

INNHold:

Leder.....	side. 03
Varner valgte ProfitBase	side. 04
ProfitBase InStore Analytic ...	side. 06
Business Intelligence	side. 07
La Restinga.....	side. 08
MYDIN valgte PB	side. 10
Spennende i Seattle.....	side. 12
Croxus ny partner	side. 14
Chicago valgte ProfitBase	side. 14
ARTS – bransjestandard.....	side. 15
ProfitBase og ARTS	side. 16
Nye partnere i USA.....	side. 17
Brukerkonferansen 2008	side. 18
Why ProfitBase	side. 21

HOVEDKONTOR:

ProfitBase AS, Stokkamyrveien 13, 4313 Sandnes.
Tlf: +47 97 06 40 00.

AVDELINGER:

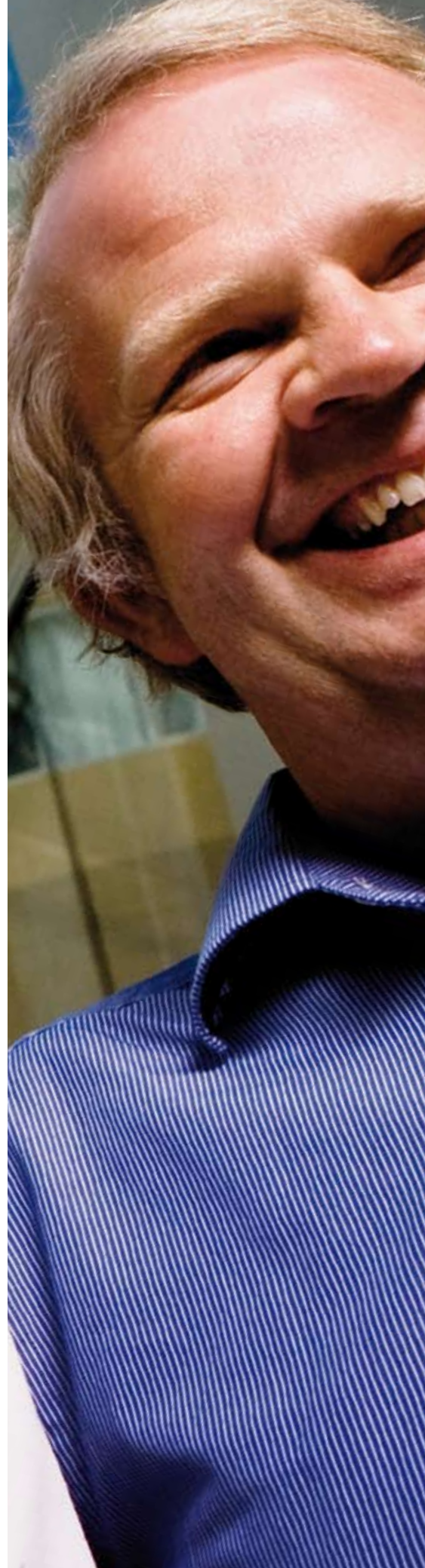
ProfitBase AS, Fornebu
ProfitBase AS, Sandefjord
ProfitBase AS, Kristiansand
ProfitBase UK, London England
ProfitBase NA Incorporated, USA. Tlf: +1 717-309-7006

REDAKSJON:

Rune Våtnamot ansvarlig redaktør og Nucleus AS.

PRODUKSJON:

OKTAN alfa AS





Leder

ProfitBase er i ferd med å legge bak seg et av de mest spennende årene i selskapets historie.

Vi har levert løsninger til flere selskaper som er ledende i sine bransjer, og vi har etablert partnerskap med aktører både i Norge, Europa, Afrika, USA og i Asia. Samarbeidet med Microsoft har også blomstret og resultert i konkrete leveranser på flere kontinent.

Finanskrisen påvirker de fleste bedrifter i en eller annen form. For veldig mange bedrifter medfører dette kostnadsuttak og sterkere fokus på utgifter. Det viser seg at ProfitBase sine produkter med gode rapporter, analyser, planlegging og simuleringfunksjoner, er verktøy bedriftene tar i bruk for å bedre evnen til å styre og omstille seg raskere. Vi har aldri opplevd sterkere vekst verken i Norge eller internasjonalt enn det vi har gjort i år. For ProfitBase sin del tror vi på like sterk vekst i 2009.

I år har vi blant annet inngått avtale med Varner-Gruppen. Dette er vår største avtale innen Retail noensinne. Varner-Gruppen har omlag 1100 butikker spredd på 11 kjeder i ni land, og stiller store krav til god funksjonalitet og oppfølging fra oss som leverandør. Samarbeidet har gitt oss nyttige erfaringer og en bekreftelse på at vi kan levere store løsninger i et internasjonalt marked.

Via vårt samarbeid med Microsoft kom vi i kontakt med Mydin i Malaysia. I juni signerte vi kontrakt om leveranse. Mydin er inne i en kraftig vekstperiode og skal tredoble antall butikker fra dagens 43 til hele 125 i løpet av 2010. Hovedveksten er på hypermarkeder som er store butikkentre. Det innebærer at de skal vokse fra dagens ca. 600 kasser til ca. 2000. Datamengdene vil øke enormt. ProfitBase vil bli det sentrale rapport og analysesystemet.

Standardisering er viktig både for oss og for våre kunder. ProfitBase deltar aktivt i utvikling av ARTS og er representert i de riktige forum. Les gjerne mer om vårt engasjement i ARTS lengre bak i magasinet.

Som kjent satser vi mye på utvikling. Årets versjon ProfitBase 2009 ble lansert i slutten av juni. Veldig mange av kundene har tatt denne i bruk. På Helse Sør-Øst har vi oppgradert hele løsningen og tatt i bruk nye funksjoner. I stedet for å ha ett datavarehus på en database, har vi nå et datavarehus på hvert HF. Disse varehusene er synkronisert og har resultert i en mye bedre responstid på den enkelt bruker samtidig med at det gir en frihet for at hvert av RHF'ene kan få dekket sine individuelle behov på en bedre måte. Vi ser også at helse er et internasjonalt vekstområde og vi var meget stolte da Chicago City, Health Department, også valgte løsning fra ProfitBase.

Som vanlig har vi også gitt plass til noe stoff som ikke er direkte faglig rettet. Vi har derfor gitt plass til en tekst fra ProfitBase Brukerkonferanse 2008, og en artikkel om et veldedig bokprosjekt vi har stor tro på og som vi støtter økonomisk.

Vi er selvfølgelig veldig stolte av det vi har fått til det siste året, men vi er samtidig oppmerksomme på at vi fortsatt må levere gode løsninger for kundene, og at vi må utvikle oss videre for å fortsatt kunne levere de beste løsningene. Vi går inn i 2009 med nye ideer, spennende prosjekter og en ukuelig tro på at vi kan finne stadig bedre løsninger for private og offentlige virksomheter.

Børre Tharaldsen

Administrerende direktør, ProfitBase

ProfitBase InStore Analytic

ProfitBase har det siste året utviklet en helt ny WEB-basert applikasjon beregnet for volumbrukere i kjeder.

Med volumbrukere menes den store mengden av brukere som skal fores med definerte KPI'er (nøkkel-tall) og rapporter, og som skal bruke minst mulig tid på rapporteringsverktøy. Eksempler på slike brukere er

butikkssjefer og medarbeidere i butikk, i driftsapparat eller andre operasjonelle funksjoner i kjeden. Fellesnevner for denne type brukere er ofte høy grad av turnover og jobbrotasjon – slik at kravet til opplæring må være tilnærmet null.

InStore Analytic møter disse forutsetningene svært godt, gjennom at bruker får fokus på de KPI'er

ledelsen prioriterer og kan navigere i underliggende informasjon på en enkel måte. Når applikasjonen i tillegg er svært skaleringsvennlig og kun krever Internet Explorer ute hos brukeren, vil en kjede raskt kunne oppnå gevinster ved å ta den i bruk.

Varner har valgt InStore Analytic som sitt primære verktøy mot butikk. Løsningen er i pilot og vil rulles ut til alle butikker i 1. Kvartal 2009.



Modellen viser KPI'er i et selskap for en periode. I dette eksemplet for produktene mat, underholdning, drikke, gaver m.m.

Farge = status. Fargene beskriver status og defineres etter gitte kriterier.

For eksempel:

- **Grønn farge;**
"bedre enn budsjett eller bedre enn i fjor..."
- **Gul farge;**
"måloppnåelsen er på 95 prosent..."
- **Rød farge;**
"måloppnåelsen er lavere enn 95 prosent..."

Pil = trend/utvikling. For eksempel kan en bedrift ha en positiv trend hittil i år (eller i perioden), selv om innværende uke er rød.

Verdi = det beløp/prosentsats som ligger til grunn for status og trend

Under disse parameterne igjen vises en nedbrytning av tallet på valgt dimensjon, for eksempel på "varegruppe". "More" gir aksess til underliggende rapporter. Aktuelle KPI'er velges og settes av kjeden, rettet mot den enkelte brukergruppe, kjedeprofil eller lignende.

Business intelligence for business success

Business intelligence is crucial to today's retailers, but what type of solution is best? Jan de Jong explains

Business intelligence (BI) continues to rank among the top technology priorities for retailers. Why? Because meaningful, timely information about what is happening at the point of sale is increasingly vital for business success. BI empowers store, supply chain and enterprise managers to act quickly, in a coordinated and informed manner, to capture opportunities, outmanoeuvre competitors, please customers, and improve financial results. In addition, business intelligence and business applications are converging. This sets the stage for wider use of BI and real-time information for decision-making. Before industry standards guided retail technology development, standalone applications were commonplace and building integrated solutions was complicated and costly. Data elements were defined differently between, even within, companies. Applications were often proprietary, while analysis and reporting was batch-oriented.

Collaboration among retail managers was challenging, and integrating data or application silos into broader solutions such as business intelligence was truly daunting. Nowadays we have guidelines such as the ARTS standards. Of particular importance for BI is the ARTS Retail Data Model, the relational database design for all retail functions. Defined by retailers

for retailers, the ARTS Retail Data Model provides a comprehensive set of metrics and key performance indicators (KPIs) to help retailers understand and improve their operating performance. More and more retailers are adopting the model as a repository for a single instance of critical information.

A robust BI solution capable of meeting retailers' requirements must address four key areas. Firstly, collecting and storing data residing in multiple systems across the enterprise and on individual personal computers. Secondly, organising and analysing data to focus on KPIs and metrics meaningful to a specific business. Thirdly, displaying KPIs and metrics in clear, action-oriented formats targeted to the appropriate managers. And lastly, BI must be easily accessible so that team members can quickly collaborate on analysis, planning and action by means of a scorecard, workbench or role-based business processes.

In the area of organising and analysing data, ProfitBase has captured the common POS operational data source connection criteria for POS data, based on ARTS Data Model naming conventions, in ready-to-use templates. Robust BI solutions can be quickly built with these templates. A ProfitBase application aids this

process and generates savings in mapping. Using Microsoft BI technology, SQL Server Integration Services, Analysis Services and Reporting Services, many standard reports can be produced. For more complex analysis and scorecard reporting, Microsoft Office PerformancePoint Server 2007 can use the same data model.

Solution vendors such as ProfitBase have already developed standard KPI templates, providing a rich reporting environment out-of-the-box. The final component for success is ensuring that analysis, metrics and KPIs can be quickly and easily accessed by retail team members 24/7, regardless of location. This is accomplished through the use of Microsoft SharePoint Server 2007 and the Microsoft Office System 2007. BI demonstrates that technology standards drive important business benefits for retailing, and should not be viewed as merely a 'technology issue'.

As we move forward the necessity of BI to manage the business will become increasingly apparent. Standards-based offerings from ProfitBase and Microsoft provide retailers a powerful, easy-to-deploy, affordable way forward in business intelligence.

Further info: www.microsoft.com
www.ProfitBase.com



ABOUT THE AUTHOR: As Microsoft's worldwide industry executive, Jan De Jong is member of the executive team for the global coordination of Microsoft's line-of-business solutions in distribution and services which includes the retail, hospitality and consumer goods industries. De Jong coordinates global aspects of Microsoft's policies, strategies, objectives, and initiatives and focuses specifically on building strong customer and partner relationships for enterprise retail business solutions as well as the support for emerging markets.

He has been leading the development of the Smarter Retailing Initiative of Microsoft launched in January 2004. De Jong is also a member of the board of directors of the National Retail Federation representing the associate members.



Mesterkokk Charles Tjessem kom tett på livet i Peru.

Mesterkokk Charles Tjessem

La Restinga – en redning i jungelen

Charles Tjessem tok turen til Perus jungel for å finne ekte matglede. Ungdomshuset La Restinga gir trygghet, mat og en meningsfull hverdag for byens gatebarn, og det var disse som inspirerte Charles til å lage kokebok 300 mil fra munnin-gen av Amazonas.

Byen Iquitos er kun tilgjengelig med båt eller fly, og regnes som den største byen i verden uten veiforbindelse. Båtturen ville tatt flere dager langs elvene, så Charles Tjessem og kollega Trond Svendsgaard valgte å fly inn til byen som rommer 400 000 innbyggere. Det var en opplevelse de sent vil glemme.

Tok turen til Peru

Under ProfitBase sin brukerkonferanse i 2007 møtte Charles Tjessem en av kokkene som jobber på La Restinga. Erick Aguilar Lomas er tidligere gategutt men jobber nå på ungdomshuset La Restinga. I regi av Strømmestiftelsen fikk han et opphold i Norge og fikk møte sitt forbilde Charles Tjessem. Den gang ble de godt kjent og jobbet mye sammen på kjøkkenet. Kunnskapen har Erick tatt med tilbake til Iquito, og siden den gang har gatebarna i Iquito fått smaken på kvalitetsmat med omtanke.

– Erick besøkte meg på mitt kjøkken, så det var bare rett og rimelig at jeg skulle ta turen til Peru og besøke han og La Restinga, forteller Charles Tjessem.

Inspirerende smaksopplevelser

Turen resulterte i en bok, men denne gang inspirert av lokale råvarer fra Peru. De femti oppskriftene i boken er

imidlertid tilpasset tilgangen på råvarer i Norge slik at også nordmenn kan få smaken av jungelmat av ypperste klasse – signert kokkemester Charles Tjessem. Utfordringene var mange da kokkene skulle komponere en meny basert på de lokale råvarene. Ikke bare var det mange grønnsaker og frukter vi ikke finner i Norge, men også smaken på tilsvarende råvarer er forskjellig mellom de to landene. – Vi besøkte de lokale markedene, prøvde ulike komposisjoner og opplevde fantastiske smaksopplevelser basert på de lokale råvarene.

Barna og ungdommene på La Restinga gjorde et sterkt inntrykk på kokkene fra Norge. De opplevde et sterkt samhold der de eldre barna og ungdommene tar seg av de yngre, og det var et godt etablert system for å hjelpe gatebarna. La Restinga støttes av Strømmestiftelsen som har jobbet med prosjektet i flere år.

Varmt og fuktig

Iquito ligger riktignok 300 mil fra utløpet av Amazonas, men byen ligger kun 106 meter over havnivå. Når byen i tillegg utgjør det høyeste punktet i området, sier det seg selv at den er et yndet tilfluktssted når elvene flyter over breddene. La Restinga betyr skjulested/tilfluktssted/beskyttelse og er



Erick under arbeid på ProfitBase Brukerkonferansen 2007



Erick og kameratene under trening med kampsporten Capoeira

nettopp det for barna og ungdommene som spiser og holder seg i aktivitet på ungdomshuset i jungelbyen. Plasseringen langs elvene Amazonas, og omsluttet av naboelvene Nanay og Itaya, bidrar til en relativ luftfuktighet på omlag 85 prosent. Sterk varme bidro også til spesielle arbeidsforhold for kokkene fra Norge.

– Fuktigheten var enorm og det var veldig spesielt å jobbe under slike forhold. Når vi i tillegg stod over grytene store deler av dagen var det til tider nesten uutholdelig, men vi satte igjen med en flott opplevelse og inntrykk som vil følge oss for alltid, forklarer Charles Tjessem.

La Restinga - en av høstens store gavebøker - er ført i pennen av kulturskribenten Hugo Lauritz Jenssen. Fotografiene er signert Tom Haga, en av landets fremste matfotografer.

Oppskriftene er signert verdensmesteren i kokkekunst, Charles Tjessem og hans kollega fra Bocuse d'Or og kokkelandslaget, Trond Svendgaard. Sammen forteller de en fest av en historie om håp og livskraft i Amazonas.

Tilfluktstedet La Restinga er støttet av Strømmestiftelsen og royaltynntektene fra bokprosjektet går i sin helhet til gatebarna i Iquitos.



LA RESTINGA

Utgitt: medio oktober 2008

Omfang: ca. 200 sider

ISBN: 9788275472791. Pris: 398,-

MYDIN velger ARTS-basert Business Intelligence-løsning fra ProfitBase

ProfitBase har inngått en betydelig avtale med en av Malaysias største butikkjeder, MYDIN. Butikkjeden skal tredoble antall kjøpesentre innen 2010 og har valgt ProfitBase som leverandør av BI-verktøy tilpasset kjededrift.



ProfitBase skal gi MYDIN bedre oversikt i eksisterende og nye kjøpesentre

Mydin Mohamed Holdings Berhad fra Malaysia er for tiden på de siste stadiene av implementering av en ARTS-basert (Association for Retail Technology Standards) BI-løsning (Business Intelligence) fra ProfitBase.

Mydin er en av Malaysias største lokale detaljhandlere og planlegger å tredoble antall butikker fra 43 til 125 innen 2010. Investeringsbeslutningen skyldes i hovedsak store vekstmål samt behovet for bedre og oppdatert beslutningsgrunnlag for selskapets egne ledere og leverandører.

– Vi befinner oss i en situasjon hvor vår IT-infrastruktur for rapportering ikke er i stand til å følge ekspansjonen

knyttet til kjedekonsept og antall butikker, sier IT-direktør i MYDIN, Malik Murad Ali.

– På nåværende tidspunkt har vi to ERP-systemer og to POS-systemer. I løpet av de neste to årene kommer vi til å gå over til ERP-systemet til Microsoft, Dynamics AX, men før den tid har vi behov for å konsolidere data fra disse systemene og fremskaffe rapporter og nøkkeltall som våre ansatte og leverandører trenger som beslutningsgrunnlag. Vi brukte lang tid på å finne riktig partner for datavarehus og rapportering og evaluerte i den forbindelse de "fleste" på markedet. Vi installerte til og med

et system som "Prove of Concept" og gav dem tre måneder på å vise oss deres fortrefelighet. Noe de ikke klarte.

Dermed så bar det ut på ny jakt og vi kom over ProfitBase på den store Retail konferansen til NRF i New York i januar d.å. For første gang snakket vi med folk som "snakket vårt språk", presenterte en løsning vi hadde behov for, med et system vi kunne forstå og ikke minst – vokse med. ProfitBase 2009 ble valgt til datavarehus og OLAP-kuber (online Analytical Processing) og Microsoft Office PerformancePoint Server 2007 til rapportering.



Glad for internasjonal vekst

Denne avtalen er en av mange kontrakter ProfitBase har vunnet i utlandet, og selskapets administrerende direktør, Børre Tharaldsen, er svært fornøyd med at også MYDIN valgte ProfitBase.

– ProfitBase har spesialisert seg på business intelligence-løsninger (BI) til kjededrift/retail, og vi er svært fornøyd med at løsningen vår spres til land i Asia sier administrerende direktør i ProfitBase, Børre Tharaldsen.

ProfitBase vant konkurransen fordi selskapet kan levere bedre, raskere og rimeligere enn konkurrentene.

For ytterligere informasjon:
www.ProfitBase.com
www.mydin.com.my



MYDIN valgte ProfitBase 2009 til å konsolidere data fra sine to ERP- og POS-systemer på grunn av brukervennlighet og de bruksklare malene for detaljhandel som støtter datastandarden fra ARTS.

Malene for detaljhandelen kan raskt tas i bruk og leverer analyser påvaresalg, timesalg, timebasert varesalg, effektivitet samt mye mer. I tillegg vil ProfitBase Finance brukes til å konsolidere hovedbøkene, for å få en automatisk konsolidert finansiell status for selskapet. Mydin implementerer Office PerformancePoint Server 2007 og Microsoft Office SharePoint

Server 2007 for å forsyne alle organisasjonsnivåer og leverandører med informasjon. Rapporter og scorecards vil bli gjort tilgjengelig for både styremedlemmer, ledelse, avdelingsledere, sentrale detaljhandlere og leverandører. I tillegg vil analyseverktøy i Office PerformancePoint Server 2007 benyttes for drillwown og adhocanalyser.

– Med denne ProfitBase-Microsoft BI-løsningen forventer vi bedre oversikt over våre mest solgte produkter, hvilket igjen gjør at vi kan sikre at beholdningen på butikklagrene holdes på et optimalt nivå, sier Ali.

– Vi kommer også til å dele informasjon om produktlagrene med våre leverandører, slik at de har bedre forutsetninger for å levere til butikkene våre. Med bedre oversikt, generell optimalisering og proaktive beslutningsprosesser, forventer vi et positivt utslag på bunntinjen på minimum fem prosent.



Seattle, oktober 2008

– en spennende og travel tid for ProfitBase

”Microsoft BI Conference 2008” var hovedarrangementet, men i forkant av BI konferansen ble det arrangert flere temadager i regi av Microsoft og ProfitBase. Tema var vertikalløsninger, ProfitBase 2009, generell teknologi innen Business Intelligence (BI) og kundeløsninger.

Den første internasjonale ProfitBase Brukerkonferanse ble også arrangert. Den bestod av en rekke innlegg, der ProfitBase sine samarbeidspartnere, eksisterende og potensielle kunder ble føret med informasjon på interessante tema.

Nedenfor følger et resymé fra dagene i Seattle.

Helseseminar

Helseseminaret var sponset av ProfitBase og ble arrangert hos Microsoft i Redmond. Hit kom mange kunder og samarbeidspartnere fra helsesektoren for å høre mer om ProfitBase og Microsofts løsninger

innen økonomiske, driftsmessige og kliniske områder som alle gir et bedre beslutningsgrunnlag for sektorens beslutningstakere.

I tråd med dette holdt Microsofts direktør for Health Industry Solution, Paul Smolke og Jan Rylund fra Microsoft Norge, sammen med et utvalg eksperter, en grundig presentasjon av Microsofts løsninger og teknologi relatert til helsesektoren.

Detaljhandelsseminar (Retail)

Under detaljhandelsseminaret deltok en gruppe retailere og samarbeidspartnere fra Malaysia, Canada, Hellas, Baltikum, Sør-

Afrika, USA, Storbritannia og Norge. Jon De Jong som er Worldwide Industry Solutions Manager for Business Insight i Microsoft, innledet seminaret med egne betraktninger om BI og presenterte nye trender. Han viste blant annet til eksempler på hvordan BI sørger for svært god informasjonsflyt til alle i retail-sektoren som har informasjonsbehov, for eksempel kunder, salgspersonell, butikksjefer og andre ledere.

Med retailselskaper drevet av ProfitBase 2009, leverer Microsoft SQL Server, Office, SharePoint og PerformancePoint Server 2007. Øyvind Stige, leder for retailavdelingen i



Folksomt på Profitbases stand under MS BI Conference.





"Seattle by Night". Utsikten fra Space Needle, under ProfitBase Global User Conference.

ProfitBase, redegjorde for selskapets store satsing på dette området. Detaljhandelsseminaret ble avsluttet med en omvisning på Microsofts anlegg, der deltakerne ble presentert for noen av Microsofts mange løsninger og fremtidsvisjoner.

ProfitBase' Internasjonale Brukerkonferanse, Seattle 2008

ProfitBase arrangerte sin første globale brukerkonferanse på Grand Hyatt i Seattle 5. oktober 2008. En stor gruppe eksisterende og potensielle kunder og samarbeidspartnere fra hele verden var samlet for å få presentert og diskutert utfordringer og erfaringer knyttet til BI. De fikk også høre mer om ProfitBase' planer og visjoner for fremtiden.

Foruten Jan De Jong, som var en av hovedtalerne, holdt IT-direktør Malik Murad Ali i MYDIN et spennende innlegg om selskapet sitt. MYDIN er en av Malaysias største lokale detaljhandlere, som planlegger å tredoble antall butikker fra 43 til 125

innen 2010. De store vekstambisjonene og behovet for bedre informasjon for selskapets beslutningstakere og leverandører, har ført til avgjørelsen om å rulle ut en ARTS-basert BI-løsning basert på teknologi fra ProfitBase og Microsoft.

Børre Tharaldsen, daglig leder i ProfitBase, og Ron Martinez, ProfitBase' salgsdirektør i Nord-Amerika, presenterte sammen med Malik Murad Ali selskapets utfordringer og planen for implementeringen av ProfitBase Retail i MYDIN. De skisserte gevinster og forventet verdiskapning knyttet til utrulling, deriblant en fem prosents økning på selskapets bunnlinje.

Av andre foredragsholdere kan vi nevne Schalk Viljoen, Sales Manager, Harvey-Jones of South Africa, som holdt et engasjerende innlegg om "BI in Africa" og Nils Rasmussen, President i Solver, USA, som gikk gjennom en del av sine løsninger basert på ProfitBase.

Microsoft Business Intelligence Konferanse 2008

Mange ProfitBase-kunder og partnere var blant de 3000 deltakerne da Microsoft arrangerte Microsoft Business Intelligence Conference 2008 i Seattle.

ProfitBase var en av hovedsponsorene for konferansen. De mange sesjonene trakk opp retninger for visjon og strategi innen Business Intelligence (BI), og hundrevis av produkt-, løsnings- og markedsfokuserede seanser sørget for et lærerikt BI-forum for deltakerne.

Fra rekken av seanser kan det nevnes at ProfitBase deltok sammen med Dell, HP, Accenture og Hitachi Consulting i "Business Intelligence in 2020 Panel Discussion".

En annen hovedsesjon var ProfitBase sin tidligere omtalte kunde, Mydin, som presenterte sitt BI-prosjekt. "MYDIN - From 200 million transactions to six Cubes".

Croxus ny ProfitBase-partner:

Samarbeider for bedre prosjektstyring og rapportering

Det er ofte en utfordring å holde oversikt i store og komplekse prosjekter. Problemet er gjerne at de ulike deltakerne i prosjektet benytter ulike prosjektstyringsverktøy, og at det da blir svært vanskelig å sammenstille planer og prognoser med reelle tall. For å løse dette innledet ProfitBase et samarbeid med Croxus og Steinar Dalva.

– Vi ønsket å tilby våre kunder et verktøy som kunne gi dem bedre informasjon i prosjektstyringen. På samme måte som vi leverer løsninger for Business Intelligence, kan kundene nå benytte løsningen fra Croxus til å sammenstille prosjektplaner og prognoser med virkelige tall, påpeker Rune Vatnamot i ProfitBase.

Markedet, deriblant flere av kundene til ProfitBase, savnet en løsning som ga dem tilgang på all informasjon, uavhengig av hvilket prosjektstyringsverktøy de selv benytter og uavhengig av hvor dataene måtte komme fra. Med løsningen fra Croxus er dette nå mulig.

Løsningen er for eksempel aktuell for prosjektmiljøer der de benytter verktøy som Artemis, MS Project og/eller Safran.

– Løsningen fungerer som en link mellom ProfitBase og de ulike verktøy. Slik kan de som bruker ProfitBase nå holde kontroll på forskjellige prosjekter og underleverandører ved oppdatering av informasjon som ligger i alle bedriftens datasystemer, også prosjektstyringssystemene, forteller Steinar Dalva i Croxus.

ProfitBase leverte allerede løsninger på andre viktige områder, men manglet en løsning relatert til prosjektstyringsverktøy. Utfordringen var å gjøre data fra ulike systemer som Safran og MS Project tilgjengelig for ProfitBase på en slik måte at prosjektdataene er forståelige, konsistente og sammenlignbare.

Dette er en forutsetning for at prosjektanalytikerne skal få tilgang på oppdatert informasjon fra prosjektstyringssystemene, og se



ProfitBase valgte Steinar Dalva og Croxus som partner og mener kundene vil nyte godt av samarbeidet.

dette i sammenheng med virkelig informasjon fra andre av bedriftens datasystemer.

– Vi ønsket å finne en løsning så raskt som mulig og kontaktet Croxus og Dalva som er kjent for å løse slike utfordringer, noe det har gjort på en utmerket måte og vi er svært fornøyd med samarbeidet så langt, påpeker Rune Vatnamot i ProfitBase.

Steinar Dalva er grunnlegger av Croxus og har lang erfaring fra planverktøy og prosjektstyring fra sin tid hos selskaper som Aker, Dovre, Metier og Safran.

Vinner i USA:

Chicago velger ProfitBase til helsesektoren

Norske ProfitBase er en av leverandørene når helsesektoren i Chicago by i løpet av neste år går over til en komplett Microsoft-løsning. Solver, Inc., den største ProfitBase partneren innen helse i USA, ble valgt som hovedleverandør av løsningen, som består av Microsoft Dynamics GP, PerformancePoint-server, Enterprise Reporting SQL-server og ProfitBase 2009.

Viktige deler av leveransen inkluderer opprettelsen av et datavarehus med ProfitBase 2009, med integrasjon mot sykehusadministrasjonen, A/P, A/R og Microsoft Dynamics GP systems. Solver med øvrige aktører ble valgt fordi selskapene kunne levere en komplett løsning som er 100 prosent Microsoft-basert, og som faktisk overgikk kundens forventninger. Prosjektet skal ferdigstilles innen mars 2009.

Enklere Business Intelligence for detaljhandelen::

ARTS skaper ny bransjestandard

ARTS (Association for Retail Technology Standards – en divisjon av National Retail Federation) lanserte i april 2008 et nytt datavarehus utformet spesielt for Business Intelligence (BI). Datavarehuset er basert på 15 års erfaring innen utvikling av datastandarder for detaljhandelen. Den første offentlige presentasjonen av det nye datavarehuset fant sted på ProfitBase sin brukerkonferanse i Oslo 23. april.

ProfitBase har spilt en avgjørende rolle i utviklingen av datavarehuset og implementerte en før-lanseringsversjon som «proof of concept» for designteamet. Edvard Gundersen fra ProfitBase er nyvalgt formann for datavarehusets arbeidsgruppe og ansvarlig for å utvide varehusmodellen til å støtte de viktigste KPI'er (Key Performance Indicators) innen detaljhandel.

Brukerkonferansen i regi av ProfitBase var en god anledning for ARTS til å møte og utveksle informasjon med noen av de mest profilerte medlemmene innen detaljhandel i regionen, samt programvareutviklere i Skandinavia, Tyskland og Storbritannia.

Hvorfor nytt datavarehus?

Hvorfor utviklet ARTS en datavarehusmodell i 2008 når de fleste detaljhandlere allerede har et datavarehus og benytter seg av BI?

ARTS – med sine 15 års fartstid innen dataadministrasjon – syntes det var flere åpenbare forbedringsmuligheter. Den nye datavarehusmodellen er således fundamentet i gjeldende ARTS-standarder; den forekommer i tredje normal form (3NF), hvilket innebærer ett datafelt per unike datainformasjon – med andre ord ingen duplikasjoner eller lagrede kalkulasjoner. De som har implementert modellen har

dermed å gjøre med én versjon av sannheten. Det betyr at de får ett beløp for gårsdagens salg i stedet for forskjellige tall som må avstemmes.

Dernest bruker de ARTS-utviklede databaseskjemaene XML den samme datadefinisjonen som den innsamlingsmodellen som flytter data til applikasjonene. For eksempel kan data innhentet ved en butikkasse (POS) enkelt integreres med kundehistorikk, lagerbeholdning, salgsrapportering og mange andre applikasjoner som avhenger av kassainformasjon.

Samler datakilder

Datavarehusmodellen inneholder mange definerte nøkkeltall (KPI) som veileder detaljhandelen til å fange opp og lagre datamateriale som utgjør kritiske suksessfaktorer. KPI'ene som er inkludert har blitt samlet fra mange forskjellige kilder, og er basis for det



arbeidet Gundersen og arbeidsgruppen gjør med å utvikle utvidelsen av varehuset. Her har således ProfitBase vært en viktig bidragsyter.

Fokus i første versjon av varehuset er salg og lagerbeholdning med brukerutsnitt på tvers av tid, sted, leverandør, varekategorier og artikkellegenskaper. Fremtidige versjoner vil utvide varehuset i definerte faser som støtter alle viktige KPI'er innen detaljhandel.

Varehusmodellen fra ARTS ble ikke utviklet for å konkurrere med eksisterende aktører innen BI. Tvert i mot er leverandører som AfterBot, IBM, Microsoft, Oracle Retail, ProfitBase, PCMS, Quantisense, Retail Anywhere, Versatil og Teradata en del av utviklingsteamet sammen med kunder som Adidas, CSK Auto, El Corte Ingles, Home Depot og London Drug. Varehuset ble utviklet med definerte felles mål som de nevnte aktørene på forhånd var enige om.



Richard Mader i ARTS presenterte den nye bransjestandarden på ProfitBase sin brukerkonferanse i Oslo.

Mål for detaljhandelen

- Skape en industristandard som reflekterer den beste fremgangsmåten og erfaringen med å utforme et datavarehus
- Hjelp detaljhandelsaktører som ennå ikke har tatt i bruk et datavarehus med en raskere oppstart ved å tilby et veikart og en plan
- Hjelp detaljhandelsaktører som har tatt i bruk et datavarehus med å identifisere muligheter og metoder for å forbedre ytelsen og verdien fra datavarehusinvesteringen

Mål for programvareleverandørene innen detaljhandelen

- Tilby en felles standard som bidrar til at programvareleverandørene forstår basiskravene for et

datavarehus for detaljhandelen

- Etablere en ordbok som fungerer som industristandard for datavarehus for detaljhandelen
- Tilby et grunnlag for forbedring av integrasjonen mellom datavarehusverktøy og operativsystemer ved å definere et sett med standarder for datavarehusenheter, forbindelser, egenskaper, dimensjoner og i fremtiden utledning av data

Mål for ARTS

- Hjelp detaljhandelsaktører med raskt komme i gang med datavarehusteknologi
- Støtte leverandører med å posisjonere produktene deres rundt en felles industristandard
- Skape et sett med nøkkelprodukter og tjenester bygget på arbeidet som ble gjort i forbindelse med ARTS

Data Model, ARTS XML Schema og ARTS Data Dictionary

- Bidra til et beslutningstøttetilbud som komplimenterer og bygger på de operasjonelle standarder som allerede er etablert
- Integrere datavarehusstandarder i de aktuelle ARTS-produktene for å sikre at varehusdefinisjoner og struktur er i overensstemmelse med ARTS-standarder. Dette er veldig viktig med tanke på hvordan man trekker ut, laster og omdanner operasjonelt datamateriale i et datavarehus

Hele ARTS-artikkelen er tilgjengelig på www.ProfitBase.com

ProfitBase på topp i ARTS

Edvard Gundersen jobber med Retail i ProfitBase og ble våren 2008 valgt til styreleder for ARTS Datavarehusgruppe på verdensbasis. Posisjonen gir Gundersen og ProfitBase en unik mulighet til å påvirke og bli kjent med behovene varehandelskjeder i hele verden har felles.

ProfitBase engasjerte seg i ARTS for å se om det var mulig å få til standardiserte løsninger for Retail. Mangelen på standarder gjør det mer komplisert og dyrt å implementere nye løsninger.

– Vi kom inn på et gunstig tidspunkt og har bidratt med å utvikle definisjoner og kriterier, forteller systemarkitekt i ProfitBase, Edvard Gundersen.

Målet er å utvikle en felles standard for å systematisere og presentere nøkkeltallsinformasjon.

– Første versjon ble presentert ved nyttår, og vi har nå fått inn tilbakemeldinger fra medlemmene.

I følge Gundersen er det flere grunner til at det er riktig å involvere seg i ARTS. Organisasjonen er blant annet frivillig og styrt av de store kjedene.

– Forutsetningen for at vi skal komme frem til en bransjestandard er at de store aktørene er med på laget. Nå er selskaper som Shell, Nike og H&M involvert på globalt nivå. Blant de 228 medlemsbedriftene finner en også navn som



Edvard Gundersen (t.h.) har fått en sentral rolle med å utvikle ARTS.

IBM, Oracle og Microsoft. Sistnevnte har ProfitBase har en tett dialog med for å viderutvikle ARTS standarden til det beste for verdens retailere.

Administrerende direktør i ProfitBase, Børre Tharaldsen, er svært forbøyd med utnevnelsen av Gundersen.

– Dette bekrefter at vi holder et høyt internasjonalt nivå og at ProfitBase er et selskap å regne med også i fremtiden, påpeker administrerende direktør i ProfitBase, Børre Tharaldsen.

Nye

ProfitBase-partnere i USA

ProfitBase vokser fortsatt i Nord-Amerika og stadig flere forhandlere og partnere kommer på plass. Utvikling og ekspansjon av partnernettverket er et kritisk element i selskapets forretningsstrategi.

– Partnerne tilfører ProfitBase betydelig kompetanse når det gjelder kunnskap og erfaring med teknisk- og vertikal bransjekunnskap. Denne ekspertisen drar vi og kundene nytte av i utviklingen av gode BI-løsninger, påpeker salgsdirektør for ProfitBase i Nord-Amerika, Ron Martinez.

Han legger til at ProfitBase er meget fornøyd med alle avtalene som er signert med nye partnere de siste 12 månedene

– Partnerne er alltid på utkikk etter nye forretningsmuligheter, og de anser ProfitBase 2009 som en unik teknologi som gir dem et konkurransefortrinn i kampen om nye leveranser. Hurtig levering med lav risiko kjennetegner ProfitBase 2009, forteller Martinez.



Partnerne tilfører oss kunnskap og inspirasjon, sier salgsdirektør for ProfitBase i Nord Amerika, Ron Martinez.

Aktuelle partnere i Nord-Amerika:

Cyberance

Cyberance (VAR)
Duluth, GA USA
www.cyberance.com

Glenture
Solutions. Delivered.

The Glenture Group (VAR)
Northbrook, IL USA
www.glenture.com

infoPiranha
An Information Management Company

InfoPiranha, Inc. (VAR)
Charlotte, NC USA
www.infopiranha.com

ideaca
www.ideaca.com

Ideaca Knowledge Services (VAR)
Canada
www.ideaca.com

Ninety

Ninety Group (VAR)
Bellevue, WA USA
www.ninety-group.com

Solver

Solver, Inc. (VAR)
Los Angeles, CA USA
www.solverusa.com

T4G

The Intelligent Application of Technology™
T4G Limited (Certified SI)
Canada
www.t4g.com

ProfitBase etablerer seg i Storbritannia og Irland

– Storbritannia og Irland er viktige markeder for ProfitBase. Vi har lenge vurdert å etablere oss i disse landene og besluttet i høst at tiden var inne, forteller administrerende direktør i ProfitBase, Børre Tharaldsen.

Tharaldsen påpeker at ProfitBase opplever sterk vekst og er i ferd med å bli den foretrukne løsningen for Microsoft-kunder som ser etter en rask måte å komme i gang med Business Intelligence-løsninger.

– Vi så en mulighet i markedet og har et godt samarbeid med Microsoft. Det var derfor en god mulighet til å komme inn i markedet hurtig, sier administrerende direktør for selskapets britiske avdeling, Louis Peacock.

Samlet til engasjerende brukerkonferanse

Brukerkonferansen 2008 viste bredden i løsningene fra ProfitBase. Deltakerne fikk nytt innblikk i hvordan løsningene kan bidra til bedre oversikt og enklere drift, og ProfitBase sørget for utenomfaglig påfyll de sent vil glemme.

Årets brukerkonferansen var mer omfattende enn noen gang. Et svært variert program tiltrakk seg både norske og utenlandske deltakere. Dette var den sjettede konferansen i rekken, og arrangementet blir stadig større. ProfitBase skal imidlertid ikke glemme kundene som har vært med lenge. – Samtidig som vi vokser og tiltrekker oss internasjonale aktører, er vi også opptatt av at de norske deltakerne skal få maksimalt utbytte, forteller markedsdirektør i ProfitBase, Rune Vatnamot.

Spennende foredrag

Deltakerne kunne velge mellom ulike faglig retninger, og det ble lagt vekt på å presentere løsninger som er spesielt

egnet for blant annet helsesektoren og de som jobber med retail. Felles for retningene var imidlertid verktøy og løsninger fra ProfitBase. Selv om det var ulike temaer å velge mellom var det også enkelte fellesforedrag med hovedtalere fra Microsoft. En av dem var Jan De Jong som er svært begeistret for ProfitBase.

– ProfitBase er limet som får våre løsninger til å fungere optimalt, uttalte Global markedsdirektør for detaljhandel og servicenæring i Microsoft, Jan De Jong.

Den internasjonale organisasjonen ARTS hadde også sin lansering for Skandinavia under brukerkonferansedagene (Se egen artikkel)



Charles Tjessem serverte spennende retter med inspirasjon fra Peru.



Det var også faglig sterke og spennende foredrag for helsesektoren. Braar Larsen fra Datatilsynet snakket om datasikkerhet for helsevesenet, og flere av helseforetakene presenterte hvordan de jobber og benytter ProfitBase.

Sosialt påfyll

Selv om det faglige tok store deler av konferansen, var det lagt opp til innslag som skulle inspirere og gi deltakerne noe ekstra. Holmen Fjordhotell danner en flott ramme med nærhet til sjøen, og under konferansen tok mange turen ut på bryggene for å nyte det flotte været.

På kveldstid stod mat i fokus, og det var verdensmester i kokkekunst, Charles Tjessem, som signerte rettene.

Charles fortalte hvordan menyen var inspirert av et opphold i Peru, og om kokeboken som ble resultatet av turen (les mer om bokprosjektet et annet sted i magasinet).

– Charles imponerte oss igjen med fantastiske råvarer og en veldig spesiell matopplevelse, forteller Rune Vatnamot i ProfitBase.

Spesielt for anledningen bidro også den svenske teaterinstruktøren Jan Jönson. Han fortalte om arbeidet med tungt belastede kriminelle i svenske og amerikanske fengsler (les mer om dette i egen artikkel).





Jan Jönson trollbandt et lydhørt publikum med fengslende historier. Her ved siden av et bilde av Spoon Jackson.

Fengslende forestilling

Skuespiller og teaterinstruktør Jan Jönson festet grepet om publikum med sine sterke historier om livstidsinnsatte i San Quintin i USA, og tungt belastede kriminelle i Norge og Sverige. Forestillingen var basert på hans møte og arbeid med disse menneskene. En forestilling om overgrep, livsgnist og sterke skjebner.

Jan Jönson har de siste årene jobbet tett med innsatte i svenske, norske og amerikanske fengsler. Han har engasjert og instruert kriminelle og satt opp skuespill der de innsatte har medvirket. På ProfitBase sin brukerkonferanse holdt han en spesialforestilling der han formidler sine opplevelser i arbeidet med de innsatte, deres skjebner og den virkelighet de lever i.

I San Quintin fengslet i California møtte han innsatte som hadde vært i fengsel de siste femti årene. Jönson jobbet med menn som var blitt gamle og som sonet en dom for feilgrep gjort for femti år siden. Her skulle de sone resten av livet og de kjente ikke til noen annen virkelighet.

Forestillingen presenterte flere personligheter, blant annet Spoon Jackson. Spoon Jackson hadde ikke snakket på mange år før han åpnet munnen i samarbeidet med Jönson.

Han hadde lenge observert skuespillerne da de trente på replikker, og ba til slutt om å få en rolle i stykket. Spoon Jackson er en poet og her presenterer vi utdrag av et av hans dikt

Jan Jönson var tidligere skuespiller på Dramaten i Stockholm, men har siden midten av 80-tallet jobbet som freelance-skuespiller og teaterinstruktør.



NO BEAUTY IN CELL BARS

Restless, unable to sleep
Keys, bars, the guns being
racked
Year after year
Endless echoes
of steel kissing steel.

Noise
Constant yelling
Nothing said
Vegetating faces, lost faces
dusted faces

....

How I long
for the silence of a raindrop
falling gently to earth
The magnificence of a rose
blooming into its many hues
of colour
The brilliance of a rainbow
when it sweetly lights up the sky
after a pounding rainfall
picnics in a rich green meadow
We saw the beauty in butterflies
We made it our symbol
Tiny grains of sand

....

**The memories
the dreams
are now
Love is now
There's no beauty in cell bars**

Skrevet av Spoon Jackson.
Han skal sone ut livet.

*Vi anbefaler på det sterkeste
Jan Jönson bok
"Stunder av Virklighet".*

www.janjonson.com

Why ProfitBase?

Managing Director of Harvey Jones, Keith Jones, explains why his company chose the ProfitBase product, and describes the considerations leading up to the decision.

By KEITH JONES MD, Harvey Jones

There have been significant shifts in the business intelligence and corporate performance management markets in the last 18 months, with more to come. The dust has not yet settled, and while the recent spate of acquisitions and software releases has left the four main players – Microsoft, SAP, Oracle and IBM – owning the lion's share of the market, there is still some uncertainty as to how this is going to play out in the future.

The Chinese have the saying "May you live in interesting times", which is actually a curse and not a blessing. Indeed, the last few years have certainly been interesting; in fact, they have been somewhat of a rollercoaster – and as the rollercoaster slows down, there still exists some movement. The software market is being commoditised, which always happens when the mainstream players enter, and it will respond to different stimuli going forward.

For the last decade, Harvey Jones has been a leading player in this sector of the market in South Africa, and the company was one of the leading ProClarity distributors globally before it was acquired by Microsoft.

Our job is to spot the trends before they become mainstream and to ensure that we are ahead of the curve. We have to see where the market is going and make sure we continue to lead the way. There were a number of trends we identified as being the major areas of progression:

- **Business IP – offering best practice**
- **Quick deployment - reduced time to deliver**
- **Value in the data**
– true costing and profitability analysis
- **Skills shortage**
- **Hosting**



The first three trends are market drivers, and the fourth one is a result of the commoditisation that is currently occurring. I will not focus on hosting, as it is a way of reducing costs and leveraging best practice and usually getting a quick deployment into the deal. I will cover the other four areas in more detail:

- **Business IP – best practice.** The main issue any BI practitioner will tell you, is that businesses usually do not know what they want. "I'll know what I want when I see it" is a common refrain, which leads to iterative prototyping as the safest way to deliver. What users are looking for are business solutions, not six-week analysis phases. Business IP allows the common drivers for an industry and market sector to be identified and pre-built. We always need data, and it should be clean; these are givens. What the market is looking for now is best business practice based on months and years of analyses performed in relation to its specific needs without the delay, the pain of investigation or the corresponding price point.

- **Quick deployments** - The software market is being commoditised, but all of the main players will recommend the same approach to building a BI solution. The analysis/design/ETL/DW/OLAP/report/analyse cycle is the same for all vendors. It is expensive and time-consuming, and it usually misses the mark. Quick BI, our response, is all about packaging both the technical and business IP into a solution that allows you to produce results within a fraction of the time. We consider this to be the next area of the market that will come under pressure.

- **Value in the data** - This comes from making the right decisions and knowing, without doubt, that the data you are viewing is not failing to acknowledge any aspects. It usually means applying costs at a low granular level and getting true customer and product profitability figures out.

- **Skills shortage** - Good BI skills are now hard to find as the market has grown. The simple question is "How can I do more with less?" We need to build any number of cubes and roll them out for the enterprise, but cannot find the people to execute the operation. The first two items will go a long way in solving this problem.



Keith Jones tok turen fra Sør-Afrika for å delta på ProfitBase sin Bruerkonferanse. I artikkelen forteller han hvorfor man bør velge ProfitBase.

Nytt fra Harvey Jones i Sør Afrika:

– Vi har nå solgt ProfitBase i litt over ett år og det har vært en fantastisk tid med full fart, forteller administrerende direktør i Harvey Jones, Keith Jones.

Harvey Jones går nå i gang med selskapets største ProfitBase SA-prosjekt hos SAB-Miller, og de har fem dedikerte konsulenter som skal bygge opp en komplett BI-løsning på seks uker (fase 1). Den endelige løsningen vil lese salgsdata fra SAP og prisinformasjon fra tilpassede regneark i Excel. Disse er kombinert i komplekse matriser

og SQL-rapporteringsrapporter. Prosjektet skal være ferdig i starten av desember 2008.

– Vi er også i gang med et nytt prosjekt i helsesektoren. Den mest spennende delen av dette prosjektet blir en spesialtilutviklet front end/grensesnitt i Adobe Flash.

Leveransen skjer tidlig i 2009

Which platform? We have always been focused on the Microsoft market, but did not let that influence us in deciding where to go. The momentum is with Microsoft, without a doubt, and with its footprint, route to market and pricing model, it was easy to see it would dominate the sector.

It was also interesting to see the shift in the market. For years Microsoft had been lambasted for an incoherent BI strategy. Now it appears to be the only player in the market that has a clear vision of where it is going.

So, we were looking for a solution set that could leverage the Microsoft stack to offer packaged business best practice, rapid deployments and value in the data. We chose another product to offer the costing value in the data, as this is a specialist niche area of the market, and not required by everyone.

We came across ProfitBase through a referral from the ProClarity team in the Netherlands. The business templates offer the packaged IP the market is looking for. The ProfitBase product offers us quick BI with the packaged connectors and easy-to-use single point of entry user interface, and the openness of the product and ability to combine data from multiple sources ensured that we could customise the product to meet every customer's needs.

It was not an easy adoption within the business. We have a team of diehard best-practice BI practitioners and a highly experienced technical team. We had many heated discussions around Ralph Kimball, Bill Inmon and the failings (or lack thereof) of Visual Studio. Some argued that best practice was meeting the client's needs quickly. This was countered with issues around star schemas, which were countered again with the point that these are technical issues and should not be used to confuse the business issues at hand.

The net result was that we banned best-practice discussions in the offices while we were doing the product evaluation. After a couple of highly successful deployments and a number of proofs of concept, the team is converted and strongly believes ProfitBase has a leading role to play in the future of the BI market.

The product delivers on its promise. It delivers scalable, flexible, best-practice solutions in a fraction of the time compared to other products on the market, and it does so by fully leveraging the power of the Microsoft stack.

We are excited by the possibilities and see this as one of the main driving factors in market commoditisation: A business intelligence solution that delivers business value in a couple of weeks. That has to be a market changer. And it really works!



Need help realizing your BI goals?
ProfitBase makes it easy!

“ ProfitBase - The BI Deployment Accelerator”

Business Intelligence from

profitbase

better information faster

www.ProfitBase.com