



– Att systemet också ger möjlighet att växa stämmer också med vår företagsfilosofi. Vi vill ha tillväxt under ordnade former och räknar noga på alla investeringar och satsningar innan de genomförs. Med E-business Suite känner vi att vi undviker att bygga fast oss i ett för litet system.

E-business Suite motor i snabbväxande multinationell näthandel

LensWay är ett litet företag med många kunder. Och många fler kan det bli. För att försäkra sig om att deras IT-lösning skulle kunna växa med företaget valde de Oracle E-business Suite. Eftersom affärsidén går ut på att sälja över Internet är hög tillgänglighet viktigt samt e-handel och inköpsfunktionerna.

LensWay är ett nätbolag med en ovanlig affärsidé: de säljer kontaktlinser på nätet. Bolaget startades i Sverige och har snabbt expanderat ut i Europa, där man nu finns på de flesta marknader. Affärsidén har visat sig fungera mycket bra och bolagets VD, Daniel Mühlbach, ser framtiden an med tillförsikt.

– Vi har hittat en nisch där vi levererar ett genuint värde för våra kunder. Kontaktlinsmarknaden är rörig med stora prisvariationer på olika marknader, så kunderna sparar rejält med pengar på att handla hos oss.

Från inköp till kundservice

Daniel Mühlbach insåg tidigt att LensWay behövde ett bra affärssystem för att effektivisera rutiner av alla möjliga slag, från inköp till kundservice. Ett bra affärssystem skulle också underlätta paketeringen av affärsprocesser vid etablering på nya marknader, vilket skulle göra det lättare att snabbt få in ny personal i LensWays sätt att arbeta. Problemet var – förstås – att sådana affärssystem kostar mycket

pengar och att de kräver mycket anpassningar innan de fungerar.

– LensWay är ett framgångsrikt företag men vi är ju ännu ganska små och har begränsade resurser, säger Daniel Mühlbach.

– Vi kan inte betala flera miljoner för ett stort system och har inte heller behov av all den funktionalitet som de erbjuder.

Inköpsfunktion ger snabba leveranser

LensWay har till skillnad från många andra unga bolag en ganska traditionell struktur, med fasta avdelningar för marknad, inköp/logistik, ekonomi, kundtjänst och IT. Man ville framförallt ha systemstöd för inköp/logistik, ekonomi och kundtjänst. Inköpsfunktionen är mycket viktig för LensWay, eftersom man köper kontaktlinser från en mängd olika leverantörer och sätter en ära i att snabbt leverera kontaktlinser till kunderna. Man behövde också bassystem för kund- och leverantörsreskontra, lager och huvudbok. På önskelistan stod också systemstöd för kundtjänst, både för callcenter och web, integrerat med elektronisk post.

LensWay hade sedan tidigare investerat i en Oracledatabas och hade genom en av bolagets grundare redan stor kompetens på Oraclesystem. I jakten på affärssystem fastnade man för Oracle E-business Suite. E-business Suite är Oracles paketering av det stora affärssystemet. Systemet har paketerats och anpassats av Oracle i Europa och säljs i olika storlekar, där den minsta är för 20 användare. Det är den versionen som LensWay implementerat.

– Vi gillade strukturen i systemet, som stämde bra med hur vi valt att organisera oss själva i våra fem huvudavdelningar, berättar Daniel Mühlbach.

– Att systemet också ger möjlighet att växa stämmer också med vår företagsfilosofi. Vi vill ha tillväxt under ordnade former och räknar noga på alla investeringar och satsningar innan de genomförs. Med E-business Suite känner vi att vi undviker att bygga fast oss i ett för litet system.

Tre månader från beslut till drift

Totalt tog det cirka tre månader att installera och anpassa systemet hos LensWay. Då ingick

också grundutbildning i systemet för ett antal nyckelanvändare. Robert Gyarmati på konsultbolaget Alterview såg till att projektet hanterades på ett bra sätt. Han säger att projektet flöt utan större problem.

– LensWays system är ganska typiskt för ett mindre företag och kräver inte särskilt mycket anpassningar.

Vad kostar då ett sådant här kalas? Ja, det är förvisso billigare än att köpa ett "stort" affärs-system, men det blir ändå en hel del pengar. LensWays system har kostat cirka 1,5 miljoner kronor så här långt, installerat och klart. Cirka hälften är licensavgifter och resten är konsultarvoden för installation, anpassning och utbildning. Till detta ska läggas underhållsavtal på drygt 100 000 kronor per år. Det är stora pengar för det relativt lilla bolag, som LensWay trots allt är.

– Jo, det gör ont att lägga ut så mycket pengar, medger Daniel Mühlbach.

Mycket system för pengarna

– Men vi har fått ett bra system för pengarna. Vi har nu ett system som gör att våra viktigaste affärsprocesser, som inköp, lager och kundtjänst, får riktigt bra systemstöd och vi har ett ordentligt redovisningssystem i botten. Dessutom är vi ju inte låsta i det system vi valt – vi kan bygga ut när behoven växer.

LensWay använder inte modulerna för säljstöd, CRM och Human Resources (HR). Daniel Mühlbach tycker inte att de modulerna passar Lensway särskilt bra.

– CRM och säljstödsmodulerna är mer inriktade på business-to-business-företag, och eftersom vi arbetar på en konsumentmarknad passar de inte oss så bra. Våra egna lösningar är bättre. Modulen för personal känner vi inte så stort behov av, eftersom vi har ett fåtal avdelningschefer och de hanterar personal som inte har några särskilt komplicerade befattningar. De HR-moduler som finns tillgängliga genom E-business Suite är alldeles för komplexa för våra behov.

Daniel Mühlbach avslutar med att säga att komplexiteten i systemet är det han gillar minst.

– Det är den andra sidan av flexibiliteten. Det retar mig att det ska vara så komplicerat att göra mindre anpassningar, exempelvis att lägga till ett land i systemet när vi expanderar. Jag hade gärna sett enklare mallar som gjort att vi kunnat anpassa systemet med egna resurser. Å andra sidan är det väl priset man får betala för ett system som är genuint anpassningsbart.

LensWay säljer kontaktlinser på nätet. Bolaget startades i Sverige och har snabbt expanderat ut i Europa, där man nu finns på de flesta marknader.

Sajten finns i 14 språk.

THE NEW WAY TO BUY CONTACT LENS

Att köpa kontaktlinser är enkelt och billigt. Allt går mycket snabbt. Tre steg, välj linsmärke, ange styrka med mera och slutligen fakturaadress. Sedan är det klart.

Sist kommer en ruta upp med frågan om hur man hört talas om Lensway.

Fakta Lensway
Affärsidé: sälja kontaktlinser på nätet
Grundades år 2000
35 anställda
VD Daniel Mühlbach
Omsättning 80 miljoner/per år
Adress: www.lensway.com

Johan Rönn