

Utfärdare

Datum

2410 Friedrich W Nocke/ed 031-667751 89-08-09 I330024 Sida 1

Ärende

INFORMATION

Anteckningar från DP EXECUTIVE CONFERENCE - WINNING CONNECTIONS

Vid pennan: Friedrich W Nocke 2410, Gunnar Lindberg 2090

Allmänt:

IBMs Nordic Marketing Center organiserade årets s k Large Systems Conference i Monte Carlo 21-24 maj 1989. Ca 200 Skandinaviska deltagare hade samlats till ett väl organiserat seminarium under temat "Winning Connections".

IBM ändrade tidigare under 80-talet marknadföringsstrategin och man understrycker f n att produktbolaget IBM har vidareutvecklats till en mera applikations- och problemlösningsorienterad leverantör. Således behandlar denna typ av konferenser i större omfattning "varför" ADB-lösningar är nödvändiga och man begränsar informationen om "hur" ADB-problem löses. Man får lätt intrycket att konferensen numera riktar mera till ADB-användare som t ex Volvo Datas kunder än till Volvo Data och kundernas AU-ansvariga.

Dock gavs tillfälle att träffa inflytelserika IBM-medarbetare och det är vår bedömning att det var värdefullt att delta i konferensen.

Presentationerna

Föredragen kan uppdelas i 3 grupper:

- 1) ADB ett viktigt konkurrensmedel för tillväxtorienterade företag - teorier och kundexempel.
- 2) Winning Connections på det personliga planet - hur påverkar jag genom mitt uppträdande affärsmöjligheterna.
- 3) Produktinformation

ADB som konkurrensmedel

John M Thompson, Vice Chairman of Index Group, USA, författare till boken "Europe in 1992: Winning Through Technology", redogjorde för på vilket sätt elektronisk kommunikation mellan leverantörer, tillverkningsbolag, distributörer och kunder kommer att få avgörande betydelse i konkurrensspelet. John exemplifierade bl a med American Airlines bokningssystem, där man genom att förse bokningskontor med applikationer och elektronisk kommunikation, skaffade sig avgörande konkur-

rensfördelar gentemot övriga flygbolag.

Peter G W Keen, författare till bl a best sellern "Competing in Time: Using Telecommunications for Competitive Advantage" var t o m av den uppfattningen att det redan är för sent att på ett enkelt sätt kunna skaffa sig konkurrensfördelar genom utnyttjande av informationsteknologi. Informationsteknologi bör nu tillämpas för att förenkla organisationsformer i globala företag med ambitionen att vara marknadsledare. Det blir framledes omöjligt att två företag med olika informationsstrategier kan fusionera på ett effektivt sätt.

Övriga noteringar:

- Europa är långt före USA inom EDI
- videokonferenser har en framtid i att knyta samman multinationella organisationer
- 20% av applikationsutvecklingskostnaden bör gå till utbildning
- Japan kommer att vara konkurrenter inom SW runt år 2000.
- vad utmärker en vinnare?
 - + medvetenhet och mod hos högsta ledningen
 - + förståelse för kunders verkliga behov (att skilja från uttryckta behov)
 - + tänk 7 år framåt
 - + vilka är nyckelområden inom verksamheten? Dessa måste skyddas!

Dr Geoff W Robinson, Director of the IBM United Kingdom Laboratories Ltd, Hursley, England, redogjorde för nya områden för lönsam tillämpning av informationsteknologi p g a pris/prestanda-förbättringar för hård- och mjukvara ur historisk synvinkel. Det gäller för företagen att identifiera dessa möjligheter att erbjuda ny service till sina intressenter och därmed öka sin konkurrenskraft.

Prof William H Davidsson, University of Southern California, författare till bl a "U S Competiveness", "Revitalizing American Industry" m m analyserade marknadssituationen i Asien, USA och Europa och konstaterade att en fungerande nätverksstrategi är av avgörande betydelse för globalt agerande företag inom den kommande 10-årsperioden. Genom att Asien nu börjar uppmuntra inhemsk konsumtion och exempelvis Japan genom YEN-DOLLAR-avtalet 1984 låter valuta lämna landet i större utsträckning skapas nya konkurrensmöjligheter.

Barry Hickson, General Manager of RAC Motoring Services, England, berättade om RACs s k RESPOND Projekt som hade till syfte att administrativt stödja RACs omfattande verksamhet som försäkringsgivare, konsult m m. Projektet är ett exempel på IBMs förmåga att leverera nyckelfärdiga applikationslösningar. Stuart Rangeley-Wilson, IBM Bid and Contract Manager, England,

kompletterade Hicksons föredrag med bl a informationen att IBM har i England tecknat ca 40 avtal av samma typ där kontraktssumman för varje avtal överstiger miljoner GBP.

Vann E. Hettinger, IBM Communications Systems Director, berörde på vilket sätt kommunikationsbehovet ökar och hur IBM möter kundkravet med bl a att fler bryggor öppnas till SNA-nätet. CPI/IC utgör skalet runt SNA och OSI genom att OSI-standard införs av IBM.

NETVIEW:

- stöder SNA, OSI och TCP/IP
- får grafikstöd i år
- CLISTOR ersätts med REXX

Nätsäkerhet:

- förbättra SNA end-to-end säkerhet
- inför SAA säkerhetsgränssnitt
- bidrag till utvecklingen av OSI-standard

James E Cates, IBM Site Manager och verksam inom AI-området, redogjorde för hur AI utnyttjas för styrning av robotsystem, processtyrning m m samt att naturligt språk blir möjligt i samspelet mellan man och maskin. Forskning inom området har pågått i 40 år och inom IBM finns 150 applikationer i produktion och ca 700 under framtagning.

IBMs tre produkter riktar sig mot olika användarkategorier: ESE - verksamhetsexperten/KNOWLEDGETOOL - databehandlingsexperten/KEE/370 - AI-experten.

Slutligen konstaterade Ronal Swift, IBM Office and Decision Support Software, under hänvisning till aktuell litteratur, att IBM möter kundförväntningarna med den senaste Office-annonseringen.

Det sades emellertid ytterst lite om annonseringens innehåll (tyvärr).

Winning connections på det personliga planet.

Av mera underhållande karaktär var inslagen av Ron Fuss, IBM England, och Dr Loretta Malandre, USA.

Ron Fuss drev med kommunikationproblem som uppstår mellan ADB-specialister (inte minst IBM) och End Users på t ex executive nivå: ... "vi säljer till Dig för en Miljon och när Du har betalat kallar vi Dig PARTNER..."

Loretta Malandre sysslar med relationsteorier och anlitas av IBM inom den interna utbildningen. Enligt hennes teori bildar sig motpartners en uppfattning om varandra inom max 4 minuter. Medvetenhet om detta kan vara avgörande för en affär. Genom stöd från ett antal studier påverkas uppfattningen till 55% av kroppsspråket, 38 % av röstläget och 7% av de ord som växlas.

Produktinformation

Endast två föredragshållare lämnade produktinformation enl traditionell modell:

Thomas M Aser, IBM Programming Director of Marketing, gav en sammanfattning över SAA-orienterade annonseringar och informerade om kommande händelser.

1989 kännetecknas av Cooperative Processing

- Inom office har man mycket samarbete med tredjeparts-leverantörer.
- Application Development satsar vidare på CSP med hjälp av tredje part.

SAA-operativsystem kommer att sammanlänkas med AIX och skall "koexistera" med UNIX.

OS/2- och AS400-annonseringar 1989 är helt i linje med SAA. MVS/ESA och VM/ESA (!) kommer att följa SAA-strategin. Cobol kommer att erbjudas i en ny version. IBM har som mål att bli marknadsledare inom databashanteringen med DB2 och SQL.

OSI accepteras som kommunikationsstandard.

1989 års Office-annonsering är en SAA-produkt och innehåller electronic mail, decision supportstöd och s k iconic interface.

OS/2 extended edition är att vänta och man kommer att tillämpa AI för Applications Dev Tools. OS/2 anses blir första plattformen för Application Development Environment (ADE). Ny produkter kan väntas var 6:e månad.

Man räknar som tidigare nämnts med att 90-talet kännetecknas av Electronical Integrated Enterprises. Operativsystem och kommunikationsprogramvara måste kunna hantera kommunikation (SNA+OSI), systems management (NETVIEW) och distribuerat data (RDB managers) för att stödja distribuerade lösningar och beslut.

William L Nichols, Director Market System Strategies, har efterträtt Charlie Tuller och informerade om IBM system/370-trender.

Vi hade tillfälle att möta Bill Nichols en hel kväll och nedanstående uppgifter utgör ett sammandrag av all information som lämnades av honom.

- * I mitten av 1990 finns tre bolag som kör operatörslost.
- * Nya största modellen av 4381 kan köra ESA.
- * AIX förbättras kraftigt inom 24 månader
- * VM/ESA kommer att annonseras sent i år för skeppning 1H90.
- * Omkring 20% pris/prestandaförbättring gäller även i framtiden.

Årets prishöjning med 5% upplevs av vissa IBM-medarbetare som ett "olycksfall" och det ryktas att man kommer att sänka kostnaderna för IBM-programvara med ca 3%. På hans fråga om Volvo är nöjd med 3% svarades att 10-15% vore mera adekvat med hänsyn till Volvo Datas storlek etc.

- * PR/SM kompletteras i slutet av 1989 för att kunna accepteras av organisationer med höga krav på säkerhet.
- * 4Q89 levereras till kunder som har avtal på en 3090 modell S en ny modell med ca 12% högre kapacitet jämfört med "S". ESA lär innebära ytterligare några % prestandaförbättring. Hithörande annonsering förväntas ske juni 1989.
- * Kanalmiljön förändras, nya switchar blir tillgängliga under 1990. Kanallängder upp till 6 km (!) bli tillgängliga efter införande av fiberteknologi. Krav från användare av avancerade grafiksystem på hög överföringshastighet kommer att tillgodoses. Överföringshastigheter upp till 10 resp 20 MB/sek kommer att annonseras.

På sikt annonseras tillsatser som tillåter kanalanslutning av I/O upp till 100 Miles från CPU-placeringen (1992).

- * Nya diskar som passar för höga kanalhastigheter och 3990 kontrollenheter skall i mindre mängder levereras 4Q89. Volymleveranser startas 1990. Ytbehovet för DASD kommer att minska kraftigt.
- * Vectorfacilitet integreras i kommande centralenheter. Det satsas kraftigt på technical computing.

- * Automatiskt Tape-library annonseras 1989. Cartridge-media kommer inte att ändras. Dock förbättras lagringskapaciteten med ca 500%. Optisk disk med media som tillåter "rewrite" i begränsad omfattning levereras inom två år. Samtliga lagringsteknologier kommer att sam-existera.
- * Bill Nichols efterlyste Volvo Datas 3 prioriterade frågor till IBM. Följande nämndes:
 - a) Kvalitet - i nuläge övervägs kompletterande konkurrenslösningar.
 - b) Finansiering - nödvändiga investeringssteg för uppgraderingar bör minska. Förvärv av verkligt kapacitetsbehov bör erbjudas. Prishöjningar under en budgetperiod frusterar.
 - c) SW-priser och underhållskostnader bör erbjudas med större rabatter till kunder som Volvo Data.
 - d) SU-integrerade produkter som effektiviserar framtagning och underhåll måste fram fortare. Löftet om REPOSITORY i år måste hållas.

Göteborg 10 augusti 1989

VOLVO DATA AB
Marknadsutveckling


Hans Lackéus

Distribution:

32 Stora ledningsgruppen
33 Kostnadsställeansvariga
101 AU-ansvariga inom koncernen
102 Metod- och teknikkontakter

FORSBERG INGE
02510
DA2