



DIGITALA ASSISTENTER UNDERLÄTTAR AFFÄRSPROCESSEN

Digitala assistenter som sköter periodrutinerna är en del i utvecklingen av automatiserade och digitala affärsprocesser.

– Men vi ser också att det uppstår svårigheter när vi ska kommunicera med olika processer. Man vill ha ett namn att relatera till. Genom att skapa avatarer för varje process så är det istället kanske Bobby som ställer frågor, höjer varningsflagg eller talar om vad som är gjort eller ska göras, säger Andreas Freiman, VD på Exicom.

Om vi går långt tillbaka i tiden så fungerade IT-system mer som journaler, en plats där information samlades. Nästa steg var att göra något med den informationen.

– Vi upptäcker nyttan med en automatik där vissa moment utförs utan manuell påverkan och här är grunden till den utveckling vi sett de senaste tio åren. Vi utvecklar automatiska processer i systemen, de sköter sig själva. Tittar vi tio år fram i tiden så är det AI och machine learning som kommer att förändra inte bara affärssystem men sannolikt stora delar av vårt sätt att arbeta, säger Andreas.

Han påpekar också att de system som byggs måste vara möjliga att integrera både internt och externt.

– Oavsett hur bra digitala processer vi bygger så blir de aldrig starkare än sin svagaste länk. Och med tanke på den kommunikation som sker utanför den egna organisationen så krävs det mycket av ett system för att det ska vara säkert. Systemen måste också ha en hög mobilitet och access oavsett plattform vilket i sin tur ställer krav på de digitala processerna.

Exicom som fokuserar på att automatisera och digitalisera affärsprocessen för sina kunder ser att det finns stora möjligheter att låta en "digital ekonom" sköta en rad arbetsuppgifter.

– Se det som en digital projektassistent som till exempel hanterar faktureringen. Genom att utveckla en robotisering av den digitala affärsprocessen så frigörs resurser. Nästa steg är att bygga in smartness, machine learning som gör att de digitala assis-

terna också kan fungera proaktivt. Den måste läras upp, för att kunna veta vad som är rätt och fel, när det sedan är gjort så kan den ta beslut och genomföra olika åtgärder. I det här finns också ren kognitiv inlärning, det vill säga maskinen lär sig själv över tid. Det här är ännu en teknik som ligger i sin linda, men det är avgörande att man förstår den och tar steg för att introducera den, vi vet att den här utvecklingen kommer att gå väldigt snabbt, och risken är annars att man sitter med system som är obsoleta om tio år.

Samtidigt så måste man förstå att den digitala processen aldrig kan bli bättre än företagets egen affärsprocess.

– Det uppstår en möjlighet att optimera sin egen verksamhet när man introducerar ett nytt system. Den tröghet som finns idag handlar inte att tekniken i sig utan många gånger mer om att bolagen inte hinner anpassa sina affärsprocesser utifrån de lösningar som finns. Många har en IT-infrastruktur som man byggt samman och på den ska en digital process appliceras. För ett nystartat företag är det mindre problem, där börjar man så att säga med ett rent vitt papper. I mogna företag kan det vara affärsmodeller som är svåra att ändra, det finns avtal med kunder som ser ut på ett visst sätt, och så vidare.

En annan viktig aspekt som Andreas lyfter fram är att en grundtanke om att slutanvändarna ska vara inne i systemet så lite som möjligt.

– Vi var tidigt ute med appar där störst

genomslag gavs i kombination med smarta funktioner. Nästa steg är en proaktivitet i funktionerna och det gäller att nyttja all den "smartness" som mobiler erbjuder. Man kan tänka sig appar som kopplas upp och som mäter exakt hur länge man varit på ett ställe och därmed ge förslag i tidsrapporteringen. Det här skulle vara möjligt men är samtidigt en viktig fråga om integritet, data skall användas för vad den är avsedd för och inget annat, säger Andreas.

Oavsett så innebär utvecklingen idag en ständig kamp mot klockan, där kundernas konkurrenter effektiviserar, och optimerar vilket ger kostnadseffektiva tjänster och produkter.

– Affärsid och IT-stöd går hand i hand. Det kan ju gå ruskigt snabbt när en teknologisk förändring på förutsättningarna, Nokia och Kodak är väl två av de mer välkända exemplen på en sådan utveckling. Utvecklingen kommer sannolikt att påverka våra förutsättningar mer än den industriella revolutionen en gång gjorde. Det vi gör är att använda den kapacitet som finns till att faktiskt möta våra kunder i deras strategier och mål och tillföra ett faktiskt värde, en effekt som är positiv, idag och in i framtiden.