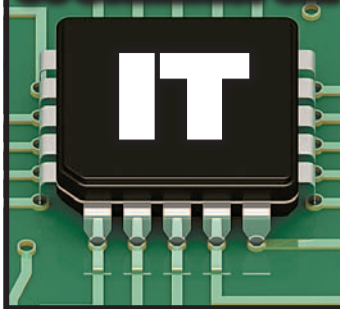


60 sekunder om



tips@finansavisen.no

## Bli nettforsiktig

23 milliarder dollar, tilsvarende 140 milliarder kroner ble tapt i fjor på grunn av problemer knyttet til internett. 4,5 milliarder dollar kostet tapt rykte på grunn av nettrøbbel. Det er Microsoft som har analysert seg frem til hvor mye internett koster oss på grunn av uforsiktighet i anledning Sikker InternettDag (SID).

IT-giganten har lansert kampanjen Do One Thing, og kommer med flere surferåd:

- Pass på at du surfer sikkert – https i nettleservinduet øverst til venstre – når du taster



FOTO: MATI SHOHANI

- inn informasjon som bør forbli hemmelig.
- Sikre mobilen med kode (67 prosent gjør ikke det).
- Pass på at du har automatisk oppdatering av operativsystemet skrudd på.

## Yahoo-søk med hjelp fra Yelp

Yelp, den amerikanske, sosiale tjenesten (les nettsiden) som lar brukere anmelde alt fra ens lokale rørlegger og bilverksted til bokhandel og restaurant, har inngått et samarbeid med Yahoo.

Meningen er at søk med Yahoos søkemotor skal vise anbefalinger fra Yelp sammen med søkeresultatene. Dermed vil Yahoo trolig vrake sin egen, og ikke spesielt populære, tjeneste, Yahoo Local.

De økonomiske forholdene rundt avtalen er ikke kjent.

Yelp har allerede en liknende avtale med Microsoft og Apple.

FA

## CORE GROUP-ANALYSE SPÅR BUTIKKDØD I DISTRIBUTJONSMARKEDET

# » Komplette og Elkjøp tar over

**KNUSENDE DOM:** Core Group-partner Jone Løvvik tror Komplette og Elkjøp vil ta over IT-distribusjonen. FOTO: ANDREAS FREDRIKSEN

**MARKED:** – Hvorfor skal ikke Elkjøp levere PC, smarttelefoner, nettbrett og lignende til bedrifter, spør Core Group-partnerne Jone Løvvik og Dan Vigeland.

ANDREAS FREDRIKSEN  
ANDREAS.FREDRIKSEN@FINANSAVISEN.NO

Løvvik og Vigeland har analysert det norske IT-distribusjonsmarkedet, et marked som preges av store volumer og syltynne marginer.

De mener at kjeder og netthandelsbutikker som tidligere har betjent konsumentmarkedet, vil ta en betydelig større andel av maskinvaresalget til bedrifter.

– De er vant til lave marginer, og vet at dette er et logistikkgame og et margingame. Det er ikke lenge siden det var avgjørende hvilken PC du kjøpte, nå skal den bare virke, sier Løvvik.

**Det norske distribusjonsmarkedet er ifølge Core Group rundt 30 milliarder kroner. I analysen inngår selskaper med en årlig omsetning over 40 millioner kroner, og hvor varekostnaden utgjør minst 50 prosent totalomsetningen.**

### Cash is king

Lønnsomheten i IT-distribusjon har vært stabil, men lav, de siste ti årene. Skarve to prosent er snittet for bransjen. Programvaresalget var frem til 2009 mer lønnsomt enn maskinvare, men også der har marginene falt. Kanskje ikke rart det bare har vært to nyetableringer de siste fem årene.

– IT-distribusjon er ikke en spesielt attraktiv bransje, konstaterer Løvvik tørt.

«De store aktørene vil kontinuerlig effektivisere og kutte i antall ansatte for å opprettholde lønnsomhet og at-

traktivitet overfor investorer», heter det blant konklusjonene i analysen.

**Vigeland eksemplifiserer med HP, Dell og IBM, som alle kutter. I tillegg produserer selskaper som Google selv det meste av utstyret de trenger.**

– Klarer ikke selskapene å generere gode utbytter til eierne, vil investorene søke til andre bransjer. Det er ikke resultatmarginen som er avgjørende, men evnen til å produsere utbytte og hvor lite penger de til enhver tid har stående i butikken som avgjør hvor attraktive de er, sier Vigeland.

De trekker frem Atea som et eksempel på et selskap som har vært gode til det. IT-infrastrukturselskapet har varslet at de skal levere mer IT fra de baltiske landene, i tillegg til å flytte flere administrative oppgaver østover. Det kommer på toppen av at de i fjor varslet nedbemanning på 300 årsverk.

– Atea har kjøpt seg opp innen telekom, og varslet at de skal øke tjenestesalget, sier Løvvik.

Teknologitrender som e-handel, skyløsninger, mobilitet og BYOD-trenden (bring your own device), og markedstrender som globalisering, «commoditization» av IT og konvergens mellom IT og telekombransjen på den andre siden påvirker og endrer bransjen.

### Må spesialisere seg

– Dette er heftige drivkrefter. De tradisjonelle verdikjedene kollapser, når ordninger med sentralt innkjøp

### Core Group

- Leverer rådgivning innen kommersialisering og transformasjon for bedrifter i IT-, telekom- og mediebransjen.
- Startet opp i 2010, har ti ansatte og kontor i Oslo.
- Omsatte for 10,3 millioner kroner i 2013, med et lite overskudd.
- Eies av Core Holding som igjen eies av partnerne.

settes under press, svekkes også distributørens rolle.

Det tidligere ganske lukrative salget av programvarelisenser er langt på vei tatt over av selskapene selv, som har laget konkurrerende virksomheter. Bedrifter som Microsoft og Oracle tar i større grad av dette salget selv.

**Utfordringen er størst for mindre, lokale IT-forhandlere. Bytt forretningsmodell, eller gå under, er beskjeden fra Løvvik.**

– Fortsatt vil det være noen bedrifter som vil ha en lokal leverandør, men trenden vi ser nå vil fortsette. De må endre forretningsmodell og bli et tjenesteselskap skal de overleve. De må gi verdi til kunden utenom selve distribusjonen, ellers har de ikke livets rett.

Han spår at det vil bli flere såkalte kombinasjonsaktører, bedrifter som leverer tjenester i tillegg til maskinvare.

– Den generelle forhandleren vil dø, eller så må de finne seg en nisje. Det er den veien det går.



■ Spår at generelle maskin



## Større iPhone-skjerm

Apple har fått kritikk fordi iPhone har for små skjermer. Modellene 5S og 5C som ble lansert i fjor høst har skjermstørrelse på 4 tommer: Til sammenligning er standard skjermstørrelse hos de fleste konkurrentene mellom 4,5 og 5 tommer.

Ifølge 9 to 5 Mac, jobber Apple nå med iPhone 6 som blant annet vil få større skjermer.

Nettstedet melder at Apple er i ferd med å åpne en fabrikk i Mesa, Arizona. Den skal produsere uknuselige skjermer basert på safirkrystaller. Kapasiteten skal være på 116 millioner 5-tommer store skjermer pr. år. FA

## Mer konsulent fra SAP

– Vi har programvaren, nå må vi bli flinkere til å fortelle hva som gir verdi i forretningen, sier kommunikasjonssjefen Christoph Liedtke i SAP.

Han sier at fremover vil konsulentvirksomhet bli viktigere for SAP. For at selskapet skal stå seg bedre i konkurranse med for eksempel IBM, Accenture.

Har forteller at innsalget

av Hana var vanskelig til å begynne med fordi «bedriftene vil ha referanse kunder.»

– Samtidig må vi sette oss ned med hver enkelt kunde. Det er ikke gitt at det som passer for John Deere (en av de første Hana-kundene), gir verdi for Nestlé. Derfor må vi selge mer rådgiving fortsetter Liedtke. FA



FOTO: SAP



vareforhandlere må finne en nisje - ellers vil de trolig bukke under