



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Omvärldsbevakning som ett verktyg inom Business Intelligence

**En kvalitativ studie av omvärldsbevakning inom en
verksamhet**

External monitoring as a tool in Business Intelligence

A qualitative study of external monitoring in a business

DAVID LARSSON

FILIP JOHANSSON

Kandidatuppsats i Informatik

Rapport nr. 2014:020

ISSN: 1651-4769

Abstrakt

Omvärldsbevakning är ett svårdefinierat begrepp med stark koppling till Business Intelligence, vilket organisationer på senare år mer och mer har inkorporerat med hjälp av IT (Informationsteknologi). Den forskning som gjorts på senare tid har identifierat vikten av en fungerande omvärldsbevakning.

En kvalitativ studie innehållandes intervjuer med användare på ett IT-företag gjordes för att skapa en bild av hur omvärldsbevakning i nuläget ser ut på det specifika företaget och hur det skulle hjälpa företaget att utvecklas. Företaget som besöktes arbetade inte med några särskilda rutiner för omvärldsbevakning men kände ändå till termen och dess betydelse.

Slutsaten redovisar faktorer som upptäckts såväl som svårigheter. Bland annat definitionen av begreppet omvärldsbevaknings vilket skiljer sig mellan väldigt mycket från individ till individ. De faktorer som upptäckts pekar på vikten av tydlighet och målbilder inom arbetet med omvärldsbevakning för att det ska vara effektivt och mätbart.

Nyckelord: Omvärldsbevakning, Business Intelligence, Competitive Intelligence

Abstract

Intelligence is an elusive concept with strong links to business intelligence , in which organizations have recently more and more have incorporated the use of IT (Information Technology). A research carried out recently have identified the importance of effective monitoring, but there are few studies showing how organizations actually work in the field.

A qualitative study consisting of the interviews with employees at an IT company was done to see how external monitoring is carried out in practice, in a specific company and how it would help the company to develop. The company we visited did not work with special procedures of any kind regarding external monitoring but still knew about the term and its meaning.

The conclusion account for detected patterns as well as difficulties, including the definition of external monitoring which differs a lot between individuals. The patterns discovered points to the importance of clarity and objectives regarding the use of external monitoring for it to be effective and measurable.

Keywords: External monitoring, Business Intelligence, Competitive Intelligence.

Tack!

Vi vill tacka alla informanter för deras tid och svar på våra frågor som var till stor hjälp till uppsatsen.

Vi vill och tacka Ellen Forsberg Wallin, Gustav Hilford och Jakob Ljungkvist för hjälp med korrekturläsning.

Slutligen vill vi tacka vår handledare Jan Ljungberg för välkommen feedback under arbetets gång. Utan er hade uppsatsen inte kunnat skrivas.

Innehållsförteckning

1	Introduktion.....	1
1.1	Bakgrund.....	1
1.2	Problemområde.....	1
1.3	Syfte.....	2
1.4	Frågeställning.....	2
1.5	Avgränsning.....	2
2	Metod.....	3
2.1	Datainsamling.....	3
2.2	Analysarbete.....	4
2.3	Beskrivning av företaget.....	5
2.4	Tekniska förutsättningar.....	6
3	Teori.....	7
3.1	Urval av källor.....	7
3.2	Omvärldsbevakning som begrepp.....	7
3.2.1	Business intelligence.....	7
3.2.2	Competitive intelligence.....	9
3.2.3	Data mining.....	10
3.2.4	Formell och informell kommunikation.....	11
4	Resultat.....	12
4.1	Urval av informanter.....	12
4.2	Intervju ett.....	13
4.3	Intervju två.....	15
4.4	Intervju tre.....	17
4.5	Intervju fyra.....	18
4.6	Identifierade faktorer.....	19
4.6.1.	Företagets anställdas definition av omvärldsbevakning som begrepp.....	20
4.6.2	Kanaler för information från omvärlden.....	20
4.6.3	Informationsdelning inom Företaget.....	21
4.6.4	Kategorisering av informationstyp från omvärlden.....	21
5	Diskussion.....	22
6	Slutsats.....	27

7 Studiens relevans och överförbarhet.....	28
8 Förslag till vidare forskning	29
9 Källor	29
Bilaga 1.....	31
Bilaga 2.....	32

1 Introduktion

I det här avsnittet presenterar vi bakgrund, problemområde samt uppsatsens syfte. I slutet av avsnittet tas frågeställningen upp.

1.1 Bakgrund

Vi har besökt ett företag för att se hur de arbetar med omvärldsbevakning. Företaget vi besökte har valt att vara anonyma under arbetet vilket leder till att vi benämner de vid namnet *Företaget* med ett versalt F. Företaget valdes för att författarna hade kontakter inom verksamheten. Ämnet omvärldsbevakning valdes i samråd med kontakterna på Företaget då det ansågs som ett intressant ämne från bägge parter. Företaget har inte lagt något större fokus på sin omvärldsbevakning utan har som tanke att utveckla den i framtiden. Därför ansågs det vara ett aktuellt begrepp att undersöka. Vid första besöket upptäcktes därför att omvärldsbevakning inte är något som Företaget använder sig av på ett strukturerat sätt i nuläget. De anställda på Företaget utför dock omvärldsbevakning på egen hand på sin fritid. Då Företaget är ett IT-företag i expansionsfasen är utvecklingsmöjligheter för strukturerad omvärldsbevakning stor. För att förstå hur det fungerar krävs det en bild av hur individerna arbetar med området. Varje individ har sitt eget sätt att arbeta med omvärldsbevakning. Det handlar om att samla all relevant information på ett lämpligt sätt. En del personer använder sig frekvent av sociala medier, läser branschtidningar eller åker på diverse konvent där information sprids och tas upp. En rutin för att sammanställa sådan information skulle vara önskvärd både för de styrande på Företaget och de andra anställda. Det här kan vara problematiskt då informationen kan vara formell eller informell, vilket kan skapa en otydlighet över hur innehållet ska hanteras.

Omvärldsbevakning kan bland annat kopplas till två begrepp *Competitive Intelligence* (kommer genomgående benämnas CI, se 3.2.2) och *Business Intelligence* (kommer genomgående benämnas BI, se 3.2.1). De två har ofta nämnts som viktiga begrepp i tidigare litteratur kring ämnet. CI kan summeras som en process där det samlas och analyseras information från dina konkurrenter, eller liknande verksamheter, och deras aktiviteter och trender på arbetsmarknaden för att främja den egna verksamhetens intressen (Kahaner, 1997).

1.2 Problemområde

Omvärldsbevakning som begrepp är brett och svårdefinierat. Synen på vad begreppet innebär kan variera kraftigt, vilket framgick tydligt under intervjuer med de anställda på Företaget.

Samtliga av de personer som intervjuades använde dagligen omvärldsbevakning i olika former. Det leder till stora mängder information som dagligen tas in och bearbetas utan något strukturerat eller uttalat mål. Relevant information måste också delas med de anställda på Företaget vilket ställer krav på kommunikationskanalerna. Dock handlar det också om att kunna sortera bort en del av informationen. Att även dela upp informationen den för att användarna ska kunna välja vad de vill läsa om och vad som de anser är överflödigt. Anställda ska få ta del av relevant information för deras roll.

1.3 Syfte

Syftet med uppsatsen är att belysa huruvida omvärldsbevakning på Företaget sker idag, på vilket sätt den i så fall sker och hur den kan utvecklas i framtiden. Eftersom omvärldsbevakning är ett relativt nytt begrepp ska åsikter och synpunkter identifieras hos de anställda då det kan vara användbart för Företagets framtida utveckling inom området. Uppsatsen ska även belysa om det går att identifiera tankegångar hos de anställda som återfinns inom business intelligence och om de anser att omvärldsbevakning spelar en roll i verksamhetens framtid.

1.4 Frågeställning

Företaget har för närvarande ingen strukturerad omvärldsbevakning vilket gör det sårbart för förändringar på marknaden. Marknaden för programvaror och IT-tjänster har växt med 27 % mellan 2008-2012 vilket visar att konkurrensen ökar och gör det nödvändigt att följa med i utvecklingen (ITstatistik.se, 2014). Alla fördelar det går att få är värda att utnyttja och där kan omvärldsbevakning vara ett nyttigt verktyg. Därför anser vi att omvärldsbevakning som område är högst relevant att undersöka vilket i sin tur leder till frågeställningen:

Bedrivs omvärldsbevakning på Företaget och kan faktorer gällande begreppet identifieras?

Under arbetets gång upptäcktes även två underfrågeställningar:

Kan tankegångar som härleds från Business intelligence identifieras i de anställdas intervjusvar?

Anser författarna att omvärldsbevakning kan bidra till Företagets utveckling utifrån de anställdas intervjusvar?

1.5 Avgränsning

Uppsatsen fokuserar på hur Företagets arbetade med omvärldsbevakning och inte primärt om hur omvärldsbevakning bör utformas och användas generellt.

Om ett större material hade eftersträvats, hade en jämförelse av flera olika fall och en komparativ analys kunnat genomföras för att se om detaljer hade skiljts sig åt (Patel & Davidsson, 2011). För att detta ska genomföras krävs det dock mer tid och större resurser.

Författarna valde att genomföra fyra kvalitativa intervjuer med anställda på Företaget. Det här på grund av att mängden data som hade skapats vid fler intervjuer hade varit för stor för den tid uppsatsen skulle genomföras på.

2 Metod

I det här avsnittet förklaras metoderna som används i uppsatsarbetet samt hur analysarbetet utförts.

2.1 Datainsamling

Vi har utgått från ett kvalitativt synsätt för att få djup i vår förståelse av situationen (Patel & Davidsson, 2011). Uppsatsen inkluderar ett besök hos ett företag där semistrukturerade intervjuer gjordes. Intervjuszvaren tillsammans med en dokumentanalys gav förutsättningar för kvalitativ data. I kvalitativa studier är det viktigt att vara noggrann i beskrivningen av hur studien genomförs för att bibehålla reliabiliteten och validiteten. En viktig del i ett kvalitativt arbetsätt är att bearbeta och analysera insamlat material. Genom att kontinuerligt ha sett över och utvärderat det insamlade materialet går det att rikta in sig på relevanta ämnen som uppkommit under studiens gång (Patel & Davidsson, 2011). Genom semistrukturerade intervjuer kan intervjuare få möjligheten att ställa passande följdfrågor och ta reda på mjuka värden som annars är svåra att finna. Intervjuerna till denna uppsats genomfördes med hjälp av en intervjuguide, se bilaga 2.

Valet av angreppssätt och metodologier tillsammans med datainsamlingsmetoder är viktiga beslutsom avgör ifall ett forskningsprojekt blir lyckat eller ej. Att välja rätt metod till vald problemsituation kräver noggrann övervägning och krävs för ett riktigt slutresultat. Hur författarna valt att gå till väga när resultatet presenteras är också av stor vikt. I en kvalitativ studie kan det vara enklare att presentera resultatet i textform än till exempel genom statistik med diagram/grafer. Sedan tidigare kan det också ha samlats anteckningar, noteringar och texter som ska presenteras. Genom att arbeta på ett kvalitativt sätt i den här uppsatsen utvecklas en uppfattning för hur arbetet på Företaget kan utvecklas. Även hur Företaget kan arbeta för att omvärldsbevakningen ska fungera i framtiden får Författarna en uppfattning om.

Det här ska dock ske utan att på något sätt störa de anställda i verksamheten för mycket därför är det viktigt att arbeta kvalitativt och noggrant.

En intervjufrågan (se bilaga 1) skickades ut till informanterna innan besöket hos Företaget för att informera om avsikten med intervjun.

Vid besöket tillfrågades informanterna om ett godkännande till att intervjun spelades in. Det är viktigt att informera informanterna om ändamålet med inspelningen så det inte blir några missförstånd. Det här för att undvika komplikationer under senare delar av uppsatsen till exempel att en informant vill ta tillbaka sin medverkan. Det här skulle leda till att materialet från den intervjun är tvunget att strykas vilket medför förseningar i arbetet (Patel & Davidsson, 2011).

Det finns ett antal sätt att dokumentera intervjuer på. Antingen spelas dem in för att sedan transkriberas eller förs noteringar under intervjuen. För att återspegla en hel intervju i detalj är det bra att transkribera materialet, dock tar en transkribering väldigt lång tid av analysarbetet kontra att föra noteringar under intervjun (Walsham, 2005 ; Patel & Davidson, 2011). Vi valde att föra noteringar under intervjun samtidigt som vi spelade in då vi ville vara noggranna och säkra på att allt dokumenterades. Sedan analyserades intervjuerna och summerades i textform. Då studien skett på ett företag valde vi att inrikta frågorna mot vad de anställda på Företaget och vad de strävat efter med sin omvärldsbevakning.

Genomgången av befintlig litteratur gav en tydlig bild av det befintliga teoretiska ramverk som finns inom ämnet och har fungerat som grund för intervjuerna. Det fungerar även som teoretiskt grund för de slutsatser som presenteras i arbetet.

2.2 Analysarbete

Vid kvalitativa studier gäller det för forskaren att vara lyhörd och uppmärksam på detaljer som annars riskerar att missas. Det handlar om att tolka data utan att påverka slutresultatet med egna åsikter. Vid intervjusituationer är det viktigt att inte styra samtalen dit intervjuaren vill utan istället låter respondenten ge sin bild av situationen (McCracken, 1988). I uppsatsen användes en kvalitativ metod då vi ville ha en djupare förståelse av de anställdas synsätt kring omvärldsbevakning.

Eftersom omvärldsbevakning kan kopplas ihop med BI (Kahaner, 1997), använde vi begreppet som grund för utformningen av intervjufrågorna. Det här genomfördes för att se om vi kunde identifiera synsätt från BI inom intervjusvaren. BI var därför nyckelordet som

användes under uppsatsen. I data från intervjuerna undersöks det om nyckelorden kan kopplas ihop med teoribegreppen genom att identifiera bakomliggande och dolda tankegångar. Intervjusvaren innehöll dolda synsätt som kunde kopplas till andra teoribegrepp som exempelvis informell/formell kommunikation och data mining.

Figur 1: Process över analysarbetet.

Processen över analysarbetet av materialet såg ut på följande vis:

1. Data från intervjuerna organiserades och samlades digitalt i Word-dokument. Ljudfilerna sparades på våra datorer.
2. Ljudfilerna lyssnades igenom samtidigt som anteckningarna från intervjuerna lästes. Under den här processen noterade vi olika tankegångar som kunde kopplas ihop med nyckelordet BI. Anteckningarna kompletterades med detaljer som inte uppfattats vid intervjutillfället.
3. De utvalda delarna transkriberades i olika dokument för att på detaljnivå dokumentera allt som informanten sade. Övergripande sammanfattningar skapades för varje intervju för att på enkelt sätt presentera intervjurens resultat i uppsatsen.
4. Sedan jämfördes sammanfattningarna mellan varandra för att se om det finns tankgångar som kunde kopplas ihop med BI och omvärldsbevakning. Det var även för att undersöka om de här begreppen är återkommande någonstans i både positiv och negativ bemärkelse. När det här genomfördes hade genomgående faktorer i intervjuerna upptäckts och materialet redovisas under resultatet för att sedan diskuteras i diskussionsavsnittet. Diskussionen mellan uppsatsförfattarna angående intervjumaterialet var det stora verktyget i analysarbetet och tillät oss hitta de viktiga faktorerna som sedan presenteras under diskussion och slutsats.

2.3 Beskrivning av företaget

Det är drygt 50-talet anställda som arbetar på Företaget och de beskriver sin verksamhet som en IT-partner med inriktning på små och medelstora företag. Företagets huvudsakliga uppdrag är att bidra med verksamhetstöd i form av IT-lösningar samt supporta kunderna. Andra tjänster som Företaget erbjuder är verksamhetsutveckling, leverera hårdvara eller utveckla tekniska lösningar. De har stort fokus på produkter från en global leverantör vilket innebär att de levererar sina lösningar utifrån den här leverantörens produkter.

Då det inte finns någon strukturerad omvärldsbevakning i nuläget på Företaget bedrivs den av de anställda med eget ansvar.

2.4 Tekniska förutsättningar

Företaget har som de flesta andra verksamheter tillgång till olika kommunikationskanaler (exempelvis det interna intranätet) som ska hjälpa de anställda i den dagliga driften.

Kommunikationskanalerna används också till omvärldsbevakning men är generella och inte tänkta för specifikt syfte utan ska fungera som ett stöd i arbetet. Kommunikationskanalerna diskuteras vidare i diskussionen då det är ett verktyg för att en strukturell omvärldsbevakning i framtiden ska vara möjlig på Företaget. Kommunikationskanalerna kan både vara formella och informella, se 3.2.4, beroende på vilka som kommunicerar och vad som kommuniceras.

- *Microsoft Yammer*

Yammer är ett verktyg för att knyta kontakter och sprida information genom organisationer (Microsoft Inc., 2014a). Det är ägt av Microsoft Inc. och används av Företaget som ett verktyg för att kommunicera inom verksamheten. Chacos (2014) beskriver Yammer som ett socialt nätverk inom ett företag och liknar det vid Facebook, fast med mer funktionalitet. Till skillnad från mailkonversationer där personer kommunicerar en-till-en kommunikationen via Yammer som en-till-flera även om kommunikation en-till-en fortfarande är möjligt. Yammer har en funktionalitet som kallas taggar eller hashtags (#) på engelska (Strandh, 2013). En tagg fungerar som en slags märkning på information som säger att den tillhör en viss kategori. Exempelvis en anställd på företaget lägger in ett meddelande på Yammer och taggar det med #2014 så kommer alla andra meddelanden med samma tagg hamna i samma kategori. Det här gör att det sedan är lätt att sortera bland meddelanden då alla tillhör en särskild kategori men det krävs att taggen görs på ett korrekt sätt (Microsoft Inc., 2014a). I Yammer kan grupper med olika intresseinriktningar skapas där anställda kan vara medlemmar.

- *Microsoft Outlook*

Microsoft Outlook är en produkt som ingår i Microsoft Office-paketet innehållandes olika programvaror utformade för att stödja processer inom företag och hos privatpersoner (Microsoft inc., 2014b). Outlook är en så kallad mailklient som gör det möjligt att skicka e-mail inom och utanför verksamheter. Företaget använder det som en kommunikationskanal både bland deras anställda såväl till kunder. Tillhörande Outlook finns en kalender att tillgå som också används (Microsoft inc., 2014b).

- *Microsoft Sharepoint*

Sharepoint är en applikation som kan hantera och lagra data till exempel information och dokument. Applikationen konfigureras så att den ges tillgång till via en webbläsare och fungerar som en webbsida (Microsoft inc., 2014c). Företaget använder Sharepoint-applikationen som ett intranät där både information lagras och kommunikation sker. Artiklar, nyheter och bloggar publiceras på Företagets intranät och genom de här sprids information till deras anställda. Kommunikationen som sker på intranätet är inte särskilt riktad utan mer av en nyhetskanal. I uppsatsen benämns Företagets Sharepoint-applikation som intranätet.

3 Teori

I det här avsnittet presenteras teori som sedan ligger till grund för diskussion, analys och slutsats. Under varje rubrik finns en förklaring av begreppet samt en motivering varför det är relevant för uppsatsen.

3.1 Urval av källor

I uppsatsen används akademiska källor i största möjliga mån. Bedömningen har gjorts att källorna från branschtidningar har kunnat användas när akademiska källor inte varit tillräckliga. Exempelvis när källan beskriver något som inte är av tung akademisk karaktär, exempelvis beskrivningen av programvaran Yammer (Microsoft inc., 2014a). Med tung avses grundläggande akademisk fakta om till exempel begreppet Business intelligence (Ranjan, 2008).

3.2 Omvärldsbevakning som begrepp

Omvärldsbevakning är ett centralt begrepp i uppsatsen som har många olika definitioner. Begreppet är återkommande genom teori, analys och diskussion. Omvärldsbevakning som helhet är direkt kopplat mot de begrepp som presenteras nedan.

3.2.1 Business intelligence

Business intelligence (BI) är ett begrepp som har en stark koppling till omvärldsbevakning (Kahaner, 1997). Reinschmidt och Francoise (2000) beskriver BI som ett sätt att samla in data som sedan analyseras för att verksamheten ska fatta bättre, snabbare och mer strategiska beslut. BI-processen handlar inte endast om att samla ihop data utan även att processa den med tekniska lösningar för att ta fram beslutsstöd som är värdefullt för beslutsfattarna (Reinschmidt & Francoise, 2000).

Termen BI skapades under 1990-talet men spår av dess användning finns redan från 1970-talet (Turban et. al., 2008). Termen är ett brett begrepp som omfattar en mängd applikationer och teknologier som används för att samla in, analysera och förvara en enorm mängd data i en verksamhets databas. Begreppet *intelligence* i BI ligger nära förknippat med kunskap och finns det kunskap tenderar det att innebära en god grund för att kunna genomföra handlingar för att lösa problem (Khan, 2012). Det kan också beskrivas som en term inom verksamhetsstyrning då den används för att beskriva processen kring att ta in information angående verksamheter. Primärt är det en strävan efter ett bättre beslutsstöd när gällande förändringar (Wu et al., 2007; Reinschmidt & Francoise, 2000). Det lägger också grund för att besluten kan fattas på ett snabbare och mer effektivt sätt, med bättre underlag och större självförtroende, samtidigt som det ökar det befintliga värdet i befintliga processer och produkter (Atre, 2003).

Ett mål med BI är att nå *actionable insight* (Wu et al., 2007). *Actionable insight* betyder att verksamheten ska ha en god grund för att kunna förändra och se till att förändringen sker åt rätt håll. Det fungerar som en form av beslutsstöd. BI omfattar traditionella teknologier som data warehouse med *online analytical processing* (OLAP) men också teknologier som *data-mining* (Khan, 2012; Reinschmidt & Francoise, 2000; Wu et al., 2007). Det finns även en del generella svårigheter vid implementeringen av BI i en verksamhet. Atre (2003) identifierar ett antal hinder bland annat att det kan vara komplicerat att BI-projekt rör sig över hela verksamheten eller organisationen till skillnad från de mer fristående projekten som annars ofta behandlas inom verksamheter. Det kan även vara så att de anställda inom verksamheten hyser stort förtroende och tillit till andra (nuvarande) metoder och därför inte välkomnar de nyare metoderna till en början. Atre (2003) menar att verksamheten kan bli lidande vid införandet av en ny metod. Verksamheten kan också sakna kompetent personal kring ämnet och därför gå miste om relevanta aspekter av BI vilket leder till att personalmässiga omstruktureringar kan behövas. Eftersom en implementering av BI i en verksamhet omfattar i princip alla aspekter av verksamhetens områden, är det en mer komplex process än ett ERP (Enterprise Resource Planning system) eller CRM (Customer Relationship Management system) som oftast bara omfattar en del av verksamheten. Kompetensen som krävs för att implementeringen ska lyckas är därför mycket bredare och bör avse alla aspekter av organisationens verksamheter. De anställda behöver då skapa förståelse för situationen och skaffa de underlag som krävs vilket ofta är komplicerat och komplicerar därför även hela BI-processen (Atre, 2003). En grund för att BI ska kunna implementeras och fungera är att data

och funktionaliteten redan finns i verksamheten. Om det inte finns måste dessa implementeras. Annars blir verktygen för att nyttja BI avsevärt svårare att använda (Borking et al., 2010)

BI kan summeras som en medveten metodisk förvandling av data från alla typer av källor som tar sig nya former för att bli information som är affärsdriven och resultatorienterad (Ranjan, 2008). Borking et al. (2010) menar på att BI kan diffust summeras som allt som rör styrning och uppföljning i en verksamhet.

BI som begrepp tas upp i teoriavsnittet då det är återkommande i informatikämnet. I resultat, analys och diskussion har BI en stor roll då begreppet ska identifieras i tankegångar hos de anställda.

3.2.2 Competitive intelligence

Competitive intelligence (CI) diskuteras i uppsatsen. Dels för att den flitigt figurerat som ett centralt begrepp inom tidigare litteratur inom ämnet omvärldsbevakning. Men också för att det i intervjuerna framgått att de anställda använder sig utav aspekter av omvärldsbevakning som faller under begreppet Competitive intelligence.

Miller (2011) beskriver begreppet Competitive intelligence som en process där ett företag eller organisation systematiskt samlar in information om den konkurrerande omgivningen. Informationen som samlas in används sedan till strategiska beslut i verksamheten eller organisationens favör. Medan BI i viss del fokuserar på organisationens interna siffror (BI kan också samla in data från utomstående källor) riktar CI in sig på externa källor (Miller, 2011).

Kahaner (1997) förklarar att skillnaden mellan *information* och *intelligence* är att *information* är saklig fakta innehållandes siffror och statistik från ett studerat område. *Intelligence* är däremot kunskap som har filtrerats ur dessa fakta och är något som beslutsfattarna kan ta beslut utifrån.

Ett väl fungerande koncept som tar fram *intelligence* med hjälp av tekniska lösningar och manuella processer kan ge ett kritiskt övertag gentemot konkurrenter. Förändringar av marknaden samt förväntade handlingar av konkurrenter är fördelar som CI kan ge organisationer (Kahaner, 1997), vilket gör ämnet intressant och aktuellt. En av riskerna med att använda sig av CI är att det kan tas för långt, att informationen stjäls istället för att trenderna analyseras. Det handlar om att hitta en bra balans där ett företag inte stirrar sig blint på andras verksamheter, utan använder CI på ett sätt som dels är legalt, och dels gynnar den

egna verksamheten (Kahaner, 1997). Det finns därför en del problematik kring avgränsningar som bör tillämpas för att reglera denna balans och för att ett företags Competitive Intelligence inte bedrivs på ett felaktigt sätt (Fleischer och Blenkhorn, 2001).

CI beskrivs i den här uppsatsen som komplement till BI för ge läsaren en djupare förståelse för området i relation till omvärldsbevakning. I uppsatsen kommer CI diskuteras och analyseras vidare.

3.2.3 Data mining

Data mining är ett koncept som ofta används som primärt verktyg tillsammans med CI och BI för att få fram mönster och viktiga aspekter ur stora mängder data (Turban et. al., 2008).

Termer som förknippas med data mining kan till exempel vara kunskapsextraktion och mönsteranalys vilket är liknande aktiviteter som strävar mot samma mål. Metoderna som data mining utförs med består av artificiell intelligens tillsammans med statistiska och matematiska tekniker för att identifiera dold kunskap som existerar i de stora databaserna. Kunskapen som eftersöks kan vara alltifrån trender, värden som kan sammanställas och osannolika samband som kan vara svåra att upptäcka för en människa utan några hjälpmedel (Turban et al. 2008).

Text mining liknar data mining och har samma mål, att extrahera relevant kunskap ur ostrukturerade källor med information. Medan data mining arbetar med databaser och statistik av olika slag arbetar text mining med elektroniska dokument (Word-filer, XML-filer, artiklar, böcker) Web (Internet) mining utförs på Internet och syftar till att ta fram relevant data ur den enorma datamängden som finns där. Även om Internet är uppbyggt av XML-, och HTML-filer vilket består av text, finns det även mycket data att hämta utöver dessa. Data som beskriver vilka hemsidor som länkar vidare till andra hemsidor, hur många besökare en viss sida har jämfört mot en annan, hur många hemsidor en viss hemsida länkar till (ibid). Internet är unikt i avseenden som gör det än mer komplext att hitta relevant information, dess storlek tillsammans med hastigheten den växer med gör det enormt svårt att ta in all information. Ett vanligt verktyg som används inom web mining är en Web crawler (Shkapenyuk & Suel, 2002) vilket något förenklat kan beskrivas som ett program som indexerar delar av Internet. Data, text och web mining är koncept och begrepp som ofta kopplas ihop och används inom BI och CI. Text mining och Data mining används som verktyg inom BI och CI (Turban et al., 2008) och därmed också används som verktyg inom omvärldsbevakning.

3.2.4 Formell och informell kommunikation

Det finns två typer av kommunikation inom en verksamhet, formell och informell kommunikation (Jacobsen & Thorsvik, 2002). På Företaget finns det olika kommunikationskanaler som används. Uppsatsen undersöker vad för slags kommunikation som idag sker via de här. Kommunikation kan se ut på många olika sätt inom en organisation eller verksamhet. Processen där information utbytes mellan flera personer kan ske genom flera kanaler, exempel på det här är massutskick av nyhetsbrev, officiella redogörelser. Ett annat exempel är samtal mellan personer vid kaffemaskinen på arbetsplatsen. Information som tas in från omvärlden till exempel, tas omhand och sprids till olika personer inom verksamheten. Det är då viktigt att ha kunskap och förståelse för hur informationen sprids inom en verksamhet, och vilka olika typer av information det finns (Jacobsen & Thorsvik, 2002).

3.2.4.1 Formell kommunikation

Kommunikationstypen formell kommunikation motsvarar all information relaterade till informationsförmedling genom verksamheten och kommer ifrån en hierarkisk styrande struktur. Exempel på detta kan vara planerande och koordinerade aktioner från exempelvis ledningsgrupper inom en verksamhet vars syfte är att sprida riktlinjer och gemensam information som är nödvändig för organisationen. Informell kommunikation kan beskrivas som all kommunikation inom verksamheten som inte är formell (Jacobsen & Thorsvik, 2002).

Formell kommunikation har kopplingar till vertikal kommunikation i en organisation (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Med vertikal kommunikation menas information som sprids i en hierarki, från toppen av pyramiden (ledning) till basen (anställd) eller tvärtom.

Kommunikation som sker på detta sätt är brukar vara väldigt formell då den ofta innehåller beslut eller riktlinjer som ska arbetas efter. En av den formella kommunikationens fördelar är att den minskar risken för missförstånd mellan kommunikatören och mottagaren (Jacobsen & Thorsvik, 2002), vilket är ett tecken på varför den ofta används inom den vertikala kommunikationen. På Företaget sker majoriteten av den formella kommunikationen via intranätet.

Vertikal kommunikation beskrivs av Fleischer och Blenkhorn (2001) som top-down/down-top-kommunikation. Med top-down avses information som kommer från ledning och går till de anställda, och down-top avser informationsflödet som går från de anställda och till ledning för att det inte ska uppstå envägskommunikation i någon av dessa former (Fleischer & Blenkhorn, 2001).

3.2.4.2 Informell kommunikation

Kommunikationstypen informell kommunikation skiljer sig på fler sätt från formell kommunikation än att den sker på ett mer ledigt och ostrukturerat sätt. Informell kommunikation kan transformera den ursprungliga informationen på olika sätt (Persson, 1980). Genom att kommunicera med en annan person direkt kan alltifrån språket till innehållet på informationen transformeras till det bättre men även till det sämre. Språket kan bli mer lättförståeligt och koncist gentemot formella utskick. Informationen blir också selekterad på ett helt annat sätt med ett informellt bruk (Persson, 1980). Genom att kommunicera på ett informellt plan blir informationen värderad på ett sätt som skiljer sig från den formella kommunikationen. Informell kommunikation kan också främja det sociala samspelet som finns i en verksamhet då grupper av medarbetare känner en större samhörighet med varandra (Jacobsen & Thorsvik, 2002).

Den horisontella kommunikationen kopplas istället ihop med informell kommunikation. Medarbetare som arbetar inom samma enhet, avdelning eller liknande, och opererar på samma hierarkiska nivå kommunicerar på ett horisontellt plan snarare än ett vertikalt. Horisontell kommunikation sker främst inom en och samma formella arbetsgrupp eller avdelning då det ofta bildas en special tillhörighet bland de här. Kommunikationen blir därefter informell då det ofta skapas ett eget språk på grund av den information som sprids (Jacobsen & Thorsvik, 2002). På Företaget sker informell kommunikation idag på Yammer men även i fikarummet mellan de anställda.

4 Resultat

I det här avsnittet presenteras resultatet av intervjuerna som utfördes till uppsatsen.

4.1 Urval av informanter

Författarna utförde fyra intervjuer med anställda på Företaget. I avsnittet sammanfattas intervjuerna och presenteras på ett övergripande sätt. Författarna valde att göra intervjuer med personer i olika roller på Företaget och som varit anställda olika lång tid. De informanter som endast varit anställda under en kort tid ansågs ge en annan bild av företaget än de som arbetat där en längre tid och valdes för att ge uppsatsen en ytterligare bredd. Då de har olika lång erfarenhet av att arbeta på Företaget valdes de också för att kunna ge en annorlunda syn på vad de anser omvärldsbevakning vara. Informanterna som varit en kortare tid på Företaget har erfarenhet kring hur omvärldsbevakning ser ut på tidigare arbetsplatser, och valdes också för

att kunna ge en annorlunda bild på vad de anser omvärldsbevakning vara. Informanterna som intervjuades hade olika ställningar inom företaget då författarna ville ha en omfattande informationsbild.

4.2 Intervju ett

Informant ett är en anställd på Företaget sedan fem år tillbaka och har bland annat en bakgrund som konsult.

Informant ett menar att omvärldsbevakningen sker på eget ansvar. Det finns inga riktlinjer för hur anställda inom Företaget ska utföra omvärldsbevakning och dela med sig av informationen. Det finns idag därför en stor variation på hur omvärldsbevakning bedrivs. I informant etts fall handlar det mycket om att ta del av hur konkurrenter verkar på marknaden: Vad har de för erbjudanden? Expanderar de? Hur lönar sig deras satsningar?

Enligt informant ett har Företaget identifierat omvärldsbevakningen kring nya tekniska framsteg på marknaden som något värt att bevaka. Bevakningen av utvecklingen kring tekniken på marknaden sker frekvent och på ett bra sätt, dock finns i nuläget ingen plan för hur de anställda ska utföra bevakandet. Hur den tekniska utvecklingen sker är något som Företaget vill få en bättre och mer strukturerad bild av anser informant ett. Idag arbetar många på Företaget som konsulter och det är konsulterna som tar med sig tekniken ut till kund för att introducera den för kunden. I stor utsträckning försöker informant ett idag sprida information via intranät eller Yammer. Den omvärldsbevakning som sker idag och delningen av den sker mycket på eget ansvar. Informant ett påpekar att de anställda får värdera vad som ska delas och till vilka. Det här anser informant dock inte vara hållbart i längden utan att en struktur känns behövlig i framtiden.

Informanten tycker att sin position är beroende mycket av att kunna läsa av trender, för att då kunna förutspå framtida mönster. Det här är vitalt då utvecklingen inom IT-branschen går fort. Eftersom att de vill vara i framkant när det gäller erbjudanden till kunder gäller det att ha god insyn på trender och utveckling, så det här är information som informant anser att Företaget bör prioritera. Det som idag saknas på Företaget enligt informanten är att samla all information på en plats, även om personen anser att det idag fungerar på ett bra sätt. Idag sker delningen via flera plattformar och mail. Informant ett menar vidare att ett snabbt flöde bör prioriteras. Ungefär fyra minuter är ett tidsspänn som anställda kan avvara åt gången, men inte mer än så påpekar informanten. Det finns en problematik kring vad som bör delas, hur de ska dela och till vilka. Idag finns inte heller någon vidare möjlighet att kunna gå tillbaka för

att kunna söka på vad som diskuterades för ett år sedan, exempelvis för att kunna utläsa trender. En övergripande plan för hela Företaget i ämnet och sätta någon som ansvarig för respektive teknikområde menar informanten är förbättringsmöjligheter.

Informant ett påpekar att omvärldsbevakning är viktig för i princip samtliga roller på Företaget. Till exempel måste utvecklarna förstå nya trender och tekniker för att kunna avgöra vilka som är relevanta nu, och vilka som kommer vara relevanta framöver. Även säljarna måste hålla sig uppdaterade för vilken produkt de ska rekommendera för respektive kund, om de till exempel ska uppgradera sina tjänster nu eller vänta, anser informanten.

Idag på Företaget är samtliga intresserade av att bidra och dela med sig av information, enligt informanten. En utmaning kan dock komma att bli hur de kan täcka av vilka områden som är relevanta, något som var väsentligt för ett år sedan kanske inte alls är aktuellt idag. Det här kan skapa problem vid en implementering av omvärldsbevakning. Informanten menar vidare att det handlar mycket om att hitta kanaler och arbetssätt som är viktiga för Företaget. Hur ska de välja ut de konferenser, forum och tidskrifter som i efterhand ger mest värde? Idag går Företaget mest efter magkänslan när de väljer ut kanaler och de saknar ofta underlag för de kanaler som väljs. Det är idag svårt för Företaget att hitta information som är relevant för dem då de är relativt nischade, enligt informanten. På den marknad Företaget verkar på är det få aktörer som har riktat in sig på samma område. Eftersom de är inriktade på den lokala marknaden kanske de mer bör rikta in sig på att de trender som finns inom det lokala näringslivet snarare än på den globala marknaden, säger informanten.

Informanten anser att något som skulle kunna eftersträvas är till exempel strategimöten, med jämna mellanrum som fungerar som en uppsamling med den information de anställda samlat under det senaste halvåret till exempel. Det här för att kunna analysera och diskutera och på så vis prioritera fram vad som faktiskt är relevant ur Företagets perspektiv. Informanten tror det här skulle vara ett alternativ för att optimera omvärldsbevakningen. Att dela med sig av informationen på strategimöten skulle underlätta analyserandet och fler infallsvinklar skulle identifieras då fler personer hjälper till. I nuläget är det hamnar ansvaret på ett fåtal individer då endast de som intresserar sig för omvärldsbevakningen deltar. Om alla kan ta del av relevant information och ge sin syn på saken, leder det till en mer mångfacetterad bild av informationen enligt informanten. Att få en bild över de senaste månadernas trender på någon form utav strategimöte, tror informanten skulle kunna vara en idé. Dock påpekar informanten

återigen problematiken kring urvalet, att det kan vara svårt att avgöra vad som är relevant och vad som inte är det.

4.3 Intervju två

Informant två är en anställd som arbetat på Företaget sedan tre månader tillbaka. Personen är anställd på halvtid som projektledare inom säljavdelningen men är den resterande tiden anställd som konsultkoordinator. Det här innebär att informanten arbetar som stöd för de konsulter som är ute hos kund.

Informant två menar att det idag inte finns någon struktur för omvärldbevakning eller för hur delningen av information ska ske internt. Idag handlar det mycket om eget ansvar i arbetet angående omvärldsbevakning inom Företaget. Det finns ingen avsatt tid för omvärldsbevakning så informanten menar att mer sker på fritiden. I informant tvås fall handlar det om att följa upp tips kring hemsidor, då informanten inte har några hemsidor eller källor personen regelbundet följer upp. Tipsen som når informanten kommer främst från Yammer, LinkedIn, mail eller intranätet men kan även komma till honom via informell kommunikation i fikarummet. Att prata med kollegor i fikarummet ansåg informanten vara ett bra sätt att ta del av information då det var informellt. Idéer som inte annars togs upp kunde uppkomma i fikarummet då samtalen där hade högt i tak. Det informanten först kommer att tänka på kring begreppet omvärldsbevakning är nya tekniker, tjänster och vad som hänt i omvärlden. Men även information om konkurrenter är en viktig del. Vad för information som i dagsläget saknas anser personen är svårt att sätta fingret på. Informant två ser sig själv som en av de på Företaget som mest flitigt delar med sig av information men att det trots det finns utrymme för att göra det mer. Yammer är det som mest frekvent används men att användandet idag inte sker optimalt. Yammer är dock en kanal som inom Företaget endast används i ett år och förbättringsmöjligheter finns enligt informanten. När något delas på Yammer avgränsas informationen till grupper, på så vis kan informationen avgränsas så den endast når personer som ser den som relevant. För att avgränsa på ett bra sätt krävs det en användning av rätt taggar, så att personer som ser informationen som relevant kan hitta det. Användandet av Yammer är dock under utvecklingsfas och finns inga direkta riktlinjer för hur information ska taggas. Taggar kan därför se lite olika ut, då Yammer fortfarande är i sin linda. Det här är dock något som kommer förbättras ju mer kanalen använder det, säger informanten. Informanten påpekar också att Yammer är bra då informationen som sprids där kan vara av olika karaktär. Den behöver inte bara formell utan kan vara i vilken form som helst.

Informanten tror att det här uppmuntrar de anställda till att vara kreativa och sprida idéer som inte annars hade tagits tillvara på.

Informanten tror att Yammer är en bra lösning för delning av information, och att det på sikt kommer bli ännu bättre. I dagsläget har Företaget uppsamlingsmöten varje vecka. Varannan vecka är det ett stormöte med hela Företaget och varannan har de möten i affärsgrupperna. Det här sker för att även få in konsulterna som är ute hos kund i den gemenskap Företaget strävar efter och att socialisera med sina kolleger är något de prioriterar enligt informanten.

Spridningen på Yammer bland konsulter som är ute hos kund sker dock inte lika frekvent menar informanten. Skillnaden mellan de som är aktiva och inaktiva märks tydligt på Yammer och konsulterna hör generellt till den senare kategorin. Det finns stora möjligheter att sprida informationen men att konsulterna generellt är ointresserade av det här då det prioriterar annat anser informanten. Hur viktig omvärldsbevakning är för en anställd påpekar informanten beror på vilken roll den anställda har i företaget. Det handlar mycket om hur den anställda är som person och hur pass beroende ens roll är av omvärldsbevakning. Alla har inte samma intresse för omvärldsbevakning, eller samma behov av omvärldsbevakning. Informant två menar på att omvärldsbevakningen i sitt eget fall fungerar bra men att det kanske inte fungerar lika bra för personer som inte har ett lika stort personligt intresse av det. Informanten tror att det i vissa andra fall på Företaget kan en mer strukturerad omvärldsbevakning vara nyttig. I fallet på Företaget tror informanten att omvärldsbevakning kan komma att behöva delas upp i två olika delar, då Företaget i den ena delen omfattar styrelse som mer lägger fokus på trender och trendanalyser. Och i den andra delen mer kring konkurrenter och kunder, som till exempel säljare behöver ha mer insyn kring.

Om Företaget skulle införa en mer strukturerad omvärldsbevakning menar informanten på att det är viktigt att lägga fokus så att det sker på rätt sätt. Varför de ska göra det, att ha både ett syfte, ett mål och en metod för hur det ska gå till för att minimera tidsåtgången. Som det ser ut idag sker mycket av delningen på Yammer, vilket informanten anser är en bra teknisk plattform som fyller en bra funktion. Dock kan användandet av Yammer optimeras, då inte alla är lika flitiga användare. Informanten varnar också för att det i längden kan bli så att folk drunknar i information, då delning sker kors och tvärs. Om informationen fortsätter så kan det bli svårt att hinna med att följa upp alla tips och allt som delas. Informanten menar att det ligger väldigt mycket eget ansvar på de anställda på Företaget, vad de anställda väljer att ta del av och hur ofta de vill göra det.

4.4 Intervju tre

Informant nummer tre är anställd som konsult med rollen verksamhetsutvecklare och fungerar som inhyrd projektledare eller CIO (Chief Information Officer) ute hos kund. Informanten är ny på Företaget och har arbetat mindre än en månad.

Informanten får sin omvärldsbevakning från Företaget, framför allt genom Yammer. Där tipsar många av de anställda om nya tekniker och trender genom att lägga upp länkar visandes dessa. På fritiden har informanten ett eget intresse av teknik och läser branschspecifika tidningar innehållandes nyheter som, enligt informanten, är relevanta för IT-området i sin helhet. Informanten använder även grupper på sociala medier bestående av tidigare kollegor och kontakter vilket fungerar som ett kontaktnät där information om de senaste trenderna sprids. Informanten är nöjd med Yammers funktionalitet och sättet det fungerar på passar informantens arbetssätt. Systemet jämförs med Facebook men med mer fokus intern på enskilda företag.

I sin roll behöver informanten väldigt mycket information om nya trender men framför allt fallgropar som kan dyka upp. Vad har andra prövat och fungerar det? Informanten påpekar att det är viktigt att teknikerna som Företaget väljer att satsa på fungerar nästintill fläckfritt. Det är den aspekten kunderna är mest intresserade av, att det ständigt fungerar. Små, korta informationsnotiser om omvärlden på till exempel Yammer, föredrar informanten gentemot möten eller liknande. Att söka upp informationen på egen hand när informanten själv vill, med hjälp av tipset via Yammer föredrar informanten. Informationen från Yammer är mer riktad mot relevanta saker då det är anställda inom Företaget som delar med sig informationen, vilket informanten gillar.

Informanten anser att det är väldigt viktigt att ha koll på de senaste trenderna då kunder ofta har frågor kring dessa. Men hur viktig omvärldsbevakningen är för den enskilde anställda beror mycket på vilken roll han eller hon har. I rollen som expert från ett IT-företag gäller det att råda kunden till de bästa lösningarna för dem. I en mer teknikinriktad roll gäller det att upprätthålla och förvalta den teknik som finns enligt informanten. Men för ledningsgruppen gäller det att ta långsiktiga beslut om vilka tekniker och lösningar att satsa på vilket ger en annan syn på informationen från omvärldsbevakning än inom informantens egen roll.

Omvärldsbevakningen på Företaget fungerar bra enligt informanten. Det finns ett genuint intresse för teknik och viljan att lära sig mer och mer, finns där. Även att dela med sig av informationen från omvärldsbevakningen till de andra anställda i de kommunikationskanaler

som finns, är mer uttalat inom Företaget än andra företag informanten har arbetat inom. En del tekniska områden finns det mer information om än andra. Men det beror nog på vilka individer som arbetar med det specifika området enligt informanten. Kanske skulle olika områden inom omvärldsbevakning delas upp i grupper som till exempel nya trender och tekniker med anställda som är ansvarig för just den delen. I nuläget är det mycket upp till den enskilde individen och om man kunde få in rutiner inom omvärldsbevakningen skulle det kanske bli effektivare, enligt informanten.

Informanten tycker att omvärldsbevakningen på Företaget i framtiden skulle kunna innehålla diskussioner mellan säljare och utvecklare. Om anställda inom olika områden skulle kommunicera mer skulle synen på vilken information från omvärlden som är relevant, förbättras. Att låta en säljare samla information ute hos kund som kan vara viktig för en utvecklare och tvärtom, skulle effektivisera spridningen av informationen rejält enligt informanten. Informanten påpekar att ett bättre uppföljningsarbete på hur arbetet med omvärldsbevakningar utförs skulle bidra till en mer effektivt arbetsätt inom omvärldsbevakning än Företagets nuvarande.

4.5 Intervju fyra

Informant fyra arbetar som teamledare för support och drift på Företaget. Informant fyra har mångårig erfarenhet av att arbeta på Företaget. Idag får informant sin omvärldsbevakning på Företaget mestadels från Yammer samt intranätet.

Informanten påpekar att Yammer innehåller olika intressegrupper som de anställda kan gå med i. De anställda kan gå med den eller de grupper som innehåller det som är intressant. Informanten är inte bara teamleader utan sitter även med i ledningsgruppen och får på så sin information från omvärlden. Den informationen ska hjälpa till vid beslutsfattandet av mer strategiskt och långsiktiga beslut på. Men informanten tar även in information från branschspecifika nyhetswebbsidor samt bloggar. Informanten anser att han eller hon får all den information som behövs. Om mer information behövs kan informanten leta efter den själv men det påpekas också att det gäller sortera ut och orka med all den information som anses relevant. Därför är Yammer bra enligt informanten. Att själv välja ut den information som anses relevant och ha den tillgänglig för genomläsning oavsett tidpunkt vill är ett effektivt sätt att arbeta med omvärldsbevakning enligt informanten. All information som hamnar på Yammer får informanten sortera själv, förutom den som läggs i olika intressegrupper. Det är det här är bra då han eller hon gillar att sortera information manuellt

men kan vara sämre för andra enligt informanten. Yammer har använts av Företaget i ett år. Tiden innan det användes intranätet med blogginlägg mest, men nu arbetar nästan alla med Yammer. Förutom de anställda som aktivt valt att inte nyttja det. Enligt informanten ligger ett problem i om Företaget ska tvinga användare att använda det eller endast uppmuntra användningen.

Att tvinga anställda till att använda särskilda system eller rutiner brukar oftast inte leda till något bra enligt informanten. Kreativiteten kan strypas eller liknande. Ännu ett problem som påpekas av informanten är om information som läggs ut inte riktas till någon. Då tar förmodligen ingen del den informationen. Men det är inte specifikt för omvärldsbevakning enligt informanten utan för all information som sprids inom Företaget. I nuläget sprids informationen via tre kommunikationskanaler inom Företaget. Antingen via mail, Yammer eller genom möten. Detta anser informanten är ineffektivt och borde förbättras. Som företag det är viktigt att ta in information från omvärlden och det är nog en del av Företagets framgång. Informanten påpekar att Företaget ständigt legat i framkant i på området, att arbeta med nya tekniker. Att satsa på rätt tekniker och gallra bort de som Företaget anser är dåliga. De roller inom Företaget som informanten tror har mest nytta av omvärldsbevakning är framför allt ledningen som fattar långsiktiga beslut. Som tekniker kan det vara bra att vara med och se den nya tekniken och hur den kan integreras i de befintliga systemen som Företaget arbetar med. Inom rollen som teamleader kan det också vara viktigt att veta hur den lokala arbetsmarknaden ser ut med villkor och löner, när folk ska anställas enligt informanten.

Informanten anser att den största utmaningen för Företaget i framtiden ligger i att definiera omvärldsbevakning som begrepp. Frågor som till exempel hur ska folk arbeta med det, när folk arbetar med det och vilken information förväntas utav det, tror informanten är viktiga. De flesta anställda gör det frivilligt på fritiden i dagsläget. I framtiden måste Företaget få fler engagerade med omvärldsbevakningen genom att skicka fler anställda på utbildningar och konferenser samt att få in tankesättet att det är OK att sitta och läsa om de senaste trenderna, enligt informanten.

4.6 Identifierade faktorer

Efter att ha analyserat intervjuerna fann författarna fyra centrala faktorer som mer eller mindre återkom i alla intervjuer. De faktorer som identifierades sammanfattar informanternas tankar kring de utmaningar som finns gällande omvärldsbevakning.

4.6.1. Företagets anställdas definition av omvärldsbevakning som begrepp

Informanterna har olika definitioner av begreppet omvärldsbevakning. Men en tydlig trend var att BI, CI, informell/ formell kommunikation och data mining alla var begrepp som bidrog till definitionen av omvärldsbevakning.

Informant ett relaterade begreppet omvärldsbevakning till information om nya tekniker och tjänster men även information kring konkurrenter. Informanten hade svårt att definiera vilken typ av information de anställda saknade och vilken information som tillhör begreppet.

Informant två förklarade att struktur för omvärldsbevakningen saknas och att det innebär eget ansvar för den anställde. Struktur kring hur informationen ska delas inom företaget saknas också. Nya tekniker och tjänster belyses även av informant två som information relaterade till omvärldsbevakning. Informant fyra belyste att en stor utmaning för Företaget i framtiden är att definiera omvärldsbevakning i verksamheten.

Genomgående för samtliga intervjuer är att informanterna anser att det ligger ett väldigt stort personligt ansvar kring omvärldsbevakning då det inte finns några tydliga strukturer eller riktlinjer kring ämnet. Kahaner (1997) påpekar att många ledningsgrupper anser att det är mängden information som bidrar till bättre beslutsfattande. Han anser däremot att det här synsättet är fel. Det som avgör är hur den insamlade information flyttas in och vad som görs med den. Det är något som Företaget för närvarande inte arbetar någonting med. All information och kunskap som samlas inom Företaget, antingen på Yammer eller via diskussioner, analyseras inte på ett strukturerat sätt.

4.6.2 Kanaler för information från omvärlden

Informationen från omvärldsbevakning hämtas genom olika kanaler som internet, tidningar och samtal med andra personer enligt informanterna. En vanlig kanal var internet innehållandes bloggar, magasin och sociala nätverk som information sprids via.

Inom Företaget använder sig informant ett av Yammer som kanal för omvärldsbevakning. Annars läser informanten branschspecifika tidningar och kommunicerar på sociala nätverk med andra IT-intresserade personer om relevanta ämnen för IT-branschen.

Informant två använder också Yammer men även intranätet på Företaget som kanal. Informanten belyser också informell kommunikation i fikarummet som ett sätt att ta del av omvärldsbevakningen.

4.6.3 Informationsdelning inom Företaget

Informationen från omvärldsbevakningen lagras och dokumenteras i Företagets olika kommunikationskanaler. Men informationen måste även delas till andra anställda på Företaget. Informanterna var överens om att de hade flera olika kommunikationskanaler till sin hjälp inom Företaget och att inte fanns några riktlinjer över hur de här ska användas.

Informant ett påpekade att Företaget saknade en plats att samla all information från omvärldsbevakning på. Problematiken som belyses är att besluta vilken information som ska delas. Även hur informationen ska delas och vem som ska ta del av den belyses av informanten. Kravet att i efterhand ta del av informationen för att till exempel utläsa trender, finns i nuläget inte hos Företaget. Krav på att dokumentera informationen från omvärldsbevakningen ställs därför inte enligt informanten.

Yammer är den kommunikationskanalen som används mest enligt informant två, men informanten anser också användningen bland de anställda sker inte på bästa sätt. Att tagga inlägg som skrivs och att dela med sig av information till olika grupper inom Yammer är bra om det görs på rätt sätt, vilket informanten anser att det inte görs på Företaget.

4.6.4 Kategorisering av informationstyp från omvärlden

Informationen som kommer ifrån själva omvärldsbevakningen är av olika typer, eller kategorier, enligt informanterna. Viss information handlar om nya tekniker, en annan om hur marknaden och Företagets konkurrenters ekonomiska situation med hjälp av CI (Kahaner , 1997) till exempel.

Informant ett är beroende av information kring de senaste trenderna kring teknik för att se framtida scenarion på marknaden. Enligt informanten vill Företaget ligga i framkant i utnyttjandet av nya lösningar till sina kunder och behöver då ha information kring detta.

Att dela upp omvärldsbevakningen i olika områden som exempelvis konkurrenter och nya tekniker är något som informant tre belyser. Informanten belyser också de anställdas olika roller som kräver olika typer av information. För de anställda som arbetar med teknik behövs information riktad åt teknik. För anställda inom ledningsgruppen som ansvarar för långsiktiga beslut för Företaget krävs det information som fokuserar på att stödja beslutsfattandet enligt informant tre.

Informant fyra påpekar samma ämnen som informant ett och två men belyser även att information från arbetsmarknaden som löner och villkor behövs. För att Företaget ska behålla

sin position på marknaden behöver deras löner och arbetsvillkor vara konkurrenskraftiga. Informanten lyfter också fram att de anställda måste orka med att sortera och hantera all information som de anser är relevanta vilket ska påpekas.

Figur 1. Figuren visar de fyra olika faktorerna som identifierats i intervjuvaren som tillsammans bildar ett helhetsbegrepp kring omvärldsbevakning enligt Företagets anställda.

Faktorer som bildar ett helhetsbegrepp kring omvärldsbevakning enligt Företagets anställda	
Identifierade faktorer i intervjuvaren	Del av uppsatsens teori
1. Företagets anställdas definition av omvärldsbevakning som begrepp	Business intelligence, competitive intelligence, data mining, formell och informell kommunikation
2. Kanaler för information från omvärlden	Data mining
3. Informationsdelning inom Företaget	Formell och informell kommunikation
4. Kategorisering av informationstyp från omvärlden	Business intelligence, competitive intelligence

5 Diskussion

Med hjälp av teori har vi förklarat omvärldsbevakning som definition genom att blanda in relaterade begrepp som BI, CI samt Data Mining. En studie ute hos ett företag med tillhörande intervjuer har genomförts och med hjälp av det här kommer vi föra en diskussion om varje faktor i uppsatsens nästa avsnitt.

Intervjuerna som utfördes gav blandade åsikter kring omvärldsbevakning och dess definition. Informanterna hade varsin tolkning av vad omvärldsbevakning är, vilket också understryker den problematik som finns kring definitionen av omvärldsbevakning. Dock var alla överens om att det skedde i någon form på Företaget, medvetet eller omedvetet. Antingen skedde det medvetet genom att sitta på arbetstid och söka information som sedan spreds inom företaget eller omedvetet på privat tid men som ändå bidrog på ett eller annat sätt. Som Khan (2012) beskriver är BI, vilket omvärldsbevakning ofta förknippas med, en bred kategori av olika tekniker av informationsinsamling vilket kan förklara informanternas olika tolkningar. Omvärldsbevakning är ett begrepp som håller på att få fotfäste inom affärsvärlden, men ingen av informanterna vet exakt vad det innebär. Informanternas blandade åsikter kring begreppet gör det svårt för Företaget att arbeta med begreppet på ett organiserat sätt. En konkret definition myntad utav Företagets ledning skulle ge de anställda riktlinjer att arbeta efter men framför allt, en bra grund att utveckla sin verksamhet kring begreppet. Enligt informant fyra är detta också en av Företaget stora utmaningar i framtiden vilket ändå påvisar att det finns tankegångar kring området inom verksamheten. Informant fyra spekulerar också kring ifall Företaget ska tvinga på de anställda omvärldsbevakning eller om det räcker med att uppmuntra de anställda till det. Att påtvinga de anställda skulle med all sannolikhet leda till att omvärldsbevakningen sker i stor utsträckning, men det borde vara mer gynnsamt för Företaget att uppmuntrar de anställda till att omvärldsbevaka för att få dem att ställa sig mer positivt till det.

1. Företagets anställdas definition av omvärldsbevakning som begrepp

Begreppet omvärldsbevakning är diffust och skiljer sig mellan varje verksamhet som ska implementera begreppet. Därför krävs en definition av vad verksamheten anser omvärldsbevakning som begrepp är. Omvärldsbevakning kan avse olika saker för olika företag, och att då precisera vad som ämnas lägga fokus på för det specifika företaget. Det här underlättar arbetet med omvärldsbevakning och även indirekt resultatet av omvärldsbevakningen. Hur det ämnas arbeta med omvärldsbevakningen och konkret sätta fingret på vad det innebär för företaget är en förutsättning för att kunna arbeta med området på ett framgångsrikt sätt. Alla informanter i våra intervjuer tolkade begreppet omvärldsbevakning på olika sätt. Många av deras åsikter var likartade, men de små detaljer som särskilde dem genererar stora konsekvenser i slutändan. Ett av besluten som verksamheten måste fatta är hur de ska prioritera att antingen lägga fokus på BI och hur de ska samla in data inom företaget (Reinschmidt & Francoise, 2002), eller att inrikta sig mer på

CI och externa källor (Miller, 2011). Vad som avses med omvärldsbevakningen är viktigt att klargöra enligt informanterna.

2. Kanaler för information från omvärlden

Med kanaler avses här de källor där information kan hämtas. Det kan handla om allt från hemsidor till konferenser. Går det att styra så att de anställda på Företaget förbättrar sina kanaler och därmed optimerar sin omvärldsbevakning? En lösning är en reglering av kanaler, till exempel ha riktlinjer för vilka kanaler de anställda ska använda sig av. Fördelen med riktlinjer kring kanaler är en gemensam rutin som säkerställer de anställdas kunskapsutveckling för omvärldsbevakning. Nackdelen med den här lösningen är att de anställda kan förbise kanaler som trots det här kan innehålla annan oupptäckt relevant information för Företaget. Informanterna ansåg att de i sina yrkesroller var medvetna om vilka kanaler som var relevanta för dem och därför ansåg dem att inga riktlinjer var nödvändiga. Det kan dock i viss utsträckning genomföras om Företaget hänvisar till forum där informationen de anser relevant finns. Det är även så att de anställdas roller inte alltid är i behov av information från samma kanaler och därför kan omvärldsbevakningen behöva delas upp. Att ha riktlinjer för olika typer av kanaler kan vara bra men kring kanaler bör det läggas en stor del av ansvaret på de anställda. Data Mining (Turban et al., 2008) är en metod som kan vara lämplig vid utsökning av kanaler och användas för att söka igenom hemsidor och på så vis på ett smidigt sätt få fram informationen som eftersöks.

3. Informationsdelning inom Företaget

Kring informationsdelningen är problematiken vilka anställda som ska delges informationen. Det bör då först ses till vilka som kan tänkas ha nytta av informationen. För att underlätta det här kan riktlinjer struktureras upp och anställda delas in i olika grupper. I nuläget fungerar det informationsdelningen på ett godkänt sätt beroende på vem som tillfrågas men en annan problematik är att de anställda inte alltid läser den information som de delgivits. Att dela upp sig i mindre grupper för att gemensamt inom dessa grupper dela med sig av information och bolla idéer kan då underlätta, för att få fler personers åsikter kring informationen och huruvida vidarebefordring av informationen till andra anställda eventuellt ska ske.

Inom Företaget sker formell såväl som informell kommunikation genom flera kanaler.

Yammer är ett bra exempel på informell kommunikation eftersom tyngdpunkten ligger på snabb informationsdelning till utvalda grupper vilket kan liknas vid till exempel att fika med

nära kollegor vid samma bord. Då Företaget har konsulter ute hos kunder sker mycket av den informella kommunikationen genom Yammer eller vanliga telefonsamtal på grund av den relativt lilla tiden de spenderar på kontoret med kollegorna. Enligt informant två är dock spridningen av Yammer-användare något att arbeta på. Den muntliga (ansikte mot ansikte) informationsspridningen minskar och lägger större ansvar på de tekniska hjälpmedlen som finns. Enligt informant fyra sker ofta kommunikationen på flera fronter; Yammer, intranätet och mail vilket skulle kunna effektiviseras. Riktlinjer som anger var den formella respektive informella kommunikationen sker underlättar och förenklar verksamheten. Företaget har resurser för att hantera formell kommunikation på ett bra sätt. Intranätet är bra exempel på en sådan resurs. Det fungerar som en plattform att samla dokumentation mer än att kommunicera via, även om den funktionaliteten också finns.

Att dessutom möjliggöra sökning internt genom att till exempel använda sig utav taggar för att märka eller kategorisera en viss information kan underlätta delandet. Då läggs ett större ansvar på den som ska ta del av informationen samtidigt som det krävs att taggningen eller kategoriserandet sker på ett bra sätt. Det kan då vara bra att ha ett antal riktlinjer för hur taggning ska se ut för att den som ska ta del av informationen ska kunna nå den på ett tillfredsställande sätt.

Informant två belyste vikten av informell kommunikation på Företaget. Informanten ansåg att informell kommunikation kunde tillföra idéer som inte annars skulle uppmärksammas. Information som sprids i fikarummet som klassas som informell kommunikation, och kan ge en mer avslappnad diskussion kring delningen. Företaget har dessutom verktyg, exempelvis Yammer, som stödjer den informella kommunikationen (Jacobsen & Thorsvik, 2002). Användningen av Yammer skulle förbättra det sociala samspelet mellan de anställda och i sin tur förbättra informationsflödet och informationsdelningen i verksamheten. Yammer var en kommunikationskanal som gillades på grund av det här som informant två påpekade. Att den tillät informell kommunikation.

4. Kategorisering av informationstyp från omvärlden

Av intervjuerna att döma kan vi se att informanterna ser på omvärldsbevakning utifrån två perspektiv. Dels har vi bevakningen av konkurrenterna som kan kopplas till CI (Miller, 2011). Informant ett var intresserad av hur deras konkurrenter agerade, vilka marknader de fokuserade på och annan nyttig information. Det andra perspektivet riktade in sig mer på hur marknaden såg ut. Vilka nya trender finns det och vad är det för tekniker som är värda att

satsa på. Informant tre var ofta ute hos kunder och strävade efter att veta vilka nya tekniker som fanns ifall kunderna hade frågor om dessa. Dessa två perspektiv fokuserar på båda på omvärlden men på olika sätt. CI bra då det inriktar sig på externa faktorer (Miller, 2011) och är bra när trender ska identifieras på marknaden. Ses det till konkurrenters situation är det viktigt att följa de konkurrenter vars satsningar är lyckosamma, så att Företaget eventuellt kan använda sig av deras framgångsrika koncept och tillämpa dem även i sin egen verksamhet. I fallet med CI så är det på Företaget idag svårt att se till konkurrenter då det finns relativt få som verkar på samma marknad. Jämförs det med andra fall, där konkurrenssituationen ser väldigt annorlunda ut, är det viktigt att definiera vilka Företaget anser har ett lyckosamt koncept för att ta efter dessa. Det kan dock vara svårt på förhand att veta vilka som gör saker bra, utan att göra utsökningar på samtliga konkurrenter. Det bör dock kunna urskiljas vilka som expanderar, ökar mest i omsättning eller har högst andel nöjda kunder till exempel. Att då rikta in sig mer på de som är framgångsrika i någon form och utmärker sig positivt är att föredra.

Alla informanterna var överens om att omvärldsbevakningen mer eller mindre skedde på fritiden av intresserade anställda som har teknik som ett intresse. Spridningen av omvärldsbevakningen som sker inom verksamheten handlar mest om att förmedla vad de ansåg var intressanta ämnen mellan kollegor på ett relativt informellt plan.

Omvärldsbevakningen sker inom men informellt och ostrukturerat. Som Borking et al. (2010) belyser är vikten av själva plattformen stor men vi upplever att Yammer i stor utsträckning har de egenskaper som krävs i nuläget.

I Företagets situation är det också lämpligt att dela upp de anställda i grupper där de med liknande roller samverkar för att dela med sig av information på ett mer strukturerat sätt. Det kan handla om att Företaget sätter till exempel samtliga konsulter i samma grupp, där en av dem (föreslagsvis någon överordnad) sitter med ett övergripande ansvar över omvärldsbevakningen för den specifika gruppen. Andra delar av Företaget kan också delas upp på liknande sätt för att se till att omvärldsbevakningen sker på ett något mer strukturerat sätt, för att på så vis kunna nyttja den bättre. Skulle de anställda i dessa grupper ha möten likt de som sker i nuläget, skulle Företaget kunna upprätthålla en tvåvägskommunikation mellan de anställda och ledning/styrelse. En grund skulle därmed läggas för att skapa ett top-down-flöde med informationsutbyte och stimulera de komplikationer som Fleischer och Blenkhorn (2001) identifierat. Också de avgränsningar inom CI som Fleischer och Blenkhorn (2001) nämnde bör kunna regleras/hanteras genom diskussion i mindre grupper, och där ha samtal

kring hur de ska hanteras för att kunna eventuellt sätta riktlinjer för denna typ av problematik. Då skulle Företaget lägga en grund för det som är det primära syftet med BI, att få det att fungera som ett effektivt beslutsstöd där den viktigaste informationen behandlas på ett bra sätt (Wu et al., 2007 ; Borking et al., 2009 ; Reinschmidt & Francoise, 2000 ; Atre, 2003)

6 Slutsats

Omvärldsbevakning är ett begrepp som kan uppfattas diffust och komplext. På Företaget har varje anställd en egen individuell uppfattning om begreppet som i sin tur påverkar både process och slutresultat. I slutsatsen kommer de inledande frågeställningarna besvaras.

Bedrivs omvärldsbevakning på Företaget och kan faktorer gällande begreppet identifieras?

Omvärldsbevakning bedrivs på Företaget men endast ostrukturerat i nuläget. Faktorer kunde identifieras hos de intervjuade anställda. De fyra identifierade faktorer är:

1. Företagets anställdas definition av omvärldsbevakning som begrepp

Författarna identifierade att de anställda hade olika definitioner av omvärldsbevakning som begrepp men att det var någonting alla använde sig av, officiellt eller inofficiellt.

2. Kanaler för information från omvärlden

Informationen från omvärldsbevakningen kom från olika kanaler till exempel Yammer, internet och tidningar enligt de anställda.

3. Informationsdelning inom Företaget

De anställda efterlyste riktlinjer över hur kommunikationen ska ske genom Företaget då det i nuläget inte finns något sådant. Problematiken kretsar främst kring filtreringen av vad för information som ska delas, hur den ska delas och till vilka.

4. Kategorisering av informationstyp från omvärlden

Den information som kom in från omvärldsbevakningen kunde vara av två olika kategorier enligt informanterna. De här två kategorierna är information om konkurrenter och information om marknaden. Informationen om konkurrenter består av andra företags lönsamma projekt eller liknande. Information om marknaden består av ny teknik och nya trender.

Figur 1 visar vilka faktorer som har identifierats i de anställdas omvärldsbevakning.

Kan tankegångar som härleds från Business intelligence identifieras i de anställdas intervjusvar?

Business intelligence är ett brett begrepp för hur företag samlar in data. Det finns många olika metoder för hur det sker inom en verksamhet. Det här framkom även på Företaget då begreppet omvärldsbevakning skiljde sig mellan de anställda. Ingen informant hade samma definition som någon annan vilket belyser problematiken av Business intelligence.

Anser författarna att omvärldsbevakning kan bidra till Företagets utveckling utifrån de anställdas intervjusvar?

Författarna diskuterade angående omvärldsbevakning och huruvida om det är något som kan utveckla Företaget. Genom att analysera intervjusvaren urskildes fem punkter över om hur omvärldsbevakning på ett strukturerat sätt är möjligt i framtiden i Företaget.

1. Tydliga riktlinjer för definitionen av omvärldsbevakning från Företagets ledning, exempelvis vilken av BI eller CI bör Företaget lägga vikt vid.
2. Analysera den information och kunskap som inkommer genom omvärldsbevakning.
3. Riktlinjer över hur informationsdelningen inom Företaget ska fungera.
4. Vilken av kategoriseringarna bör Företaget rikta in sig på, konkurrensen, hur marknaden ser ut eller båda två.

7 Studiens relevans och överförbarhet

Uppsatsen som genomförts med tillhörande studie av Företaget har undersökt hur omvärldsbevakning används inom verksamheten. Resultatet som redovisats är anpassat för Företaget. Generella aspekter har identifierats och kan vara användbara för andra företag där en förändring av ett företags omvärldsbevakning är av intresse. Studien kan även vara relevant för vidare forskning inom omvärldsbevakning. Under uppsatsens gång har fokuset legat på att ta reda på hur Företaget arbetar och vad deras styrkor samt svagheter är enligt intervjuerna som gjordes med informanterna. Deras egna åsikter tillsammans med den teoretiska bakgrunden har gett författarna ett underlag att analysera och dra slutsatser från. Teoretiska artiklar har legat till underlag för tolkningen vilket bäddar för en objektiv bild. Omvärldsbevakningens odefinierbara natur gör det dock svårt att jämföra begreppet mellan olika personer, artiklar och forskning vilket bör tas i beaktande vid studier av området.

8 Förslag till vidare forskning

En komparativ studie med denna uppsats som grund, där flera fall ska tas i beaktande för att få tydligare mönster generellt för verksamheter kring omvärldsbevakning kan vara önskvärt. Då kan också det resultat som här presenterats jämföras med andra fall i en komparativ studie, för att få mer substans i de mönster som identifierats och dessutom rangordna de här.

9 Källor

Atre, Shaku (2003) , Computerworld Custom Publishing, *THE TOP 10 CRITICAL CHALLENGES FOR BUSINESS INTELLIGENCE SUCCESS*

<http://www.computerworld.com/computerworld/records/images/pdf/BusIntellWPonline.pdf>

[hämtad 2014-04-25]

Borking, K., Danielsson, M., Ekenberg, L., Larsson, A., Idenfeldt, J.(2010). *Bortom Business Intelligence*.

Chacos, Brad. (2014) http://www.pcworld.com/article/260517/what_is_heck_is_yammer.html

[hämtad 2014-04-11]

Fleisher, C. S., & Blenkhorn, D. L. (Eds.). (2001). Managing frontiers in competitive intelligence. *Greenwood Publishing Group*.

IT & Telekomföretagen, *IT-statistik*. http://www.itstatistik.se/jamfor/omsattning_tillvaxt/

[hämtad 2014-03-04]

Jacobsen, D. I. & Thorsvik, J. (2002). Hur moderna organisationer fungerar. *Lund: Studentlitteratur*.

Kahaner, L. (1997). Competitive intelligence: how to gather analyze and use information to move your business to the top. *Simon and Schuster*.

Khan, R.A.(2012). KDD for Business Intelligence. *Journal of Knowledge Management Practice, Vol. 13, No. 2, June 2012*

McCracken, G. (Ed.). (1988). *The long interview* (Vol. 13). Sage.

Microsoft inc. (2014a) <http://office.microsoft.com/sv-se/office365-suite-help/sag-hej-till-yammer-HA104062139.aspx> [hämtad 2014-04-11]

Microsoft inc. (2014b) <http://office.microsoft.com/sv-se/outlook/>[hämtad 2014-05-17]

Microsoft inc. (2014c) <http://office.microsoft.com/sv-se/sharepoint-foundation-help/vad-ar-sharepoint-HA010378184.aspx> [hämtad 2014-05-17]

Miller, S. H. (2001). Competitive Intelligence—an overview. *Competitive Intelligence Magazine*, 1(11).

Patel, R. & Davidson, Bo. (2011). Forskningsmetodikens grunder. *Lund: Studentlitteratur*.

Persson, Olle, .(1980. Informell kommunikation bland forskare och tekniker, Umeå Universitet, Umeå. (*Research reports from the department of sociology of Umeå, no 56 (Mars 1980)*)

Reinschmidt, J., & Franchoise, A. (2000). Business intelligence certification guide. *IBM International Technical Support Organisation*.

Ranjan, J. (2008). Business justification with business intelligence. *The Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 38(4), 461-475.

Shkapenyuk, V., & Suel, T. (2002). Design and implementation of a high-performance distributed web crawler. *In Data Engineering, 2002. Proceedings. 18th International Conference on* (pp. 357-368). IEEE. <http://cis.poly.edu/suel/papers/crawl.pdf> [hämtad 2014-04-22]

Strandh, D. N. (2013). Vad är en #hashtag och hur ska du använda den? 2013-06-17 <http://digitalpr.se/2013/06/17/vad-ar-en-hashtag/> [hämtad 2014-05-20]

Turban, E., Sharda, R., Delen, D., & King, D. (2008). Business intelligence - a managerial approach. *Pearson Education*.

Walsham, G.(2005) Interpretive case studies in IS research: nature and method. *Eur. J. Inf. Sys.* 4,74-81

Wu, L., Barash, G., & Bartolini, C. (2007). A Service-oriented Architecture for Business Intelligence. *Service-Oriented Computing and Applications SOCA '07, IEEE International Conference*. 279-285

OBS! Bilagan har redigerats för att inte avslöja namnet på Företaget som besöktes.

Bilaga 1

Intervjuförfrågan

Vi är två studenter på systemvetenskapsprogrammet som nu ska skriva vår kandidatuppsats. Vi har valt att inrikta oss på Företaget och er situation kring omvärldsbevakning och hur man genom omvärldsbevakning kan bidra till ökad utveckling för företaget. Vi hade tänkt till en början skapa oss en bild över hur dagens situation ser ut, samt hur/om omvärldsbevakning kan tillämpas på Företaget i större utsträckning.

”Studera sin omgivning är viktigt för ett företags strategier samt sitt arbete med långsiktiga mål. Att granska sina konkurrenters arbete kan ge kritiska fördelar på marknaden.

Informationsteknologins intåg har förändrat företagens sätt att arbeta med detta. Istället för kvartals- eller halvårsresultat kan beslutsfattarna idag få rapporter per dag eller timme. Det

är därför viktigt att kunna agera och reagera efter marknadens olika beteenden. Men omvärldsbevakning handlar inte bara om konkurrenter. Även analyser av marknadens framtida tendenser är också viktigt för företagets ev. framgång. Kan därför användningen av IT i omvärldsbevakningen ge ett företag nödvändiga fördelar på marknaden?”

Stycket är taget ur vår uppsats och förklarar syftet med omvärldsbevakning, och vad vi kommer att ställa frågor kring i vår intervju med Er.

Vi har tänkt spela in intervjuerna, vi hoppas inte att detta är något problem. Svaren kommer att behandlas konfidentiellt.

Vi vill på förhand tacka för att ni ställer upp på våra intervjuer, och att ni tar er tid för oss.

Kontakta oss gärna vid eventuella funderingar eller frågor:

David Larsson – 073 5112866 , David.larsson12@gmail.com

Filip Johansson – 070 2561031 , Claes.filip.johansson@gmail.com

Med vänlig hälsning David och Filip

OBS! Bilagan har redigerats för att inte avslöja namnet på Företaget som besöktes.

Bilaga 2

Intervjuguide

Datum - tid	
Plats:	
Person(er) som blir intervjuad:	
Person(er) som intervjuar:	

Övrigt:	
---------	--

- Vad har du för arbetsuppgifter?
- Vad för sorts information om omvärlden får du idag?
 - Hur får du tag i den informationen? Via vilken typ av media etc.
- Vad för sorts information om omvärlden skulle du vilja ha?
 - Hur skulle du vilja ta del av informationen från omvärldsbevakning?
- Hur viktigt är det för dig att få information från omvärlden?
 - Anser du att omvärldsbevakning är relevant för din roll på Företaget?
 - Tror du att information om konkurrenter skulle gynna dig i ditt arbete?
- Hur upplever du att er omvärldsbevakning fungerar i dagsläget? Får ni någon information i dagsläget?
- Vilka möjligheter att dela med er av omvärldsbevakning till kollegor har ni idag på Företaget?
 - Skulle du vilja ha möjligheten att dela med dig av vad du tror är relevant information för Företaget med dina kollegor?
- Vilka tekniska lösningar har ni på Företaget tillgång till för kommunikation mellan anställda?
- Vilka roller på Företaget tror du skulle ha mest nytta av omvärldsbevakning och den informationen som kommer därifrån?
- Vilka hinder tror du är dem största för en implementering av omvärldsbevakning på Företaget?
- Hur skulle du vilja att omvärldsbevakningen skulle se ut på Företaget?
- Kontaktuppgifter!