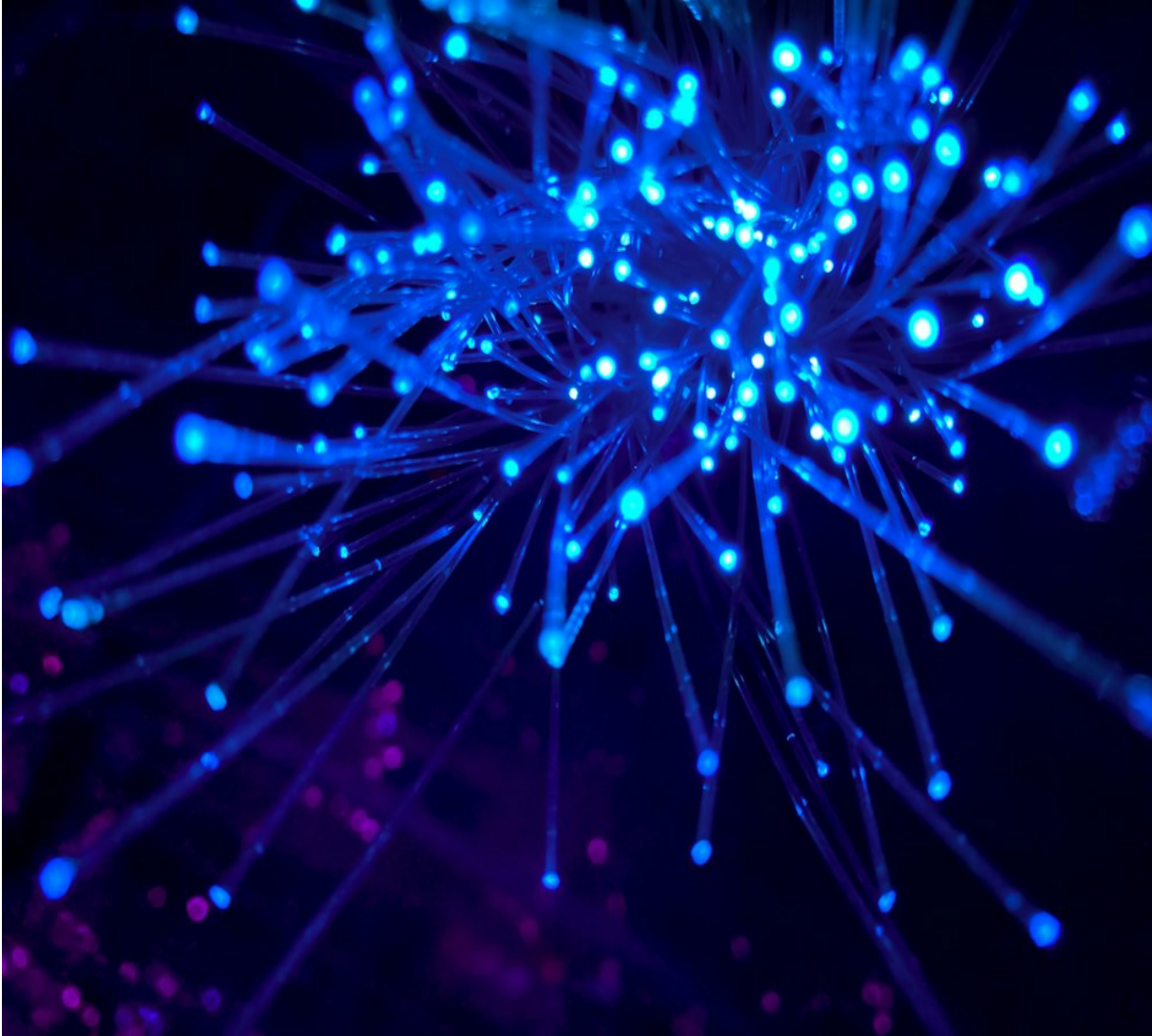


EPS2100 Enterprise Systems - Fall 2023

INDIVIDUAL ASSESSMENT PORTFOLIO EXAM



Innholdsfortegnelse

PART 1:	3
PART 2:	4
PART 3	12
3.1 Innledning.....	12
3.2 Hvor ønsker vi å være? - Mål	12
3.3 KPI-er og sosiale medier evaluering (SWEET AS).....	12
3.3.1 Salg	12
3.3.2 Kundeservice	13
3.3.3 Markedsføring	13
3.3.4 Vurdering av sosiale medier.....	13
3.4 Plan	13
3.4.1 Salg:	13
3.4.2 Kundeservice:	14
3.4.3 Markedsføring:	14
Oppgave 2 (part 3)	15
PART 4	16
PART 5	21
5.1 Introduksjon.....	21
5.2 Sammenligning av ERP systemer	21
5.2.1 Dynamics 365 Business Central	21
5.2.2 SAP Business One ERP (SAP B1).....	21
5.2.3 ODOO ERP	22
5.2.4 Sammenligning av ERP-Systemene (tabell).....	23
5.3 Anbefaling:	23
5.4 Ansattes innføring av nytt ERP-system	24
5.4.1 Kommuniser fordeler og mål	24
5.4.2 Involver ansatte.....	24
5.4.3 Administrer endring og risiko	24
5.4.4 Overvåk og evaluer resultater	25
6 Litteraturliste	26

PART 1:

1.

- Enterprise Resource Planning (ERP) systemer: Dette er integrerte programvaresystemer og styrer ulike forretningsprosesser som økonomi, HR og forsyningskjeden for å forbedre effektiviteten og synligheten av data.
- Customer Relationship Management (CRM) systemer: CRM-systemer hjelper bedrifter med å håndtere blant annet interaksjoner med kunder, analysere kundedata og forbedre kundetilfredshet.
- Supply Chain Management (SCM) systemer: SCM-systemer optimaliserer forsyningskjeden, sikrer rettidig produksjon og levering av produkter (Arora, 2021).
- Business Intelligence (BI) systemer: BI-systemer analyserer data for å gi innsikt for informert beslutningstaking. (Cegal, u.å).

2. Det viktigste problemet Enterprise systemer løser for moderne bedrifter er enterprise integrering, fordi det lar ulike systemer og data dele Information med hverandre problemfritt (*What is enterprise integration?* u.å).

3. Når en mulig salgsmulighet blir lukket i CRM-systemet, starter det en automatisk opprettelse av en salgsordre i ERP-systemet. Samtidig blir både kunde og kontaktinformasjonen sømløst delt mellom systemene. Dette eliminerer behovet for manuell inntasting av data og reduserer også risikoen for feil. Endringer i produktlister og priser oppdateres jevnlig i CRM fra ERP, slik at salgsteamet alltid har tilgang til den mest oppdaterte informasjonen. Dette resulterer i en raskere behandling av for eksempel kundebestillinger, nøyaktig oversikt over solgte produkter og en mer effektiv inntektsbokføring (Achramowicz, u.å.).

PART 2:

1. Dette er B to B sales. Vi starter med å identifisere leads.

The screenshot shows the Dynamics 365 CRM interface for a lead named 'Kasper Gillebo'. The lead is in the 'Kvalifiser (13 D)' stage. The contact information includes 'Emne: 5 Café Lite-esspressomaskiner for A. Datum', 'Fornavn: Kasper', and 'Etternavn: Gillebo'. The contact has a phone number '871-555-0193' and a mobile number '871-555-0194'. The interface also shows a 'Neste' section with 'Administrer aktivitetene' and a 'Tidslinje' section with a recent activity 'Telefonsamtale fra Mathias Straume'.

2. trykker på «kvalifiser»

The screenshot shows a confirmation dialog box for the 'Neste fase' (Next phase) action. The dialog box contains the following information:

- Eksisterende kontakt? ---
- ✓ Eksisterende forretningsforbindelse? A. Datum Corp...
- ✓ Tidsperiode for kjøp 1 år
- ✓ Beregnet budsjett \$ 50 000,00
- Innkjøpsprosess ---
- Identifiser beslutningstaker Merk som fullf...
- Lagre sammendrag Have enough budget

The 'Neste fase' button is highlighted in blue.

3. lager en avtale. Dette er en typisk salgsmøte der man inviterer kunden og demonstrerer produktet.

The screenshot shows a mobile application interface with a dialog box for creating a meeting. The dialog box is titled "Hurtigoppretting: Avtale" and has a close button (X) in the top right corner. The background is dimmed, showing a sidebar with options like "Kontroller tilgang", "Arbeid", and "Opprett".

The dialog box contains the following fields and options:

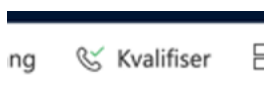
- Eier:** A red asterisk (*) is next to a profile picture of a person whose name is redacted with black bars.
- Obligatoriske deltakere:** A blue gear icon followed by the name "Kasper Gillebo".
- Valgfrie deltakere:** Three dashes "---".
- Emne:** A red asterisk (*) is next to the text "product demo at customer office".
- Plassering:** A text input field containing "Oslo".
- Teams-møte:** A toggle switch that is currently turned off, with the label "Nei".

Below these fields is a section titled "AVTALEDETALJER" (Meeting Details) with a horizontal separator line. It contains the following information:

Starttidspunkt	15.10.2023	
	14:00	
Sluttidspunkt	15.10.2023	
	14:30	
Heldagsseminar/-konferanse	<input type="checkbox"/>	
Varighet	30 minutter	

At the bottom of the dialog box are two buttons: "Lagre og lukk" (Save and close) and "Avbryt" (Cancel).

4. kvalifiserer tilbudet ved å trykke her. (Det er hvis de vil kjøpe noe. Hvis de ikke vil blir det selvfølgelig å ikke kvalifisere).



Positiv vareprat |

5. Så kommer vi til salgsmuligheter vinduet og må legge til produkt. Vi konverterer leads til salgsmuligheter.

The screenshot shows the Dynamics 365 Sales interface for an opportunity titled "5 Café Lite-esspressomaskiner for A. Datum". The opportunity is currently in the "Utarbeid (2 Min)" stage. The account is "A. Datum Corporation". The total value is \$0,00. The sales process is active for 13 days. The main content area shows a price list for "Contoso Coffee" with a system-calculated price. Below this, there is a table for products with columns for product name, unit, price per unit, quantity, discount, and total amount. The table is currently empty, displaying "Ingen tilgjengelige data." (No available data).

The screenshot shows the "Legg til produkter" (Add products) dialog in Dynamics 365. It displays a list of products available for selection. The products are listed in a table with columns for Product, Unit, Price per unit, and Quantity. The "Café A-100 Automatic" product is highlighted, and its "Lagt til" (Added) button is green, indicating it has been added to the opportunity. Other products like "Airpot", "Café BG-1", "Café Corto", "Café Duo", "Café Grande", and "Café PG-1" are also listed with their respective prices and quantities. A "Lagre i salgsmulighet" (Save to opportunity) button is visible at the bottom right.

Produkt	Enhet	Pris per enhet	Antall	Actions
Airpot	Primærenhet	\$ 1 699,00	1,00000	Legg til
Airpot XL	Primærenhet	\$ 499,00	1,00000	Legg til
Café A-100 Automatic	Primærenhet	\$ 21 900,00	1,00000	Lagt til
Café BG-1	Primærenhet	\$ 4 999,00	1,00000	Lagt til
Café Corto	Primærenhet	\$ 16 900,00	1,00000	Legg til
Café Duo	Primærenhet	\$ 12 900,00	1,00000	Legg til
Café Grande	Primærenhet	\$ 14 900,00	1,00000	Legg til
Café PG-1	Primærenhet	\$ 3 999,00	1,00000	Legg til

6. Etter å lagt til produkt kan vi se bereg.omsetning på 26899\$. Samtidig må vi sette en dato med kunden for når han vil kjøpe eller ikke.

5 Café Lite-espressomaskiner for A. Datum – Ulagret

Salgsprosess for kunde... Aktiv i 13 dag

Kvalifiser **Utarbeid (6 Min)**

Prisliste for Contoso Coffee

Omsetning **Systemberegnet**

Grupper etter: (ingen gruppering)

Produkt	Egenskaper	Enhet	Pris per enhet	Antall	Rabatt	Samlet beløp
Café BG-1	Ikke ...	Primærenhet	\$ 4 999,00	1,00000	---	\$ 4 999,00
Café A-100 Automa...	Ikke ...	Primærenhet	\$ 21 900,00	1,00000	---	\$ 21 900,00

Nettobeløp **\$ 26 899,00**

(-) Rabatt (%) ---

(-) Rabatt ---

Pop-up window: A. Datum Corporation

Bereg. lukningsdato: 30.11.2023

Bereg. omsetning: \$ 26 899,00

Eier: [Redacted]

7. Etter det går vi til «tilbud» og lager et «Nytt Tilbud».

5 Café Lite-espressomaskiner for A. Datum – Lagret

Salgsprosess for kunde... Aktiv i 13 dag

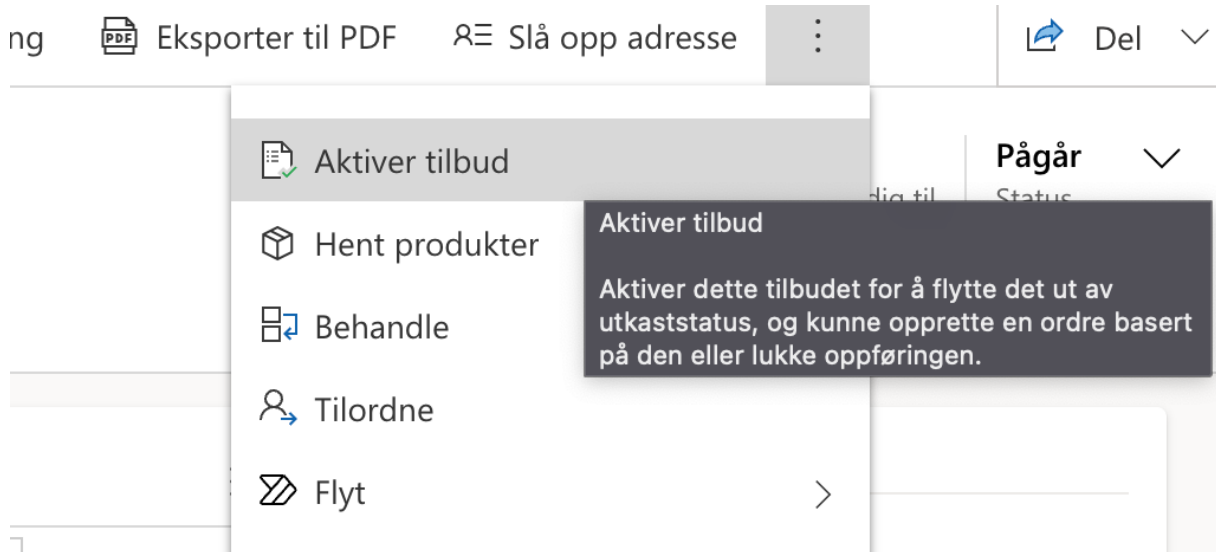
Kvalifiser **Utarbeid (6 Min)** Foreslå Lukk

Tilbud

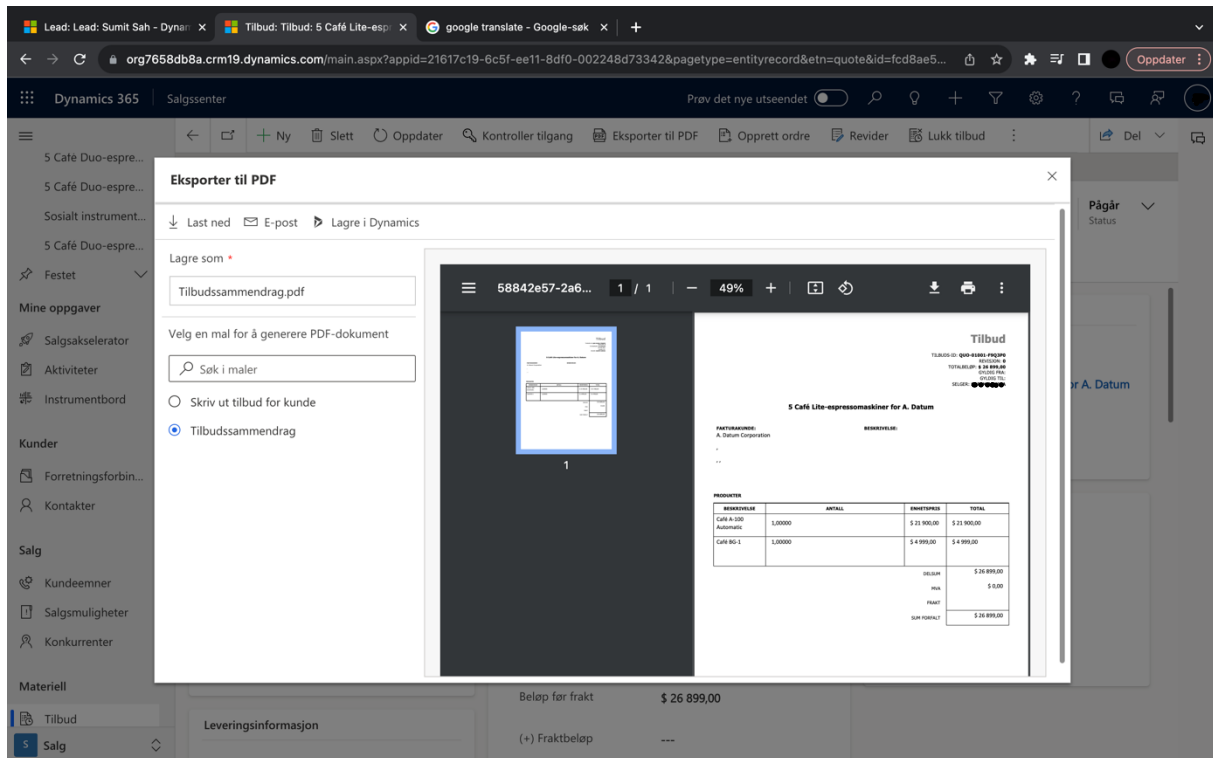
Ingen tilgjengelige data

0 – 0 av 0

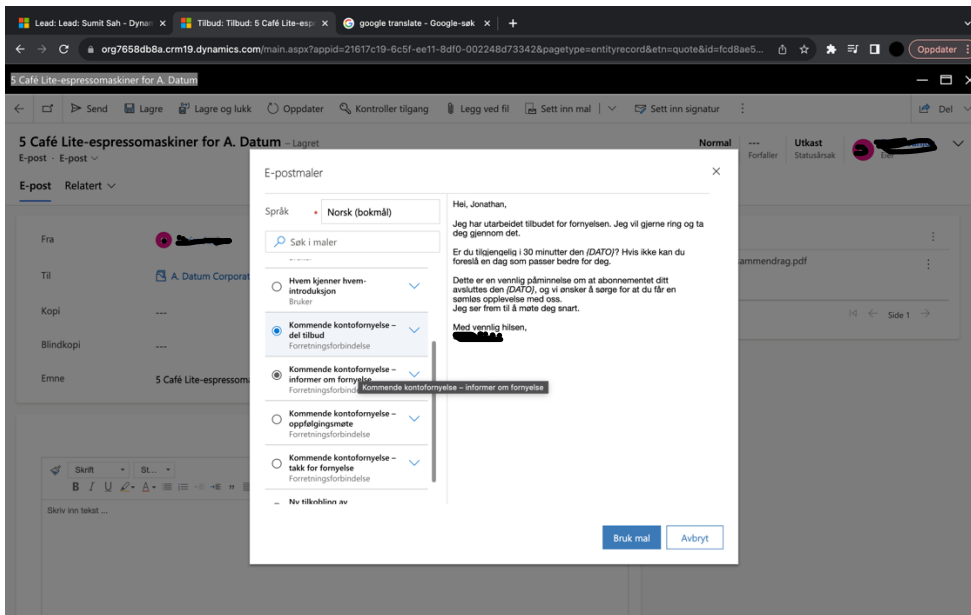
8. Så aktiver tilbudet:



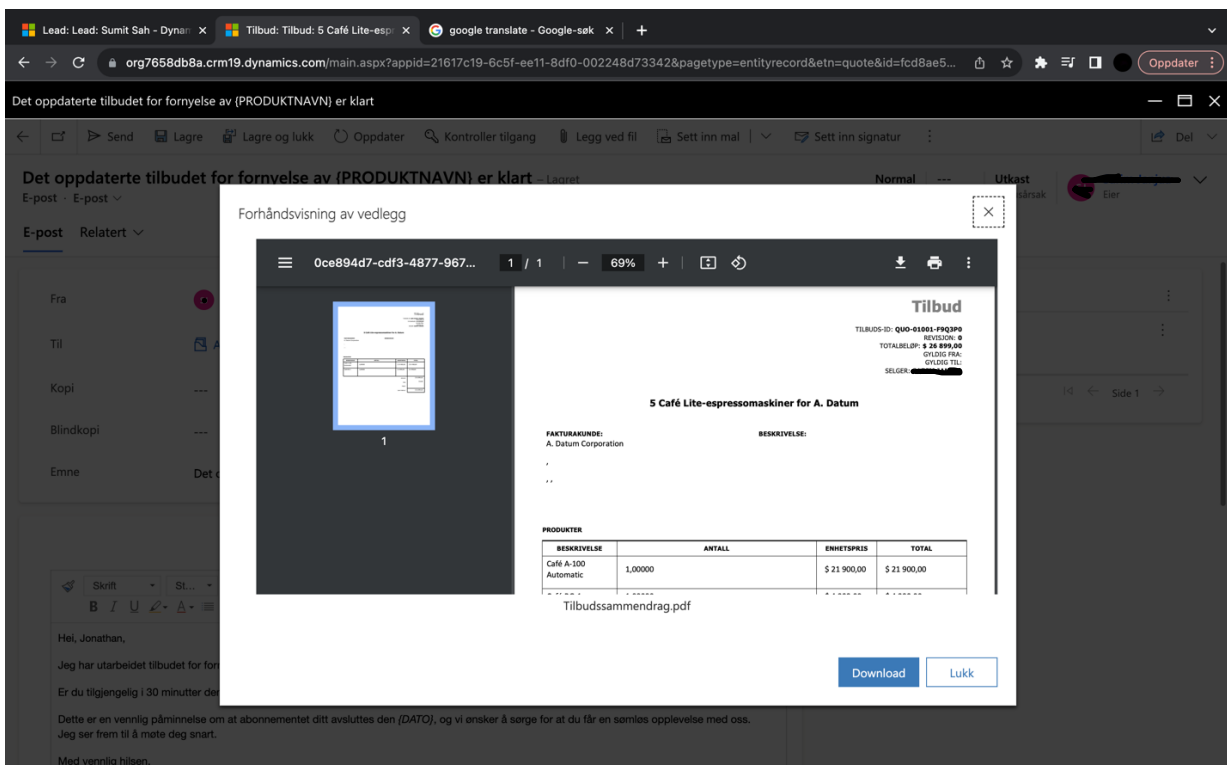
9. Deretter trykker jeg på «eksporter til PDF» så skal vi sende som e-post.



10. Nå velger vi å trykke på «sett inn mal», og vi kan se en rekke maler vi kan velge.



11. Etter vi har valgt en mal (eller valgt å skrive noe selv fks), kan vi se tilbudet som vi skal sende til kunden om å kjøpe produktet).



12. Vi trykker deretter «Lagre og lukk». Vi kommer til tilbud fanen og der trykker vi «opprett ordre»

The screenshot shows the Dynamics 365 Sales interface. A modal dialog titled "Opprett ordre" is open, allowing the user to create an order from a quote. The dialog contains the following information:

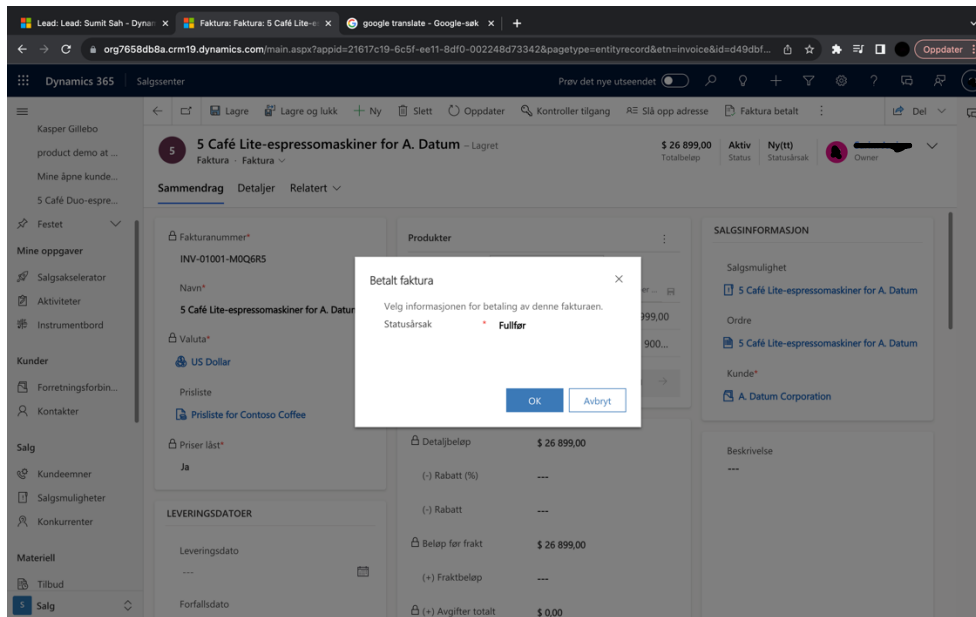
- Bruk dette tilbudet til å opprette en ordre.
- Statusårsak: **Vunnet**
- Dato vunnet: **04.12.2023**
- Beskrivelse: ---
- Lukk salgsmulighet: **Ja**
- Beregn faktisk omsetning fra tilbud: **Ja**

The background shows the quote details for "5 Café Lite-esspressomaskiner for A. Datum". The total amount is \$26,899.00. The status is "Vunnet".

13. Her ser vi da at hvis kunden er enig med muligheten og vil kjøpe. Derfor velger vi da at statusen er «vunnet».

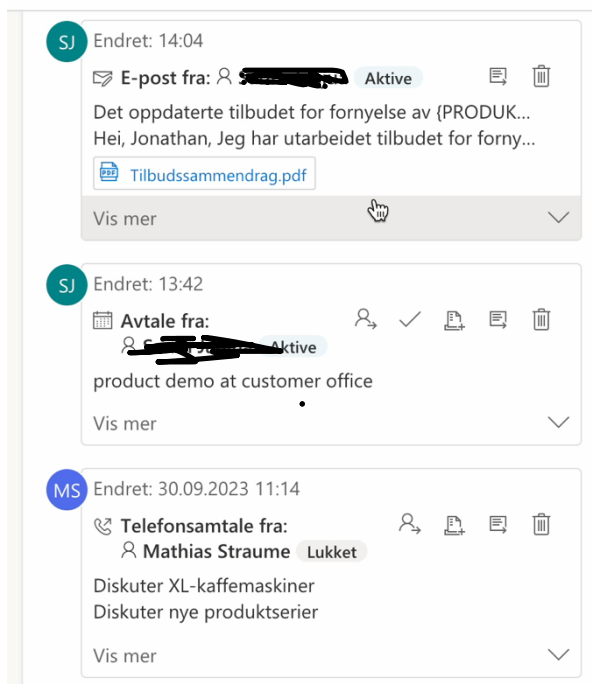
The screenshot shows the Dynamics 365 Sales interface for the record "5 Café Lite-esspressomaskiner for A. Datum". The record is in "Lagret" (Saved) status. The "ORDRE" (ORDER) tab is active, showing the order number "ORD-01001-P8HW7". The "PRISER" (PRICES) section shows a total amount of \$26,899.00. The "LEVERINGSDATOER" (DELIVERY DATES) section shows the delivery date as "---".

14. Nå er vi på ordre siden. I et slikt scenario går dataen til ordre til et erp system eller et faktureringsystem. Herfra kan man da lage faktura.



15. Her velger vi at faktura er blitt betalt

16. Deretter kan man gå tilbake til salgsmuligheter å se på timeline:
(Dobbel klikk for å se skjermpopptaket):



PART 3

3.1 Innledning

I denne oppgaven lager jeg en CRM-strategi for SWEETS AS. Strategien vil inneholde mål, visjon, nøkkellindikatorer for suksess, målgruppe, evaluering av sosiale medier, samtidig en plan for salg, markedsføring og kundeservice.

3.2 Hvor ønsker vi å være? - Mål

Målet med CRM-strategien er å forbedre salg, kundeservice og markedsføring for å opprettholde og øke veksten som selskapet har opplevd. Dermed har jeg satt et par konkrete mål for å få til dette.

- Vi skal øke salget med 15% i løpet av det første året av CRM-implementering.
- Forbedre kundeservicetilfredsheten med 20 %,
- Etablere en sterk tilstedeværelse i aldersgruppen 18-24 år.

Visjonen er å bli den foretrukne leverandøren av sjokoladeesker for bedriftskunder i Oslo. Dette skal vi få til ved å bygge sterke kunderelasjoner, øke kundelojalitet og betjene yngre kunder mer effektivt.

3.3 KPI-er og sosiale medier evaluering (SWEET AS)

For å sikre suksess i implementeringen av CRM-strategien har SWEETS AS definert nøkkellindikatorer (KPI-er) som vil bli nøye overvåket for å måle effektiviteten av deres tiltak.

3.3.1 Salg

I salgsavdelingen vil de følge med på månedlig salgsvekst for å måle den generelle ytelsen. Siden vi har et mål om å øke salgs med 15% i løpet av det første året. Derfor vil månedlig salgsvekst som en KPI funke bra for å se om de klarer å oppnå dette målet. De vil analysere konverteringsfrekvenser, som er viktig for å forstå hvor godt de konverterer mulige kunder til faktiske salg. Videre vil de holde øye med gjennomsnittlig ordreverdi for å evaluere hvor mye hver kunde i gjennomsnitt kjøper (Singhi, Rad, & Goenka, u.å.).

3.3.2 Kundeservice

Kundeservicenivået vil bli målt gjennom parametere som responstid, altså hvor raskt de kan svare på kundeforhør, og hvor lang tid det tar å løse kundeutfordringer (oppløsningstid) (Kristensen, 2023). Kundetilfredshetsmålinger vil også bli fulgt nøye for å forstå kundenes opplevelse og tilfredshet.

3.3.3 Markedsføring

På markedsføringsfronten vil sosialt medieengasjement være en viktig KPI. Dette innebærer å analysere responsen og deltakelsen fra målgruppen på sosiale medier plattformer. Videre vil nettstedstrafikk overvåkes nøye for å måle effekten av markedsføringskampanjen. Endelig vil de holde oversikt over ledningskonverteringsfrekvensen for å evaluere hvor godt markedsføringsinnsatsen skaper mulige kunder, som også kan føre til økt salg (Wrike, u.å).

3.3.4 Vurdering av sosiale medier

Med tanke på vurderingen av tilstedeværelse på sosiale medier, vil SWEETS AS gjennomføre en omfattende evaluering. Dette vil inkludere en grundig analyse av målgruppen, med spesiell vekt på aldersgruppen 18-24 år. Vi vil deretter gjennomføre markedsundersøkelser for å forstå målgruppens preferanser og atferd på sosiale medier (Twin, 2023). Basert på denne innsikten vil vi utvikle en helhetlig plan for innhold på sosiale medier. Med dette mener jeg valg av plattformer, regelmessighet av innlegg og hva slags type innhold som resonnerer mest med målgruppen. På denne måten kan vi gjennomføre nødvendige tilpasninger og optimaliseringer.

3.4 Plan

3.4.1 Salg:

For å forbedre salgsprosessen og oppnå målene sine vil SWEETS AS iverksette et CRM-system, enten Salesforce eller Microsoft Dynamics 365 CRM. Dette vil bidra til å gjøre salgsprosessen enda mer effektiv ved å gi bedre kontroll over salgsutsikter og kundeinteraksjoner. Gjennom CRM vil de kunne håndtere mulige kunder, oppfølging av salgsmuligheter og spore kundeinteraksjoner på en mer organisert måte (Baker,2023).

For å sikre at salgsteamet bruker CRM-verktøyene effektivt, vil det bli gitt nødvendig opplæring. Dette vil inkludere opplæring i hvordan de skal administrere sine mulige kunder, følge opp salgsmuligheter og forbedre samarbeidet (Cadet,2023).

En viktig strategi for å målrettet salget er å utvikle en kundesegmenteringsstrategi. Dette går ut på å tilpasse salgssinnsatsen ut ifra kundeprofiler og preferanser. Ved å forstå kundenes behov kan vi tilby mer skreddersydde løsninger, noe som kan bidra til økt salg og kundetilfredshet (Gordon, 2023).

3.4.2 Kundeservice:

SWEETS AS vil innlemme CRM-systemet med kundeservice for å skape en enhetlig kundeopplevelse. Implementering av chatbots og AI-verktøy vil håndtere rutinemessige henvendelser, hjelpe kundeserviceagenter og øke responsens hastighet (Stefanowicz,2023). Kundetilfredsheten vil bli overvåket gjennom tilbakemeldingsskjemaer og tiltak vil være basert på tilbakemeldingene (Hueffner, Writer, 2023). Samtidig vil vi også tenke på personlig service, som vil bli fremmet gjennom tilbud av spesialrabatter eller kampanjer basert på kundens preferanser og kjøpshistorie (AIContentfy,2023).

3.4.3 Markedsføring:

For å målrettet den unge målgruppen i alderen 18-24 år, vil SWEETS AS gjennomføre en digital markedsføringsstrategi. Dette vil inkludere produksjon av engasjerende innhold på populære sosiale medieplattformer som Instagram, TikTok og Facebook. Målet er å tiltrekke de yngre kundene og engasjere dem på en meningsfull måte.

I tillegg til direkte markedsføring på sosiale medier vil SWEETS AS investere i influenser markedsføring. Dette betyr at de vil samarbeide med populære folk på sosiale medier for å fremme produktene sine. Dette kan øke merkevaresynligheten og påvirke kjøpsbeslutninger positivt.

For å sikre at markedsføringen gir ønskede resultater vil de regelmessig analysere ytelsen til markedsføringskampanjene. Dette inkluderer å optimalisere innholdet og distribusjonskanalene basert på tilbakemelding og data (Mailchimp. u.å).

Konklusjon

Denne planen for salg, markedsføring og kundeservice er rettet mot å oppnå SWEETS AS sine mål, visjon om å forbedre kundetilfredshet, øke salg og markedsføre seg effektivt overfor den yngre målgruppen. Gjennom implementering og nøye oppfølging vil de jobbe mot suksess og en bærekraftig vekst.

Oppgave 2 (part 3)

SWEET AS kan evaluere ROI for CRM løsningen ved å beregne nettoinntekt delt på den totale kostnaden for investeringen, $ROI = \text{Nettoinntekt} / \text{investeringskostnad} \times 100$. (Ganger med hundre, fordi det er vanlig å oppgi ROI i prosent).

La oss si at SWEETS AS investerte 10,000 kroner i CRM implementasjonen og brukte ytterligere 90,000 kroner på å utforske denne muligheten. Den totale investeringskostnaden for SWEETS AS er da 100,000 kroner (10,000 kroner investering + 90,000 kroner forskning). Hvis denne forretningsmuligheten skapte 30,000 kroner i inntekt, men hadde kostnader på 10,000 kroner for personell og reguleringer, vil nettoinntektene være:

$\text{Nettoinntekt} = 30,000 \text{ kroner (inntekt)} - 10,000 \text{ kroner (kostnader)} = 20,000 \text{ kroner}$

Så med en investeringskostnad på 100,000 kroner vil SWEETS AS oppnå en nettoinntekt på 20,000 kroner. Så med formelen nevnt tidligere kan vi regne ut ROI:

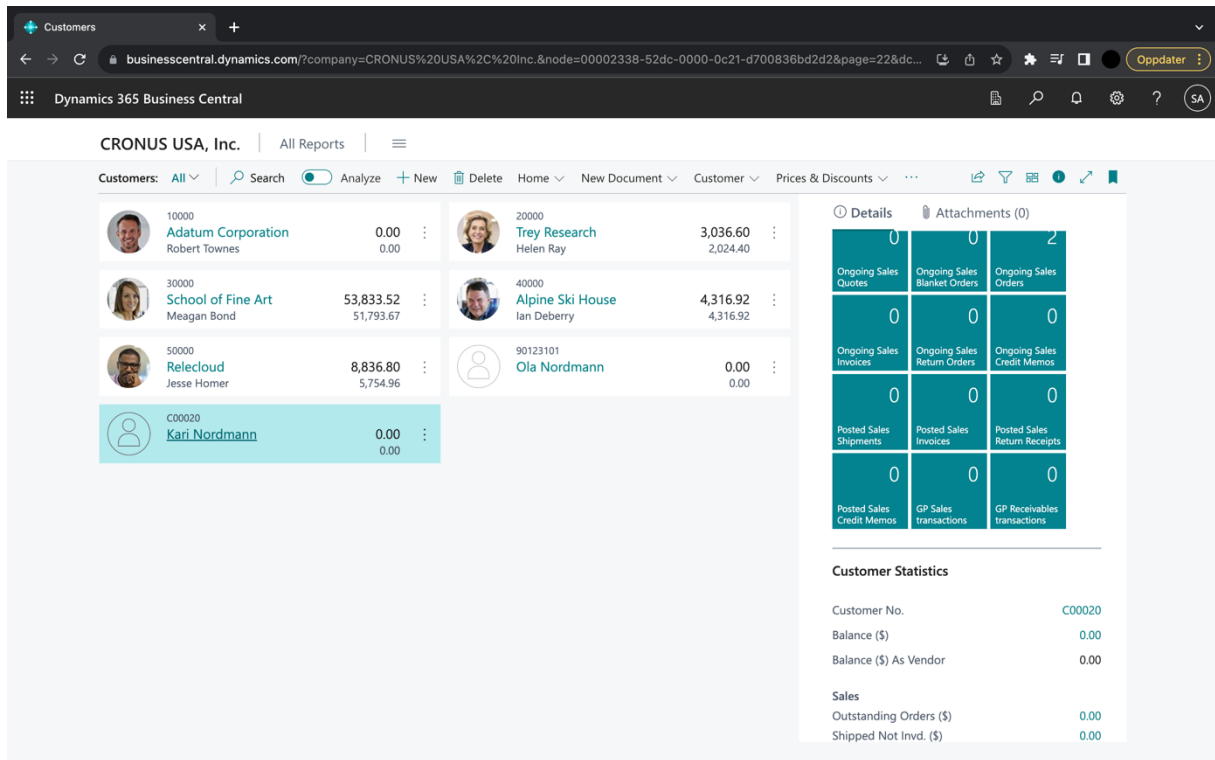
$ROI = (20,000 \text{ kroner} / 100,000 \text{ kroner}) \times 100 = 20\%$. I dette tilfellet har SWEETS AS en ROI på 20 prosent, noe som indikerer at deres inntekt er 20 prosent høyere enn investeringskostnadene. Dermed har de ikke gått i underskudd (Gillis, 2021).

For at SWEET AS skal få til en helhetlig suksess i dette prosjektet burde de blant annet følge disse trinnene:

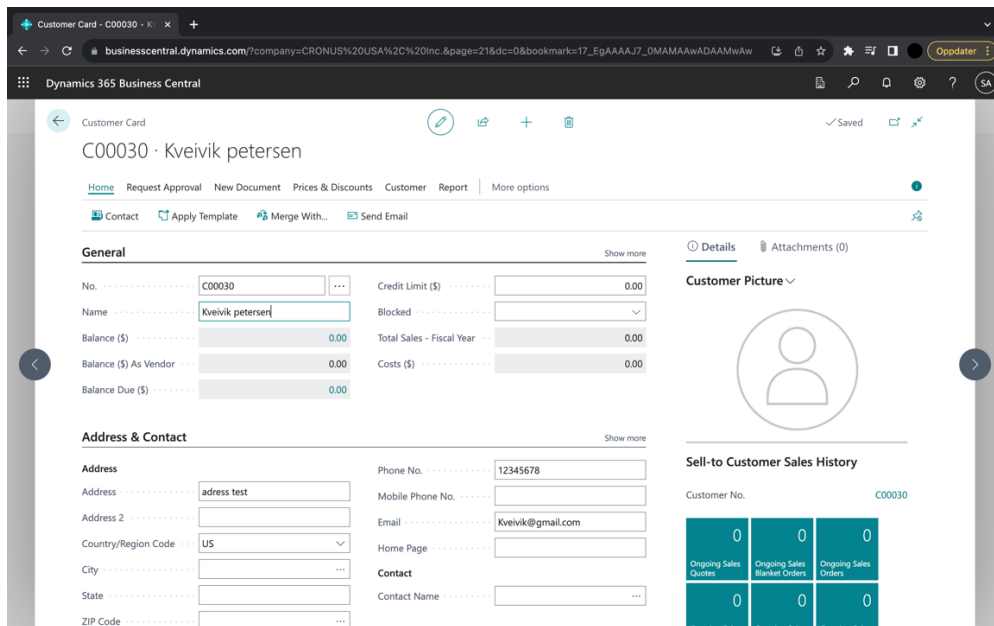
- Sette tydelige mål og forventninger for CRM-implementeringen.
- Sørge for at ansatte for god opplæring i CRM-systemet.
- Overvåke progresjon og resultater. På denne måten kan man justere strategi etter behov.
- KPIer som er klare.
- Kan være viktig å sikre tilstrekkelige personell og økonomiske ressurser.
- Implementere en CRM software (MS Dynamics 365 eller Salesforce) (CRM Implementation Process: 7 Steps for a Successful Implementation,2022).

PART 4

1. Lage customer record:



2. Man går til «customers» og trykker på «new» Deretter vil man kunne lage en customer record, som man kan se under:



CRONUS USA, Inc. | All Reports

Customers: All | Search | Analyze | + New | Delete | Home | New Document | Customer | Prices & Discounts

Customer No.	Customer Name	Balance (\$)	Customer No.	Customer Name	Balance (\$)
10000	Adatum Corporation Robert Townes	0.00	20000	Trey Research Helen Ray	3,036.60
30000	School of Fine Art Meagan Bond	53,833.52	40000	Alpine Ski House Ian Deberry	4,316.92
50000	Relecloud Jesse Homer	8,836.80	90123101	Ola Nordmann	0.00
C00020	Kari Nordmann	0.00	C00030	Kveivik petersen	0.00

Details | Attachments (0)

Ongoing Sales Quotes	Ongoing Sales Blanket Orders	Ongoing Sales Orders
Ongoing Sales Invoices	Ongoing Sales Return Orders	Ongoing Sales Credit Memos
Posted Sales Shipments	Posted Sales Invoices	Posted Sales Return Receipts
Posted Sales Credit Memos	GP Sales transactions	GP Receivables transactions

Customer Statistics

Customer No.	C00030
Balance (\$)	0.00
Balance (\$) As Vendor	0.00
Sales	
Outstanding Orders (\$)	0.00
Shipped Not Invd. (\$)	0.00

3.Lage en sales order:

Trykker på sales order under Actions.

CRONUS USA, Inc. | All Reports

Customers | Items | Item Journals | Requisition Worksheets

Headline

Good afternoon, System Administrator!

Actions

+ Sales Order | + Transfer Order | > Tasks | > History

User Tasks

My User Tasks

Pending User Tasks: 0

Email Status

Email Activities

Failed Emails in Outbox: 0	Draft Emails in Outbox: 0	Sent Emails Last 30 Days: 0
----------------------------	---------------------------	-----------------------------

Approvals

Pending Approvals

Requests Sent ... Approval: 0	Requests to Approve: 0
-------------------------------	------------------------

4.I sales order velger jeg «customer name» og velger kunden. Videre legger jeg til produkter.

Dynamics 365 Business Central

Sales Order S-ORD101016 · Kveivik petersen

The available inventory for item 1908-S is lower than the entered quantity at this location. Show details | Don't show again

Home Prepare Print/Send Request Approval Order Report More options

Post... Release Create Warehouse Shipment Create Inventory Put-away/Pick... Archive Document

General Show more

Customer Name: Kveivik petersen Due Date: 12/11/2023
 Contact: Requested Delivery D...
 Document Date: 10/31/2023 External Document No.:
 Posting Date: 10/31/2023 Status: Open
 Order Date: 10/31/2023

Lines Manage Line Order

New Line Delete Line Select items...

Type	No.	Item Reference No.	Description	Location Code	Quantity
Item	1896-S		ATHENS Desk		2
Item	1908-S		LONDON Swivel Chair, blue		2

Details Attachments (0)

Sell-to Customer Sales History

Customer No. C00030

Ongoing Sales Quotes	Ongoing Sales Blanket Orders	Ongoing Sales Orders
0	0	1
Ongoing Sales Invoices	Ongoing Sales Return Orders	Ongoing Sales Credit Memos
0	0	0
Posted Sales Shipments	Posted Sales Invoices	Posted Sales Return Receipts
0	0	0
Posted Sales Credit Memos	GP Sales transactions	GP Receivables transactions
0	0	0

5. Deretter trykker jeg på «post» og velger ship and invoice

Dynamics 365 Business Central

Sales Order S-ORD101016 · Kveivik petersen

The available inventory for item 1908-S is lower than the entered quantity at this location. Show details | Don't show again

Home Prepare Print/Send Request Approval Order Report More options

Post... Release Create Warehouse Shipment Create Inventory Put-away/Pick... Archive Document

General Show more

Customer Name: Kveivik petersen Due Date: 12/11/2023
 Contact: Requested Delivery D...
 Document Date: 10/31/2023 External Document No.:
 Posting Date: 10/31/2023 Status: Open
 Order Date: 10/31/2023

Lines Manage Line Order

New Line Delete Line Select items...

Type	No.	Item Reference No.	Description	Location Code	Quantity
Item	1896-S		ATHENS Desk		2
Item	1908-S		LONDON Swivel Chair, blue		2

Details Attachments (0)

Sell-to Customer Sales History

Customer No. C00030

Ongoing Sales Quotes	Ongoing Sales Blanket Orders	Ongoing Sales Orders
0	0	1
Ongoing Sales Invoices	Ongoing Sales Return Orders	Ongoing Sales Credit Memos
0	0	0
Posted Sales Shipments	Posted Sales Invoices	Posted Sales Return Receipts
0	0	0
Posted Sales Credit Memos	GP Sales transactions	GP Receivables transactions
0	0	0

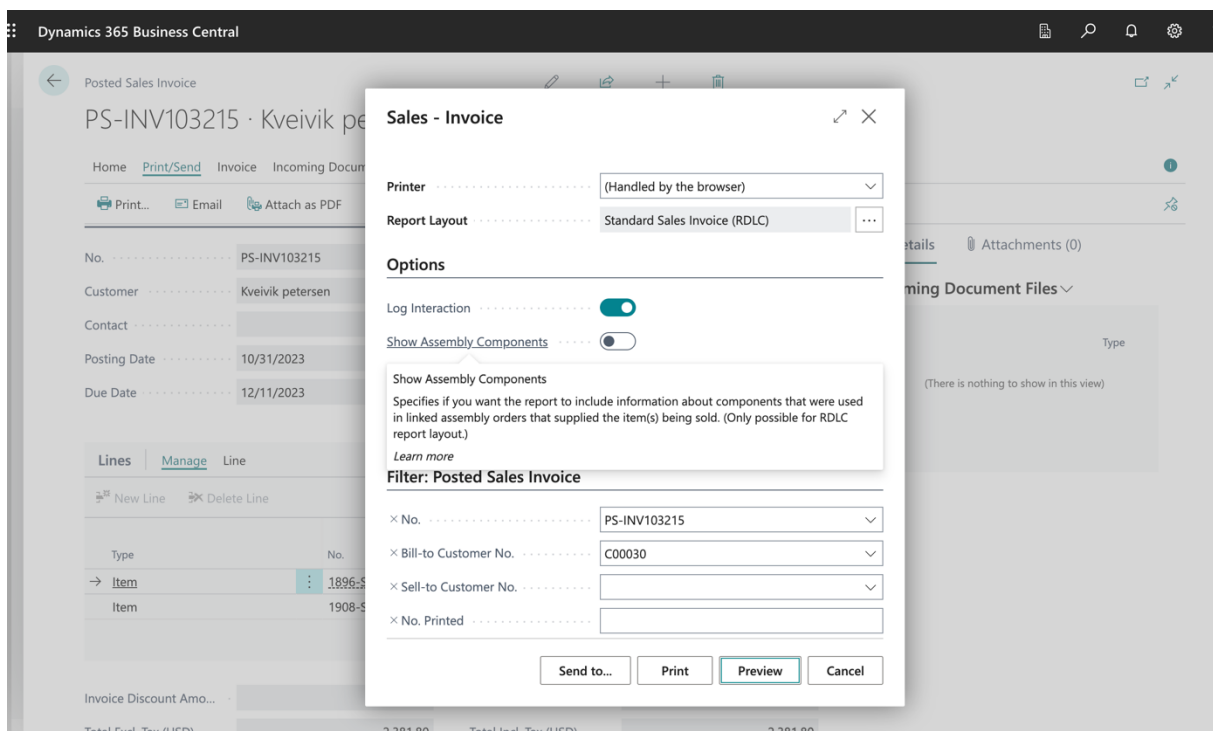
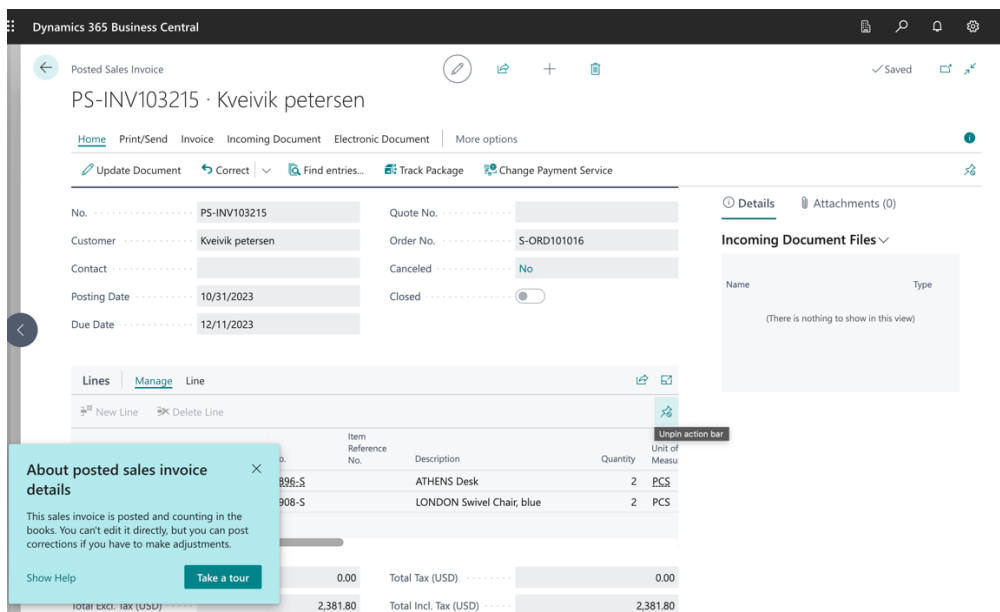
i Ship

Invoice

Ship and Invoice

OK Cancel

6. Man kan også sende dette til kunden ved å trykke på «print/send» også kan man velge om man vil sende som e-post eller printe ut som pdf for eksempel. Under kan man se en forhåndsvisning av fakturaen ved å velge print.



PART 5.

5.1 Introduksjon

I denne seleksjon rapporten skal jeg hjelpe Gourmet Chocolate AS med å velge deres nye ERP system. I seleksjonsfasen vil de tre hovedsystemene være Dynamics 365 Business Central, SAP Business One ERP (SAP B1) og ODOO ERP. For å finne det rette ERP systemet for Gourmet Chocolate AS skal jeg sammenligne de tre systemene ut ifra prisen, bedriftsstørrelse, moduler, skalerbarhet, overholdelse av lover om dataoppevaring og kompatibilitet med eksisterende IT-infrastruktur. Samtidig som jeg argumenterer for mitt endelig valg til toppledelsen.

5.2 Sammenligning av ERP systemer

5.2.1 Dynamics 365 Business Central

Microsoft Dynamics 365 Business Central er en alt i en løsning for at en virksomhet skal jobbe effektivt. Det er en løsning som kan koble sammen flere avdelinger, inkludert økonomi, salg, forsyningskjeden, varelager og distribusjon. Det er bygget for små og mellomstore bedrifter og passer bra for virksomheter som ønsker å iverksette en skybasert ERP løsning med fleksibilitet og kraft. Samtidig kan man kjøre Business Central på skyservere ved hjelp av Microsoft Azure for å få tilgjengelighet i sanntid. Hvis det skulle oppstå dataproblemer kan man også bruke lokale servere (Jangid, 2023). Dette passer bra for Gourmet Chocolate AS, siden de allerede har noe Microsoft-infrastruktur på Microsoft Azure. Dette vil gjøre integreringen enklere og mer sømløs. De har også en veldig bra skalerbarhet og man kan tilpasse ut ifra egne behov hvis man ønsker det (Advaiya Solutions, inc. 2023). Noe annet som er positivt med denne løsningen har tilgjengelig data Center i Norge (Country/regional availability and supported languages, 2023). Noe Gourmet Chocolate AS må ha, på grunn av at det er noen juridiske begrensinger angående datalagringslover for selskapets bedriftssystemer.

5.2.2 SAP Business One ERP (SAP B1)

SAP B1 er en ERP-løsning for små til mellomstore bedrifter. Den har moduler som regnskap, økonomi, innkjøp og varelager, salg og kunderelasjoner, prosjektledelse og drift, som er alt i en applikasjon. På denne måten er det ikke nødvendig å laste ned flere instillasjoner og grensesnitt på tvers av moduler. SAP B1 kjører på både SAP HANA og Microsoft SQL server plattformene (SAP Business One (B1), 2021). Denne omfattende funksjonaliteten kan være en

fordel for selskaper som Gourmet Chocolates AS, som ønsker en helhetlig tilnærming til forretningsstyring. Imidlertid er en av de mulige risikoene knyttet til SAP Business One ERP de høye kostnadene. Implementering og lisensiering av SAP-systemer har rykte for å være kostbare, noe som kan utgjøre en utfordring for selskapet, spesielt med tanke på deres begrensede ressurser. Selv om SAP har data center i Norge (Data Center Locations, u.å) og er kompatibel med eksisterende IT-infrastruktur vil den økonomiske siden av implementeringen være noe å vurdere.

5.2.3 ODOO ERP

ODOO ERP er en åpen kildekode ERP løsning som er bygget for små og mellomstore bedrifter. Denne åpne kildekoden lar bedriften selv endre koden til sine spesifikke behov. Men dette kan også være komplisert, fordi man trenger blant annet kodeferdigheter for å tilpasse. Odoo tilbyr en rekke moduler som prosjektledelse, lagerstyring, produksjonsstyring, HR-ledelse, økonomi, regnskap og mer. Hvis vi ser på infrastrukturen deres ser vi at de tilbyr en nettbasert plattform som kun kan nås via skybasert distribusjon. (Jangid, 2023). Dette gir tilgjengelighet i sanntid og eliminerer behovet for egne lokale servere, samtidig som det gir fleksibilitet og skalerbarhet. Videre, med tanke på om ODOO har data center i Norge eller Nord-Europa ser vi at de dessverre ikke har det. Noe som gjør det utfordrende for Gourmet AS. (For **System Administrators, u.å**).

5.2.4 Sammenligning av ERP-Systemene (tabell)

<u>Faktorer</u>	<u>Dynamics 365 Business central</u>	<u>SAP Business One ERP (SAP B1).</u>	<u>ODOO ERP</u>
Kostnad	Moderat (Fixed Price Microsoft Dynamics 365 Business Central Packages, u.å)	Høy (SAP BUSINESS ONE SOFTWARE PLANS & PRICING,u.å)	Lav (You are not dreaming, u.å)
Målrettet bedriftstørrelse	Små til mellomstore	Små til mellomstore	Små til mellomstore
moduler	Omfattende (Comprehensive business management.u.å)	Omfattende (What Are the Modules in SAP B1? 2022)	Omfattende
Skalerbarhet	God	God	God (Why is Odoo ERP a Better Option for Your Business than SAP?)
Overholdelse av lover om dataoppbevaring	Overholdes (Data retention, deletion, and destruction in Microsoft 365, u.å)	Overholdes (Data Retention Period, u.å)	Overholdes (Data Retention,2023)
Kompatibilitet med eksisterende IT-infrastruktur	Høy	Moderat (Odoo on Google Cloud Platform)	Høy

5.3 Anbefaling:

Basert på sammenligningen av de tre ERP-systemene, anbefaler jeg Dynamics 365 Business Central som det mest hensiktsmessige valget for Gourmet Chocolates AS. På grunn av systemets moderate kostnad, gode skalerbarhet, overholdelse av datalagringslover, og høy kompatibilitet med eksisterende IT-infrastruktur, spesielt med tanke på selskapets Microsoft-baserte infrastruktur. For å få godkjenning fra toppledelsen for denne investeringen, spiller de nevnte faktorene en sentral rolle i utvelgelsesprosessen.

5.4 Ansattes innføring av nytt ERP-system

Resistance to ERP implementation is a common challenge, but it can be overcome (Gulrez, 2023). For at de ansatte ikke skal gjøre motstand mot å ta i bruk deres nye ERP system kan Gourmet Chocolate AS blant annet tenke på faktorer som å kommunisere fordeler og mål, involvere ansatte, administrere endringer og risiko, samtidig overvåke og evaluere resultater.

5.4.1 Kommuniser fordeler og mål

Det er viktig å kommunisere tydelig med deres ansatte om fordelene og målene med denne implementeringen av ERP systemet. På denne måten vil man minske sjansen for motstand. Man kan for eksempel forklare hvordan denne ERP-løsningen kan hjelpe deres organisasjon med å nå sine strategiske mål, nåværende smertepunkter, utfordringer og hvordan det kan gi kunder, ansatte, ledere videre muligheter og verdi.

5.4.2 Involver ansatte

En annen grunn til at flere ansatte viser motstand er på grunn av at de føler seg ekskludert, truet eller overveldet av det nye ERP systemet. Derfor er det betydelig å involvere sine ansatte i implementeringsprosessen. Man bør identifisere og engasjere de ansatte som spesielt blir påvirket eller er involvert i ERP systemet. Dette kan være sluttbrukere og ledere. Man bør be om tilbakemeldinger, innspill og forslag om ERP designe, konfigurasjonen og testingen. Samtidig er det også bra hvis man gir de ansatte tilstrekkelig opplæring, støtte og ressurser for å hjelpe dem med å bruke systemet. På denne måten vil de ansatte ha en mer positiv innstilling mot det nye ERP- Systemet.

5.4.3 Administrer endring og risiko

At endringen er for risikabel, forstyrrende eller kompleks er også en annen faktor for hvorfor ansatte viser motstand. Derfor er det avgjørende å håndtere endringen og risikoen knyttet til implementeringen av ERP systemet. Man bør gjennomføre en grundig analyse av nåværende og fremtidig tilstanden til organisasjonen, identifisere gap og virkninger av ERP-systemet. På denne måten kan man utvikle en endringsledelsesplan som tar hensyn til de tekniske, organisatoriske og menneskelige aspektene av endringen. Videre kan man også forutse og redusere mulige risikoer og problemer som kan oppstå under ERP-implementeringen. Dette kan være tekniske feil, datafeil, prosessforsinkelser eller brukerfeil. Så ved å håndtere endringen og risikoene kan man sikre en jevn og sømløs overgang.

5.4.4 Overvåk og evaluer resultater

Til slutt ser vi at det flere ansatte som tviler på effektiviteten av, påliteligheten eller brukervennligheten til det nye systemet, noe som forårsaker motstand. En løsning for dette kan være overvåke å evaluere etter implementeringen. Ved å etablere og spore KPIs som måler suksessen og fremdriften til ERP-systemet. Dette vil være for eksempel kostnadsbesparelser, inntektsvekst, kundetilfredshet eller medarbeiderengasjement. Man bør også samle inn, analysere tilbakemeldinger og data fra brukere, ledere og kunder om ytelsen. Med dette tenker jeg på funksjonaliteten og brukervennligheten til ERP-systemet. Ved å overvåke og evaluere resultatene kan brukere lettere se den positive innvirkningen til det nye ERP-systemet (What are the most effective ways to overcome resistance to ERP implementation? 2023).

6 Litteraturliste

Achramowicz, C. (u.å). *CRM & ERP Integration: Benefits for Your Business*. Kilde Hentet fra: <https://www.jitterbit.com/blog/crm-erp-integration/>

Advaiya Solutions, inc. (2023). *Scaling Business Operations with Microsoft Dynamics 365 Business Central*. Kilde hentet fra: <https://www.linkedin.com/pulse/scaling-business-operations-microsoft-dynamics-365-central/>

AIContentfy. (2023). *The impact of personalization on customer acquisition and engagement*. Kilde Hentet fra: <https://aicontentfy.com/en/blog/impact-of-personalization-on-customer-acquisition-and-engagement>

Alexander S. Gillis. (2021). *ROI (return on investment)*. Kilde Hentet fra: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/ROI>

Arora, V. (2021, May 25). *What are the Four Key Enterprise Systems?* Kilde Hentet fra: https://www.planetcrust.com/what-are-the-four-key-enterprise-systems?utm_campaign=blog

Baker, K. (2023) .15 Key Benefits CRM Systems Provide to a Business. Kilde hentet fra: <https://blog.hubspot.com/sales/benefits-of-crm>

Cadet, D. (2023). *A Comprehensive Guide to CRM Training*. Kilde hentet fra: <https://www.validity.com/blog/crm-training/>

Cegal. (u.å). *Business Intelligence (BI)*. Kilde Hentet fra: <https://www.cegal.com/no/ordbok/bi>

Gordon, W. (2023). *Customer lifecycle & CRM: How CRMs impact marketing, sales, and customer service teams*. Kilde hentet fra: <https://www.nutshell.com/blog/crm-full-business-impact/>

Hueffner,E,Writer, S. (2022). *Feedback form examples, templates and how to write your own.*

Kilde Hentet fra: <https://www.zendesk.com/in/blog/customer-feedback-forms/>

Jangid,K. (2023). *Business Central VS Odoo: Which Suits You Better? (2023).* Kilde hentet

fra: <https://www.dynamicssquare.co.uk/blog/business-central-vs-odoo/>

Kristensen,E . (2023). *How to calculate Average Customer Support Response Time.* Kilde

Hentet fra: <https://sleeknote.com/advanced/formulae/how-to-calculate-average-customer-support-response-time>

Mailchimp. (u.å). *How to Market on Social Media Effectively.* Kilde Hentet fra:

https://mailchimp.com/resources/how-to-market-on-social-media/?gbraid=0AAAAADh1Fp0n8zHZxRvRsDzMdcV9Jmc4X&gbraid=0AAAAADh1Fp0n8zHZxRvRsDzMdcV9Jmc4X&ds_c=DEPT_AOC_Google_Search_ROET_EN_NB_Acquire_Broad_MKAG_T2&gclid=Cj0KCQjwsp6pBhCfARIsAD3GZuYN5VJAjMQeC9dimRHuSsk0o7h9S4NBF5qF2LJ-eNmbatMGTIBQgcaAprIEALw_wcB&gclsrc=aw.ds

SAP. (u.å). *What is enterprise integration?* Kilde Hentet fra:

<https://www.sap.com/uk/products/technology-platform/what-is-enterprise-integration.html>

Singhi, A., Rad, H., & Goenka, U. (u.å). *How do you measure your sales conversion rate and why is it important?* Kilde Hentet fra: <https://www.linkedin.com/advice/0/how-do-you-measure-your-sales-conversion-rate-why>

Stefanowicz, B. (2023). *16 Top Benefits of Chatbots for Businesses & Customers.* Kilde

Hentet fra: <https://www.tidio.com/blog/benefits-of-chatbots/>

Target Integration. (2023). *Pros and Cons of Using Odoo.* Kilde hentet

fra:<https://targetintegration.com/pros-and-cons-of-using-odoo/>

Twin, A. (2023). *How to Do Market Research, Types, and Example.* Kilde hentet fra:

<https://www.investopedia.com/terms/m/market-research.asp>

U.F. (2023). *Why is Odoo ERP a Better Option for Your Business than SAP?* Kilde Hentet fra: <https://www.ksolves.com/blog/odoo/why-is-odoo-erp-a-better-option-for-your-business-than-sap>

U.F. (2021). *SAP Business One (BI)*. Kilde Hentet fra: <https://cloud.ibm.com/docs/sap?topic=sap-b1>

U.F. (2022). *CRM Implementation Process: 7 Steps for a Successful Implementation*. Kilde Hentet fra: <https://www.apty.io/blog/crm-implementation-process/>

U.F. (2022). *What Are the Modules in SAP BI?* Kilde hentet fra: <https://blog.nbs-us.com/what-are-the-modules-in-sap-b1>

U.F. (2023). *Country/regional availability and supported languages*. Kilde hentet fra: <https://learn.microsoft.com/en-us/dynamics365/business-central/dev-itpro/compliance/apptest-countries-and-translations>

U.F. (2023). *Data Retention*. Kilde Hentet fra: <https://www.odoo.com/privacy>

U.F. (2023). *What are the most effective ways to overcome resistance to ERP implementation?* Kilde Hentet fra: <https://www.linkedin.com/advice/3/what-most-effective-ways-overcome-resistance-1f>

U.F. (u.å). *Comprehensive business management*. Kilde Hentet fra: https://dynamics.microsoft.com/en-ie/business-central/overview/?ef_id=k_Cj0KCQiAr8eqBhD3ARIsAie-buPdbQ8MSTL94EhiCmkma95wAjdgRWmkeXEW9SVaip95GsjskLZ3t-EwaAp2kEALw_wcB_k_&OCID=AIDcmmphzhqofsy_SEM_k_Cj0KCQiAr8eqBhD3ARIsAie-buPdbQ8MSTL94EhiCmkma95wAjdgRWmkeXEW9SVaip95GsjskLZ3t-EwaAp2kEALw_wcB_k_&gclid=Cj0KCQiAr8eqBhD3ARIsAie-buPdbQ8MSTL94EhiCmkma95wAjdgRWmkeXEW9SVaip95GsjskLZ3t-EwaAp2kEALw_wcB

U.F. (u.å). *Data Retention Period*. Kilde hentet fra:

https://help.sap.com/docs/SAP_COPILOT/699b0f5ee9ed4905a1befc10ab174844/3e39d6d4e4ed42ff8570b1820bc7d440.html?version=1811

U.F. (u.å). *Data retention, deletion, and destruction in Microsoft 365*. Kilde Hentet fra:

<https://learn.microsoft.com/en-us/compliance/assurance/assurance-data-retention-deletion-and-destruction-overview>

U.F. (u.å). *Fixed Price Microsoft Dynamics 365 Business Central Packages*. Kilde hentet fra:

<https://www.clientsfirst-us.com/pricing/microsoft-dynamics-365-business-central/>

U.F. (u.å). *For System Administrators*. Kilde Hentet fra: <https://www.odoo.sh/faq>

U.F. (u.å). *Odoo on Google Cloud Platform*. Kilde Hentet fra:

<https://silentinfotech.com/blog/odoo-on-google-cloud-platform/>

U.F. (u.å). *SAP BUSINESS ONE SOFTWARE PLANS & PRICING*. Kilde hentet fra:

<https://www.stellaroneconsulting.com/plans-and-pricing-for-sap-business-one-cloud-erp-software>

U.F. (u.å). *SAP Business One*. Kilde hentet fra: <https://www.cloudfactory.co/solutions/erp/sap-business-one>

U.F. (u.å). *You are not dreaming!* Kilde Hentet fra: <https://www.odoo.com/pricing-plan>

U.F. 2022. *Odoo ERP Used for Small Scale Businesses*. Kilde hentet fra:

<https://www.cybrosys.com/blog/odoo-erp-used-for-small-scale-businesses>

U.F. u.å. *Data Center Locations*. Kilde hentet fra: [https://www.sap.com/about/trust-center/data-](https://www.sap.com/about/trust-center/data-center.html?mode=region¤tLevel=dataCenter®ionCode=EU&dataCenterId=XSG)

[center.html?mode=region¤tLevel=dataCenter®ionCode=EU&dataCenterId=XSG](https://www.sap.com/about/trust-center/data-center.html?mode=region¤tLevel=dataCenter®ionCode=EU&dataCenterId=XSG)

Wrike. (u.å). *What Is Conversion Rate Marketing?* Kilde Hentet fra:

<https://www.wrike.com/marketing-guide/faq/what-is-conversion-rate-marketing/>

