet är det lätt att missa den enkla lösningen.

Risker med att vara problemfokuserad



Man ser inte till hela behovsbilden. En förutsättning för att välja rätt lösning är att först ha identifierat de faktiska problemen.



Andra centrala delar, glöms bort Identifierade problem blir lösta, samtidigt skapas en rad nya problem.



Lösningen ger ingen eller låg effekt på kundvärdet. Investeringar som inte stärker erbjudandet har ofta låg avkastning.

4. Konkretisera syftet

Vi har givit *varför* ett eget kapitel för att det är en fråga som man alltid behöver ställa sig när man ska göra en förändring men som ofta glöms eller missas.

*Varför ska vi byta e-handelsplattform?
Varför ska vi ha en e-handel?
Varför finns vi som företag?*

Utan ett tydligt syfte är det svårt att berättiga varför det ska avsättas tid och resurser till projektet.

Det blir även svårt att motivera utvalda stakeholders till att prioritera projektet framför sina ordinarie arbetsuppgifter.

Varför är det viktigt att ha ett tydligt syfte?

Mål och syfte är ord vi ofta slänger oss med utan att riktigt ta deras innebörd på allvar.

78%

Av IT-projekten har ingen koppling till företagets övergripande mål.

Ett mål utan ett tydligt syfte blir svårt att förhålla sig till.

Syftet är er bästa vän och det hjälper till att formulera vad som behöver göras för att målet ska uppnås.

Det är också syftet som hjälper er avgöra vilka delar som har mer värde än andra vid prioritering.

5. Skapa projektmål

Om man inte vet vart man ska är det svårt att avgöra om man kommit fram.

Det blir även svårt att avgöra om resurserna som krävdes för att ta sig dit var värda besväret.

Mål som att "sälja mer" eller "gå in på nya marknader" måste brytas ner ytterligare om det ska kunna appliceras på val av ny e-handelsleverantör.

64%

av projekten uppnår sina uppsatta mål.

Koppla ihop affärs mål och projektmål

Hur ska e-handelsleverantören hjälpa er att uppnå de övergripande affärsmålen? Kan den ens göra det?

För att skapa samsyn på era förväntningar är viktigt att ni är tydliga med de mål som ni har. Beskriv med vad och framförallt hur ni vill att e-handelsleverantören hjälper er att uppnå målen.

Ta fram mål med projektet

- 1 Vilka mål ska projektet uppnå? Hur ska dessa mål bidra till att de övergripande affärsmålen uppnås?
- 2 Vad blir e-handelsleverantörens roll? Krävs det hjälp från andra parter för att uppnå målen?
- 3 Finns det en projektbudget för att uppfylla alla mål?
- 4 Skatta hur viktiga målen är och vilka som ska vara uppnådda vid lansering och vilka som ska uppnås över tid.
- 5 Bestäm vilka mätpunkter (nyckeltal) ni ska mäta för att se om målen uppnåtts.

6. Identifiera positionen i företagslivscykeln

Likt produkter har företag en livscykel som det går igenom. De fyra olika stadierna i "företagslivscykeln" kommer alla med ett antal olika utmaningar och behov.

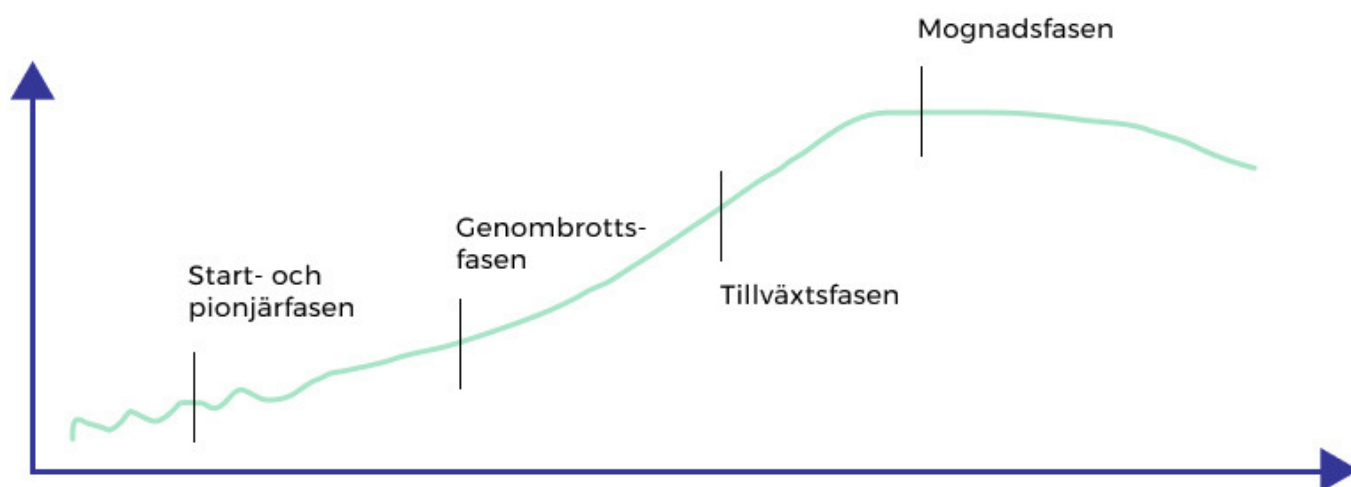
De olika stadierna påverkar behovet av vilka tekniska förändringsprojekt som behöver genomföras.

Hur påverkar positionen i företagslivscykeln?

Positionen i livscykeln har en stor betydelse för vilka tekniska investeringar som behövs göras.

I vissa delar av krävs mer långsiktighet medan det i andra är kort time-to-market som är avgörande.

Försök att ha en långsiktig horisont och tänk på att lösningen ska vara skalbar och kunna hantera era behov för lång tid framöver, inte bara just nu.



7. Välj projektets prioritet

För att underlätta prioriteringen i ett projekt kan man använda sig av verktyg som "projekttriangeln".

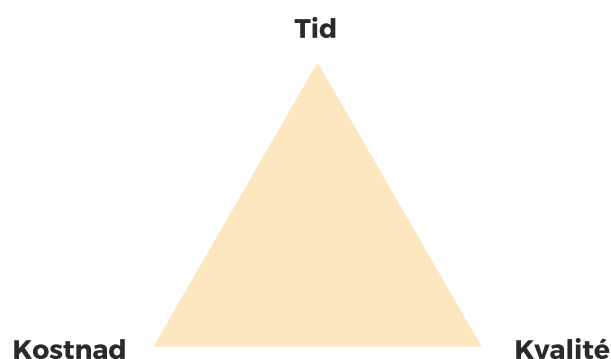
Fördela ut summan hundra på de tre påverkansfaktorerna; tid, kostnad och kvalité

Den sida som blir störst tydliggör för alla inblandade i projektet vilken faktor som ska vara styrande.

De tre parametrarna är beroende av varandra och om en förändras så kommer de andra att påverkas på ett eller annat sätt.

Projekttriangeln hjälper till att skapa samsyn inom organisationen och leverantören får en bättre förståelse för hur de ska prioritera arbetet.

Det är även en bra grund att falla tillbaka på om stakeholders vill göra förändringar som påverkar projektets gång.



Kom ihåg att det inte går att fördela summan jämnt och placera ut 33.3 i alla hörn.

8. Ta fram produktkrav

Det första steget för att ta fram krav är att skatta hur viktiga olika funktioner är. MoSCoW är en känd teknik för att prioritera uppgifter i agil mjukvaruutveckling. Det innebär att ni prioriterar enligt nedan modell.

Prioritera funktionskraven

Must have (M)

Kritiska för att kunna sälja och nå framgång.

Should have (S)

Nödvändiga, men inte kritiska att ha vid deadline.

Could have (C)

Bra att få med om tid och budget räcker till.

Won't have (W)

Skapar inte ett tillräckligt stort värde för att ta med.

Utgå i från kundresan

Undvik att utgå från er själva, utan skatta kraven utifrån vad som skapar mest värde för era kunder.

Utgå från graden av påverkan på kundresans olika interaktionspunkter när ni prioriterar kraven.

Om ni vid detta steg inte har identifierat kundresans interaktionspunkter bör ni gå tillbaks och börja där.

Kom ihåg

Tänk på att kraven även ska kunna kopplas till de mål och nyckeltal som ni har satt upp för projektet och verksamheten i övrigt.

10. Formulera kraven

Att med en mening förmedla exakt den förväntan som man har på en funktion till en annan människa är svårt. Att göra det med ett ord är omöjligt!

Vi har alla helt olika erfarenheter och inbyggda förväntningar på vad något är, hur det fungerar och vad det ska leda till.

Det är därför en dålig idé att kravställa tekniska lösningar med "buzzwords" och outtalad förväntan.

Specificera istället kraven tydligt från början med till exempel user stories.

Intervjua stakeholders enskilt för att undgå informella hierarkier.

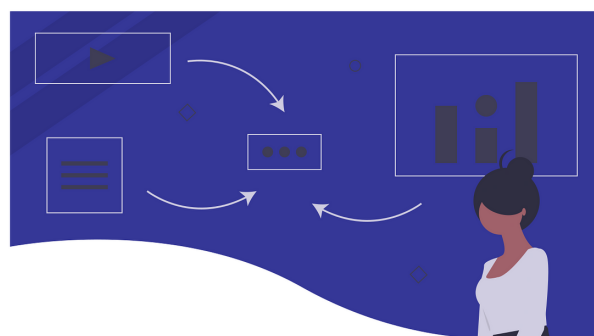
9. Kravställ arbetsätt och processer

En teknisk lösning ska även innehålla krav på hur ni som bolag vill arbeta och det är viktigt att ni ser över de interna processer som finns.

Det är dock lätt att deltagarna i projektgruppen endast väljer att trycka på de funktioner som har störst påverkan på deras dagliga arbete.

Ett sätt att undvika att den som skriker högst får igenom flest krav är att projektleddaren tar enskilda sittningar med de utvalda stakeholders som finns för att allas röster och åsikter ska höras.

Oftast finns inte budgeten för att tillgodose alla krav och det är projektleddaren eller styrgruppens ansvar att se till att utvalda krav är i förenliga med kundens upplevelse, affärsnyttan samt målen för projektet.



Fråga tio människor vad en kundklubb är och ni får tio olika svar.

Undvik formulär med checkboxar

En kravlista med checkboxar blir godtyckliga och är inte till mycket nytta då de ofta baseras på separata funktioner.

Om inte era förväntningar finns med så får ni bara leverantörens tolkning på vad de olika punkterna innebär och hur man löser dem.

Funktion	Leverantör 1	Leverantör 2	Leverantör 3
Unified Commerce	✓	✓	✓
Lojalitetsprogram	✓	✓	✓
Supersök	✓	✓	✓
API	✓	✓	✓

Förtydliga kraven med user stories

En user story avser att förtydliga de krav som tagits fram och används både internt och externt.

Stakeholders får motivera sina syften samt mål för kraven med hjälp av user stories och det blir tydligt vad som förväntas.

Genom att formulera kraven på detta sätt kan ni också säkerställa att varje funktion skapar kundvärde och att kraven sedan kan testas utifrån användarens perspektiv.

Som < **typ av användare** > vill jag < **mål** > för att < **anledning** >.

Som en *marknadsförare* vill jag skapa en *rabattkod* för att *belöna lojala kunder*.

Som en *marknadsförare* vill jag skapa en *rabattkod* som bara gäller för ett *visst varumärke* för att *belöna lojala kunder som tidigare köpt det varumärket*.

Det första steget kan sedan utvecklas och brytas ner i ytterligare steg som gör att det blir ännu tydligare.

Tre fördelar med user stories



Tydligare kravställning gör det enklare att välja rätt leverantör



Konkretiserar och tydliggör förväntningar samt kravbild



Kundresan inkluderas och kundvärdet säkerställs

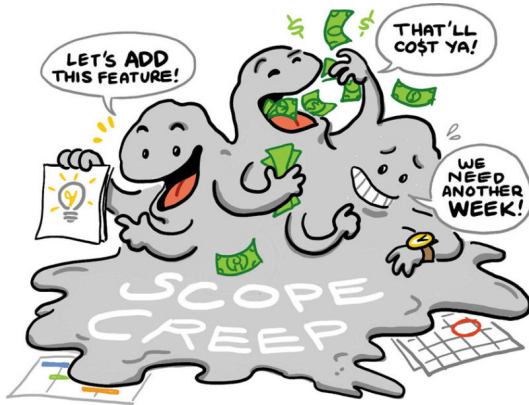
11. Sätt ett scope

När ni tagit fram och formulerat produktkraven är det dags att bestämma vilken funktionalitet som ska vara med direkt vid lansering och vilken som skall adderas efter lansering. Använd prioriteringen från sjunde steget för att undvika att scopet blir för stort.

Definiera omfattning & avgränsningar

Det är viktigt att sätta ett scope för projektet för att kunna avgöra när projektet är klart och undvika så kallat "scope creep".

När projektets omfattning förändras så växer scopet automatiskt. Följden blir ofta överskriden budget, uppskjutet lanseringsdatum och förväntningar som inte infrias.



Ju längre projektet har kommit desto större blir påverkan i tid och kostnad om man väljer att göra förändringar under projektets gång.

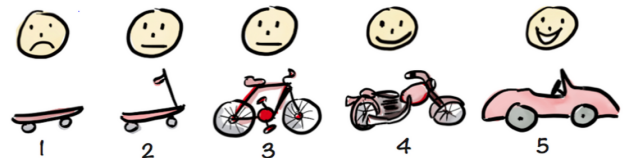
Det går såklart att göra modifieringar men då ska man också vara medveten om det kommer driva upp kostnaderna och påverka tidsplanen.



Håll ner scopet med MVP

MVP står för "Minimum Viable Product" och innebär den mest grundläggande lösningen som kan lanseras med ett tillräckligt högt värde för att användaren ska uppskatta den.

Kortfattat innebär det att man börjar med att lansera en avskalad version som man sedan itererar vidare på.



Fem fördelar med MVP



Enklare att anpassa efter nya förutsättningar



Kortare projekt & snabbare "time to market"



Naturlig feedbackloop från besökare/kunder



Enklare att utveckla funktioner med stort kundvärde



Mindre risk att utveckla fel saker

12. Skapa en hållbar tidsplan

Ni vet vart ni ska, men ni vet inte hur terrängen ser ut, vilket transportmedel som är bäst eller vem som ska transportera er framåt.

Hur bestämmer man då när man ska vara framme?

Att estimerar hur lång tid tekniska projekt kommer ta är inte lätt - speciellt i början när man vet som minst.

Undvik att gå i tidsfällan

Om en uttalad deadline saknas när projektet börjar finns det en stor risk att viktiga beslut skjuts upp.

Resultatet blir att projektet hamnar i tidsnöd och att tilltänkt lanseringsdatum får styra valet av leverantör.

Sätt en rörlig deadline som kan anpassas efter den interna resurstillgången och de externa leverantörer som ska involveras.

Tre faktorer som påverkar projektets tidsram

Omfattning

Att bygga en e-handel kan ta allt från 200 till 3000 timmar beroende på komplexitet. Hur ska ni då kunna bestämma när ni ska vara framme?

Resurstillgång

Hur många resurser kan arbeta dedikerat med projektet? I många fall adderas projektet ovanpå ordinarie arbetsuppgifter.

Leverantörens ledtid

E-handelsleverantörer har ofta en ledtid mellan påskrivet avtal och när de kan påbörja projektet.

Skapa en plan för när viktiga beslut ska vara tagna

1

Utgå från önskat lanseringsdatum och identifiera de beslutspunkter som finns i projektet.

	Beslutspunkt	Beskrivning	Datum
BP 1	Initiera förstudie	Definiera krav och ramar för projektet	?
BP 2	Identifiera leverantörer	Välj vilka som ska vara med i upphandlingen	?
BP 3	Välj leverantör	Godkänn avtal och offert	?
BP 4	Projektstart	Godkänn projektplan	?
BP 5	Produkt godkänd	Godkänn produkten	?
BP 6	Lansering	Gå live	1 sep

2

Estimera hur lång tid varje beslutspunkt tar att genomföra. Räkna baklänges ("backcasting") för att identifiera när besluten måste vara fattade.

	Beslutspunkt	Estimerad tid	Datum
BP 1	Förstudie påbörjad	4 veckor	1 okt
BP 2	Leverantörer utvärderade	4 veckor	5 nov
BP 3	Leverantör vald	3 veckor	15 dec
BP 4	Avtal godkänt	2 veckor	1 Feb
BP 5	Projektet påbörjat	13 veckor	1 april
BP 6	Produkt godkänd	1 vecka	23 Aug

Mål: Lansera första september
Estimerad projekttid: 500 h

13. Identifiera risker och hur de ska minimeras

Det finns mycket att vinna på att vara proaktiv och identifiera vilka risker som finns i ett projekt. Det är enkelt att hoppa över detta steg men det straffar sig oftast senare.

Att ha identifierat vilka risker som finns och hur dessa ska hanteras om de uppstår kommer att spara både tid och pengar.

Riskidentifieringen i förstudien utförs med fördel som en brainstormingaktivitet och består av tre steg.

Fem vanliga riskkällor

- Ändringar i produktkraven
- Kompetensbrist i projektgruppen
- Viktiga beslut skjuts upp
- Otydliga roller/ansvarsområden
- Otillräckligt med allokerade resurser

Riskidentifieringens tre delar

Riskidentifiering

Identifiera problem som kan uppstå och hur de kan påverka projektets leverans och slutresultat.

Riskvärdering

Skatta hur sannolikt det är att de problem som ni identifierat uppstår.

Riskåtgärdsplanering

Skapa en handlingsplan för hur risker ska hanteras om de uppstår.

Här finns riskerna

Uppdragsbeskrivningen

Är den tydlig och finns det en "Definition of Done" på olika delar i kravspecifikationen?

Scopet

Använd projektverktyget "Work Breakdown Structure" (WBS) för att tydliggöra scopet

Tidsplanen

Hur stor är tidsbufferten och hur många moment kan göras parallellt?

Resurstillgången

Finns det tillräckligt med interna resurser och hur förväntas de delta i projektet?

Organisationen

Pågår det andra projekt inom företaget som konkurrerar om resurserna?

Fyra sätt att minimera risker

- ✓ Täta avstämningar
- ✓ Delleveranser
- ✓ Erfaren projektledare
- ✓ En utförlig åtgärdsplan

Hitta rätt leverantör

Med förstudien avslutad är det dags att gå till marknaden. Att förstå skillnaden mellan olika tekniska plattformar och erbjudanden är inte helt enkelt. För att ni ska kunna bilda er en bra uppfattning om leverantörerna och undvika att jämföra äpplen och päron rekommenderar vi att ni följer nedan steg.

1. Scanna av marknaden

Prata med oberoende konsultbyråer, gör sökningar online och utvärdera leverantörernas aktuella kunder. Titta efter kunder som är i den storlek ni vill nå.

2. Välj ut relevanta leverantörer

Kontakta utvalda leverantörer via telefon. Det är mycket enklare att skapa sig ett intryck när man pratar med någon än över skrift.

Till de som fortfarande känns relevanta skickar ni över er user stories-uppbyggda kravspecifikation.

3. Utvärdera svaren, boka möten

Välj ut de leverantörer som känns relevanta och boka in möten ute hos leverantörerna för att få en bild av företaget.

Sammanställ alla kostnader och jämför "Total Cost of Ownership".

4. Besök leverantörerna

Sätt er i förarsätet direkt och ta kontroll över mötet. Ha en tydlig agenda och berätta om era syften, mål, projektkrav samt förväntningar.

Ställ rätt frågor

- Mission och värderingar?
- Ägarförhållanden?
- Arbetssätt och processer?
- Resurser under och efter lansering?
- Plan för produktutveckling?

5. Titta närmare på tekniken

Låt inte leverantören flasha runt i sin backend och visa alla coola funktioner som de har byggt utan skapa en behovsbaserad demo.

Ha dessa moment som utgångspunkt och be leverantörerna visa hur de har löst eller skulle lösa de behoven som ni har.

6. Syna erbjudandet och ta reda på vad som ingår

Gör en funktionalitetsinventering och titta på den totala ägandekostnaden (Total Cost of Ownership) för att särskilja olika leverantörers erbjudanden.

Vissa e-handelslösningar kan på pappret verka mycket billigare men kräver olika externa system vilket löpande innebär mer overhead och större resursåtgång.

Driftkostnader

- Ingår hosting?
- Är det server eller moln hosting?
- Hur stor datamängd ingår?
- Ingår övervakning och backuper?
- Underhålls nödvändiga integrationer?
- Ingår kostnadsfri support?
- Kostnad för vidareutveckling?

System

- Finns krav på PIM?
- Finns krav på WMS?
- Ingår det ett CMS?
- Finns kundklubsstöd? (CRM)
- Ingår export/import av data?
- Är storefront öppen? ("Headless")
- Kan bärande delar bytas ut?

Övrigt

- Vilken UX-funktionalitet ingår?
- Ingår ompekning av länkar?
- Finns dynamiskt SEO-stöd?
- Ingår transaktionsmail?
- Hur skapas nya marknader?
- Går det att koppla POS?
- Vilka tredjepartsverktyg stöds?

Vanliga fallgropar

Undvik de vanligaste fallgroparna.
Spara tid och pengar och få ett bättre resultat.

Generella Fallgropar

- Tekniken ses inte som en del av affären och erbjudandet
- E-handeln behandlas som ett tillfälligt IT-projekt
- Överskattar organisationens tekniska mognadsgrad
- Arbetar i silos
- Glömmer bort kundvärdet
- Ser inte till organisationens övergripande mål & syfte

Fallgropar i upphandlingen

- Syfte och mål glöms bort
- Glömmer att identifiera berörda stakeholders
- Kravställer inte arbetsprocesser
- Utgår från personliga UX-preferenser
- Fokuserar för mycket på att lösa ett specifikt problem
- Saknas en plan för när viktiga beslut måste vara tagna
- Tittar på vad konkurrenterna gör och kopierar
- Glömmer bort kundvärdet

Fallgropar under projektet

- Lägger till mer funktionalitet (utökar scopet)
- Allokerar otillräckligt med resurser
- Det saknas en dedikerad projektleddare
- Underskattar produktadministrationsarbetet
- De saknas en kommunikationskanal för leverantörerna
- Har för få avstämningar



Kul att du kommit så här långt!

Har du några frågor om valet av e-handelslösning, teknisk projektledning eller e-handel så hjälper vi gärna dig!



John Larzon
Head of Sales & Marketing

Larzon@carismar.com
076 005 01 05



Emelie Samuelsson
Technical E-commerce Consultant

emelie@beyondretail.se
073 845 73 60

CARISMAR
Beyond/Retail