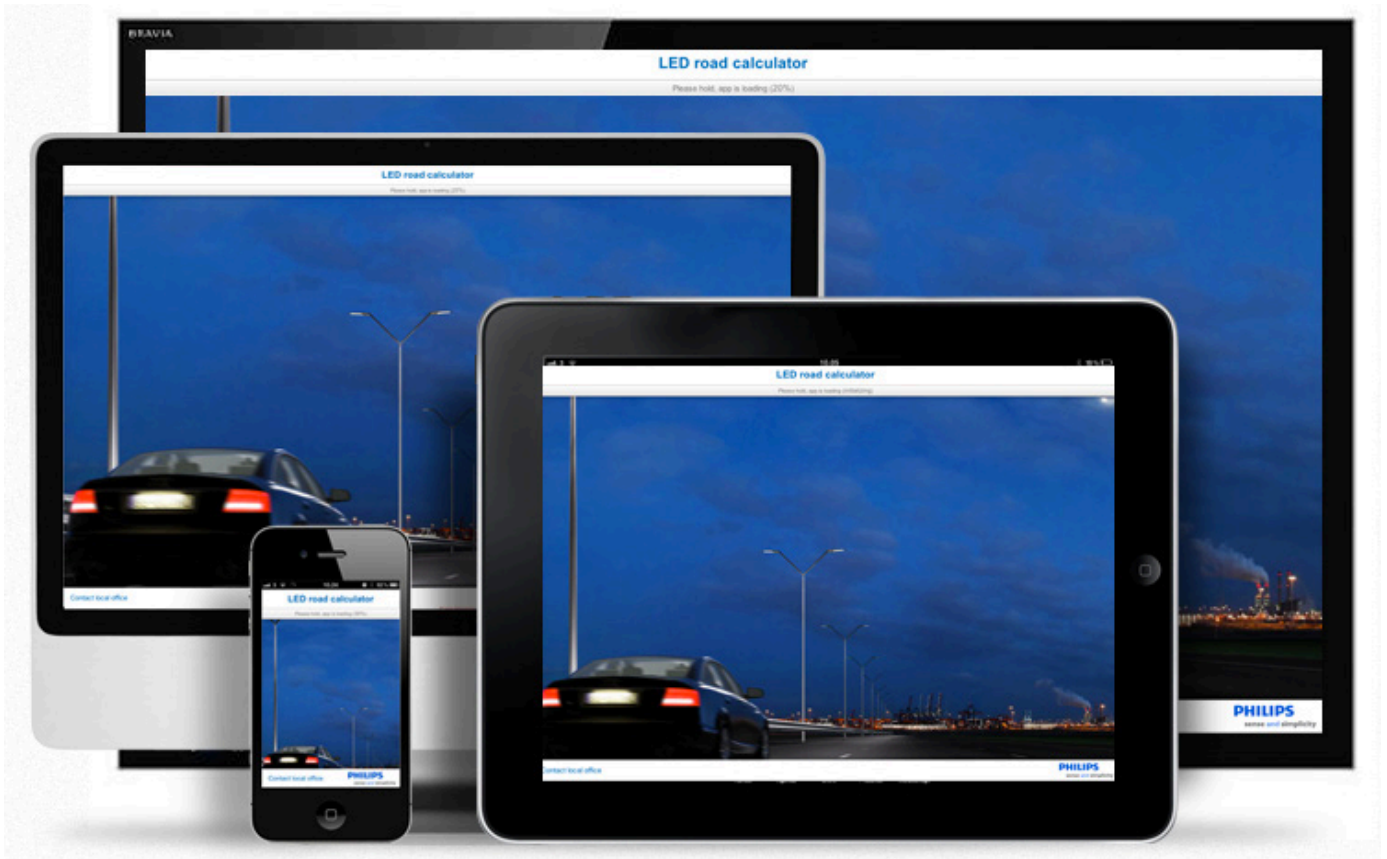


IKKE BARE ENDNU EN E-BOG... [COMPRENDO.](#)



Sådan kommer du i gang med din egen app

Og hvad skal virksomheden
overhovedet bruge en app til?

**Titel:**

Sådan kommer du i gang med din egen applikation
1. udgave - Januar 2013.

Få mere viden om emnet her:

blog.padform.com

Forfattere:

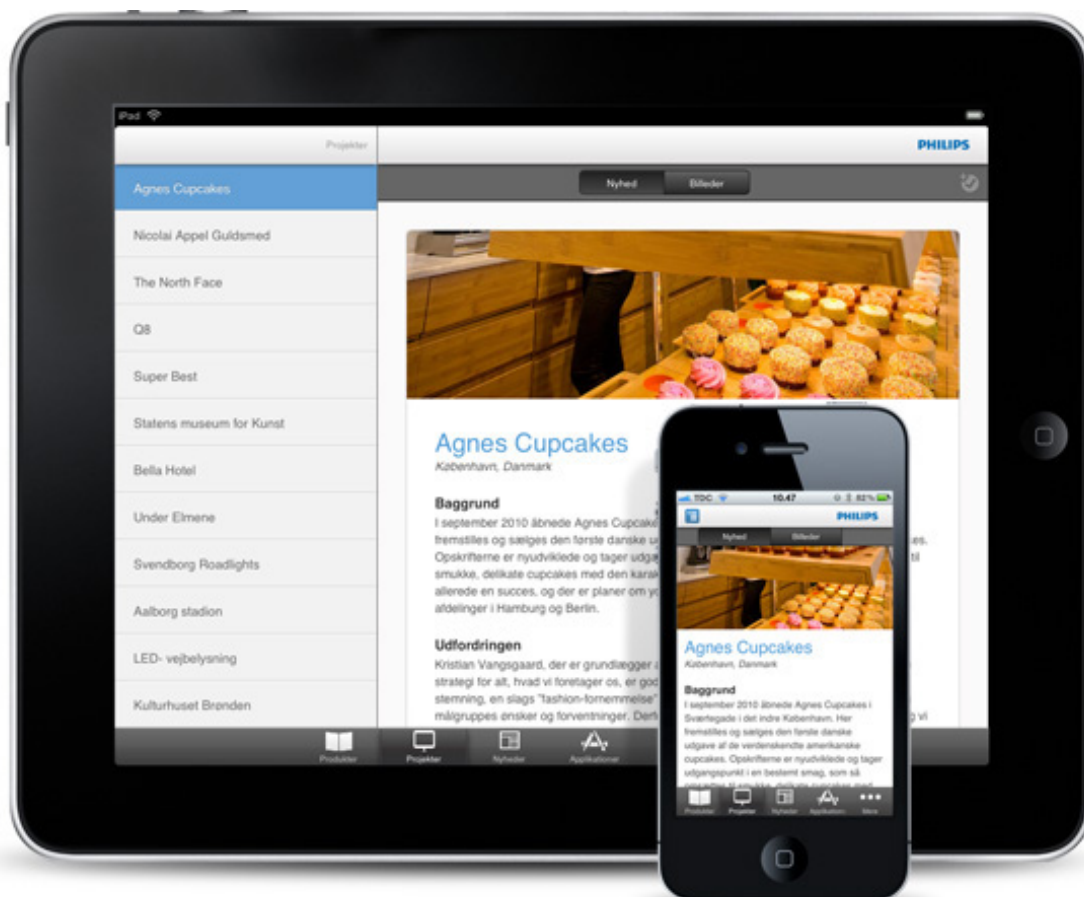
Kim Wassmann
Kenneth Riber Andersen
Martin Hecht Olsen

Udgiver:

Comprendo ApS, www.comprendo.dk, Tlf: 70203811
Alle rettigheder til denne e-bog forbeholdt.

Omkring gengivelse af denne e-bog:

Indholdet af denne e-bog er beskyttet af loven om ophavsrettighed og må ikke gengives eller trykkes i sin helhed på print eller digitalt.
Dele af bogen må gengives med behørig kildeangivelse.



Forord:	Virksomhedens uindfriede potentiale	Side 4
Kapitel 1:	Kickstart din app-udvikling	Side 5
Kapitel 2:	Hvad skal en app kunne?	Side 8
Kapitel 3:	Hvilken platform skal der udvikles til?	Side 10
Kapitel 4:	Hvem skal udvikle din app?	Side 12
Kapitel 5:	Hvad koster det, at få udviklet en app?	Side 14
Kapitel 6:	Distribuering, udrulning og markedsføring af appen?	Side 16
Kapitel 7:	Tal, der taler sit tydelige sprog	Side 19
Kapitel 8:	Historien om smartphones og tablets	Side 21
Kapitel 9:	Hvad får man ud af en app?	Side 24
Kapitel 10:	Innovation, kreativitet, udvikling	Side 25

Virksomhedens uindfrieede potentiale

Skal virksomheden udvikle apps? Ja, det skal den. Og svaret på, hvorfor, får du i denne e-bog.

Du har formentlig allerede en iPhone eller en anden smartphone. Og hvis du ikke allerede har en tablet, så peger alle statistikker på, at du planlægger et køb i den nærmeste fremtid. Salgstallene og væksten for disse nye mobile enheder, har sprængt alle rammer. Mange virksomheder har i dag udstyret medarbejdere med smartphones og tablets. Men kun få, udnytter seriøst deres fulde potentiale.

Den første bølge af apps var primært underholdning, den næste bliver skræddersyede værktøjer til virksomhederne

Den første bølge af apps har ikke har budt på meget seriøst til virksomhederne. Udover, at man naturligvis kan tjekke sin mail og browse internettet, så er det nok mest huskelister, lommeregner, note apps og lignende, der har ligget på virksomhedernes enheder. Der

er dog nogle få udbydere, på CRM markedet, som har forsøgt, at overføre deres desktopversioner til trykfølsomme skærme.

I de kommende år vil vi se flere og flere virksomheder spørge sig selv: "Hvordan kan vi udnytte de mobile enheder, som et naturligt værktøj i det daglige arbejde og til markedsføring overfor forbrugerne". Det vigtigste at huske på er, at der ikke findes nogen færdigpakket løsning. Skal investeringen blive til en succes i virksomheden, er det vigtigt, at man tilpasser de nye mobile værktøjer, så de matcher behovet – helt præcist.

Med denne e-bog vil vi skubbe til virksomhedens uindfrieede potentiale. Hvis værktøjerne (de udviklede apps) er skruet rigtigt sammen, er der optimering af forretningen samt motiverede medarbejdere i udsigt. Også for dig og din virksomhed.

Når du har læst denne e-bog vil du f.eks. være parat til, at vælge hvilken platform du skal udvikle på og have en klar idé om, hvordan man overhovedet kommer i gang.

Så hent en kop kaffe, sæt dig godt til rette og kom med på et kig ud i fremtiden.

Rigtig god læselyst, PadForm® Teamet

Kickstart din app-udvikling

Planlæg processen og nedsæt en arbejdsgruppe, der skal afdække hvilke dele af firmaet, som vil være lønsomt at omlægge i en app.

Det kan lyde uoverskueligt, men helt simpelt kunne du starte med, at se på hvad du har i forvejen. Undersøg om din eksisterende kommunikation, processer og metoder kan gøre en forskel i det mobile format. Det er vigtigt, at have en klar målsætning

I de kommende år vil flere og flere firmaer begynde, at spørge sig selv: "Hvordan kan vi udnytte de mobile enheder, som et naturligt værktøj i det daglige arbejde og til markedsføring overfor forbrugerne"

inden du kontakter udviklingsfirmaet og starter selve udviklingen. En klar idé baseret på et godt forarbejde, vil sætte dig i stand til, at holde fokus når du skal briefe udviklerne. Og så sikrer du dig, at det ikke er skøre indfald og overflødige funktioner der tager fokus i udviklingen af app'en.

Inden du starter processen

Grundlæggende kan man sige, at der er to indgangsvinkler i forbindelse med udviklingen af en app og hvor den skal bruges.

- **Den arbejdsrelaterede**

Det er hvor de mobile enheder bruges som arbejdsredskab for virksomhedens ansatte. Hvor daglige rutiner og processer forenkles til nogle få tryk og herved frigør tid og ressourcer i virksomheden.

- **Den marketingrelaterede**

Det er her virksomheden 'brander' sig over for kunder, leverandører og samarbejdspartnere. Hvor nye og smartere services letter dagligdag og rutiner og er med til at markedsføre dine produkter. Eller på anden vis giver brugeren underholdning og sælger virksomheden og produkterne.

Start med at kigge på din hjemmeside. Indeholder den værktøjer, webshop, kundeservices eller informationer, der er vigtige for indtjeningen i virksomheden? Så kunne det være her, at du skal redefinere konkrete dele af hjemmesiden i en app. Eller måske ved hjælp af responsive design (læs om responsive design på blog.padform.com/responsive). Er hjemmesiden ikke et fokusområde, så fortsæt til næste step. Kig på virksomhedens processer og metoder - hvordan afvikles virksomhedens dagligdag, er der rutiner og processer der kan gøres smartere eller helt elimineres? Tag

bare alle de papirformularer der skrives i hverdagen og efterfølgende tages ind. Eller hvad med ganske almindelig aktivitetsregistrering?

Det er vigtigt, at du starter med en grundig planlægning inden processen tager fart og går over i udvikling og eksekvering mod brugerne. Uanset, om virksomheden udvikler arbejdsrelateret eller marketingrelateret eller begge dele.

Her er tre konkrete forretningsoptimerende app-eksempler fra vores verden - kort fortalt.

- I en dansk produktionsvirksomhed sad to fuldtidsansatte for at tage imod telefonopkald (vedr. status på varelageret) fra de kørende sælgere. Telefonmedarbejderne blev overflødiggjort med en salgs-app der samtidig gav sælgerne mulighed for at præsentere på nye og spændende måder.
- I en international medicinalvirksomhed brugte de kørende konsulenter i Danmark hele fredagen på, at samle ugens besøg op i en rapport og aktivitetsregistrere. En app løste helt problemet med manglende motivation til at udføre dette løbende og gav alle sælgere en ekstra dag i ugen at sælge i. Endvidere valgte den centrale HR-afdeling at bruge løsningen til at formidle stress- og salgstræning.
- I en international produktions- og salgsvirksomhed af lyskilder, trykte man kataloger til grossister og udsalgssteder i Norden for næsten 12 mio DKK. Ved at digitalisere produktkatalogerne i en app fik man skruet omkostningerne væsentligt ned.

Få samlet dit udviklingsteam og kom i gang før dine konkurrenter

It-chefen er naturligvis en central del af processen, da der skal være en stor grad af sikkerhed omkring løsningen. Og det er også ham der skal hjælpe med evt. integration af virksomhedens eksisterende data - kontakter, ordrer, produkter osv.

Det er dog medarbejderne og kunderne, der skal bruge løsningen i det daglige. Derfor er det naturligt, at f.eks. både administration, salg/marketing og HR, deltager i den overordnede udvikling af en app. De skal alle levere input og overvejelser om hvilke processer, der vil være mest lønsomme, at redefinere i en app.

Her er et eksempel på hvordan et overordnet forløb kan se ud.

1. Læs e-bogen færdig – så vil du vil være bedre klædt på til opgaven.
2. Involver de ansvarshavende personer og bed dem om at tale med deres medarbejdere, leverandører og kunder om de daglige rutiner.
3. Indsaml og gennemgå mulighederne. Tal dem igennem med de ansvarshavende og vælg dem ud med størst lønsomhed og potentiale. Kombiner evt. denne del med en workshop og få videreudviklet de idéer der er foreslået.
4. Kontakt en udviklingsvirksomhed og forelæg dem idéerne og bed dem komme med bud på udvikling og løbende vedligeholdelse.

Få en konsulent/underviser ud og styre slagets gang. Det er en effektiv metode til at få sorteret ud i alle mulighederne. Vælg en mobil udviklingsvirksomhed/konsulent med viden om lige jeres branche og type af processer.

Du kan også afholde et kick-off for alle de involverede. Her får man belyst muligheder samt tips til hvordan man styrer processen igennem så alle er klædt på til opgaven. Et kick-off, tager ca. en dags tid og bør tage udgangspunkt i den specifikke virksomhed

Et kick-off kunne f.eks.indeholde indlæg omkring:

- Markedet.
- Teknologi.
- Typiske anvendelsesområder og lønsomhed.
- Valg af optimal platform.
- Distribution, markedsføring og udrulning af en app.
- Brugerfladedesign, app-flow og udvikling
- App-udvikling, 'step-by-step'.



På blog.padform.com kan du i øvrigt hente indsigt, viden og inspiration om mulighederne på de mobile enheder.

Hvad skal en app kunne?

Skal en app bruges som værktøj i virksomheden, må den kunne udføre opgaver smartere i forhold til, hvordan de udføres i dag. Skal en app markedsføre og sælge, skal den tilvejebringe nye og bedre services end dem, dine kunder får i dag. Men vigtigst, der *skal* være en gevinst.

Det kan f.eks. være en app der bruges til opsamling og forenkling af komplicerede processer. En kommunikations- og præsentationsplatform til virksomhedens ansatte, kunder og leverandører. En service eller proces, der pludselig kan gøres anderledes end før og dermed giver et plus på kontoen i forhold til konkurrenterne. Det kan også være HR-elementer der er med i overvejelserne... f.eks. at motivere og inspirere og ad den vej opnå optimering.

Der er mange muligheder og det afhænger 100% af øjnene der ser på virksomheden eller produktet, om der skal bruges en app. Passer man ikke på, bliver det en løsning der skader mere end den gavner. Det er MEGET svært, at sætte grænser når først

Passer man ikke på ender man nemt i en løsning der vil alt men ikke er særlig velegnet til noget. Og det kommer man ikke særligt langt med.



man går i gang. Det er derfor vigtigt, at man i den indledende fase laver en grundig planlægning og kigger på virksomhedens arbejdsgange og definerer de steder, hvor man kan opnå en gevinst ved at være mobil.

Det er vigtigt, at sikkerheden er i top, når man gør virksomhedens data tilgængelig på medarbejdernes mobile enheder. Man kan dog nemt sikre sig med både pinkoder, password og kryptering af indhold. Og satser man på HTML5 apps, ungår man helt at have nogle følsomme data liggende på enheden. Hvis du ikke har kompetencerne i virksomheden, så få en professionel til at hjælpe dig. Det sidste du ønsker er, at

Det er kun fantasien, der sætter grænser og vinderne vil være dem, der ser mulighederne, og tilbyder kunderne noget unikt.

følsomme virksomhedsdata bliver stjålet eller mistet ved et uheld, hvis en medarbejder mister sin mobil eller tablet. Og det sker.

Den traditionelle detailhandel oplever meget begrænset, hvis ikke faldende, efterspørgsel – mens internethandelen stiger år for år. Det er ikke nok bare at have en fysisk butik. Man ser

også flere og flere butikker opstå, hvor du kun kan købe varerne online. Alligevel ser man kun ganske få, der har designet deres webshop til afvikling på de trykfølsomme enheder. Selvom der ikke er tvivl om, at endnu mere handel vil flytte online i fremtiden.

Med den stadig større udbredelse af tablets er der opstået nye muligheder for, at give kunderne en helt speciel købsoplevelse.

Her følger eksempler på et par app-muligheder

- Du har en tøjbutik. Du tilbyder kunderne, at de kan uploade et billede af sig selv, som de har taget med mobiltelefonen eller tablettens kamera for at bruge sig selv som mannequin. Man kan herefter klæde sig selv på og se, hvordan man vil komme til at se ud med de forskellige stykker tøj butikken har i udvalget. Og appen vil f.eks. automatisk foreslå underdele og accessories til den overdel kunden har valgt.
- Butikken udgiver tilbudsavisen, når som helst og med øjeblikkelig distribution. Den bygges nemt op ved at markere tilbudsprodukterne, hvorefter app'en opsætter 'avisen' og inkluderer supplerende billeder, film og specifikationer. Muligheder som f.eks. en komplet specifikationsliste, flere produktbilleder, film, opskrifter og 'how-to' publiceres i en og samme avis. Det er kun begrænset af, hvad der findes i det eksisterende produkt-katalog.

Uanset om behovet er arbejdsrelateret eller marketingrelateret, bør I gøre jer tanker om udrulning af appen. Det kan særligt være internt i virksomheden, at man vil kunne møde 'frygt' for det nye. Men som beskrevet tidligere, er der ingen tvivl om, at forbrugerne har taget de mobile enheder til sig, og væksten kun vil fortsætte.

Hvilke platforme skal du udvikle til?

Hvilke platforme du skal udkomme på afhænger helt og holdent af formålet med applikationen.

Der er mange faktorer der spiller ind i forbindelse med app udvikling. Men som en god tommelfingerregel kan man godt stille det op således:

- Ønsker man komplicerede og tunge processer - som f.eks. billedbehandling, grafisk tung animering som findes i mange typer af spil, så skal man gå efter, at få udviklet en native app. Denne model kræver, at man udvikler en app, specifikt til hver eneste operativsystem man ønsker at udkomme på.
- Ønsker man arbejds- og marketingrelateret processer - som f.eks. CRM, produktpræsentationer, surveys, kataloger, ordre- og butikshåndtering samt events, så skal man gå efter en HTML5 app. Denne model virker ud-af-boksen på tværs af alle styresystemer (tablets, smartphones og traditionelle PC'er).

Teknologien

En native app er betegnelsen for en app, som er designet til at køre på ét bestemt operativsystem. Apples iOS (App Store) og Googles Android (Google Play) er de mest udbredte. Men også Microsoft, der i oktober 2012 lancerede Windows 8 og Windows RT, forventes at blive en betydelig spiller på markedet i årene fremover. Der er masser

HTML5 App?

Kan afvikles på alle operativsystemer - inklusive desktopcomputere.

Eller native App?

Disse er blot en håndfuld af de mange native operativsystemer der bruges af producenter af trykfølsomme enheder. Og der er mange flere på vej.



af nye operativsystemer på vej, FireFox, Ubuntu og Samsung. Der går snart ikke en måned uden endnu et nyt native operativsystem bliver introduceret. En HTML5 app, er betegnelsen for en en webbaseret løsning. Denne model sikrer, at applikationen kan afvikles på alle platforme, på tværs af alle brands og operativsystemer (se illustration). Markedet for operativsystemer er i dag blevet fragmenteret, og alt statistik og analyse peger på, at webbaserede apps vil vinde stort indpas.

Fordele og ulemper

Der er fordele og ulemper ved begge modeller. Men de økonomiske og udviklingsmæssige fordele ved valg af HTML5 modellen, er meget svære at se bort fra. Alene det faktum, at en app udkommer på samtlige platforme, øjeblikkeligt, på basis af én udvikling, bør give anledning til grundige overvejelser. Og når der opdateres skal brugerne ikke foretage sig noget - det sker simpelthen automatisk næste gang de åbner app'en.

Forestil dig f.eks., at alle virksomhedens ansatte er udstyret med iPhones og iPads (iOS). Der vil det ikke være utænkeligt, at markedet ændrer sig totalt et eller to år ude i fremtiden, så er der måske en ny producent på markedet og den software og hardware man havde satset på supporteres eller eksisterer ikke mere.

Udviklingen går stærkere end nogensinde, og virksomheder i dag søger **fremtids-sikring og sikkerhed**. Her er HTML5 et særligt godt bud da det er baseret på web og aldrig vil have virksomhedens data liggende på selve enheden.

Valget af platform kræver således seriøse overvejelser. Det koster, at udvikle til alle platforme, men det kan altså være en nødvendighed. Vi kan godt forstå, hvis forvirringen er stor, og det kan være svært at overskue alle de forskellige muligheder.

Der bør være fokus på behovet i den enkelte virksomhed, og vi anbefaler derfor, at man sætter sig grundigt ind i de forskellige muligheder. Eller søger rådgivning herom, inden man kaster sig ud i, at udvikle noget man senere finder ud af, slet ikke var det rigtige. Det kan i sidste ende spare rigtig mange penge.



Hvem skal udvikle din app?

Det afhænger af, hvor brede IT-kompetencer I har i virksomheden, hvordan din mobilstrategi ser ud samt hvilken platform der er valgt.

Gør-det-selv?

Hvis du ønsker at udvikle f.eks. et katalog til præsentation af dine produkter, der kan udkomme på alle platforme og til alle styresystemer, kan du muligvis gøre det selv. Der findes apps, baseret på HTML5, hvor du til dels selv bygger og vedligeholder din applikation ved hjælp af webbaseret administration. Den bruger f.eks. excelfiler til at overføre og synkronisere dine data. Sådant en løsning har typisk også moduler til at opbygge din egen webshop. Har virksomheden allerede opbygget et varekatalog eller

en webshop, kan du med sådan en løsning, have din applikation oppe kørende i løbet af et par timer.

Alt kan jo som udgangspunkt lade sig gøre og man kan nemt ende med en masse unødvendige funktioner, 'wauw-effekter' og informationer...

Med en standard 'out-of-the-box' løsning vil du hurtigt kunne skabe en app. Men løsningen vil ofte virke begrænset set i forhold til virksomhedens specifikke behov.

Selvom en sådan løsning indeholder kontakter, ordre, produktkatalog og CRM vil yderligere funktioner hurtigt blive efterspurgt. Derfor skal du sikre dig, at der kan videreudvikles på løsningen uden at rive alt op med roden.

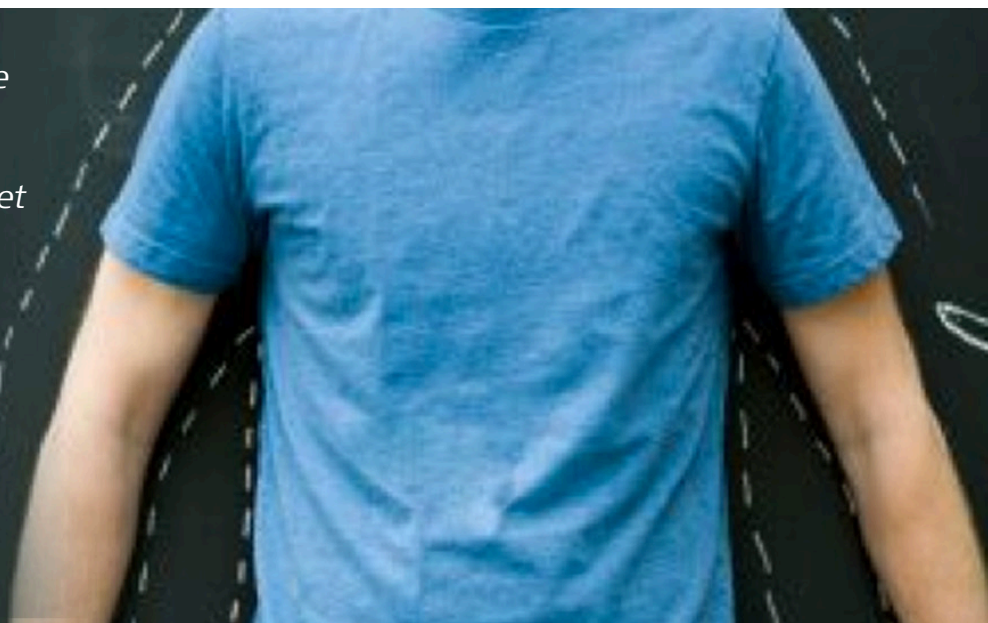
Hyr en professionel

Hvis du ønsker en applikation, skræddersyet til netop din virksomhed, er det bedste råd, at kontakte et firma, der har specialiseret sig i udviklingen af apps til trykfølsomme enheder. Som nævnt tidligere, så find et udviklingsfirma der har erfaring med din type af virksomhed, branche og processer. De vil sikkert også sidde inde med grundsten til funktioner og features, som du kan bygge videre på. Måske endda en standardløsning, der kan tilpasses 100 % til din virksomheds specifikke behov.

Skræddersyet eller out-of-the-box

Det vil som oftest kunne betale sig, at få skræddersyet din app til virksomheden. Husk på, at virksomheder igennem deres levetid udvikler deres helt egne specifikke processer og metoder til at håndtere og drive virksomheden. Og det er disse processer og metoder, der skal nedbrydes, simplificeres og overføres til en app.

*På den lange bane
vil du få mest ud
af en delvist eller
100% skræddersyet
applikation.*



Fordelen ved at udvikle en virksomhedsspecifik app frem for at downloade/købe en standard app skal nok ses fra flere vinkler.

Hvad giver mest mening: At tilpasse en virksomhed efter en app eller tilpasse en app efter en virksomhed?

Indrømmet, spørgsmålet er retorisk. Men det er ofte tilfældet, at virksomheden sammenligner indkøbsprisen for en færdig app klar til brug fra app store mod en app delvist eller 100 % tilpasset virksomhedens behov. Det er lidt som at få udført 'sort' arbejde – her og nu er det billigt, men det kan gå hen og blive en dyr affære.

Forestil dig, at en virksomhed skal bruge en app til aktivitetsregistrering, salg/præsentation og CRM. Virksomheden finder to eller tre standardapps der samlet set kan løfte opgaven og som koster 150 kr stykket. Det er standardløsninger klar til brug fra App Store. Men da de er standardløsninger, er de også meget generiske i opbygning og processer samt har hver især deres egen brugerflade. Det betyder, at man skal til at 'dreje' hele virksomheden og introducere nye processer, terminologier og udtryk fordi der er indkøbt en app der ikke giver mening i forhold til hvordan medarbejdere/leverandører og kunder i dag gør det. Mennesket er et vanedyr og det vil være en dyr opgave at ændre gamle vaner – hvis det overhovedet lader sig gøre.

Hvis man i stedet kommer frem til det helt specifikke behov og får det udviklet således, at man bibeholder esenssen i processer og metoder – så vil medarbejdere blot tage det nye værktøj til sig og bruge det helt naturligt i hverdagen.

Der vil være masser af inspiration, at hente hos appeksperten der allerede har stor kompetence på området. Jo tidligere i fasen du involverer eksterne rådgivere, desto bedre kan de rådgive og vejlede dig, om de muligheder der er, samt sætte nogle begrænsninger op. Når du har taget de første spadestik, er det begrænsningens kunst. Alt kan jo som udgangspunkt lade sig gøre, og man kan nemt ende med en masse unødvendige funktioner, 'wauw-effekter' og informationer i din applikation.

Hvad koster det at få udviklet en applikation?

Prisen er en vigtig faktor. En applikation er en investering på lige fod med indkøb af andet software til optimering af virksomhedens arbejdsgange eller i forhold til andre markedsføringsudgifter.

Som virksomhed vil man gerne vide, hvad man kan forvente, at få ud af sin investering. Det kan mange gange være svært at beregne præcist, men man kan eksempelvis spare en administrativ medarbejder, fordi sælgeren nu kan indsende sine ordrer direkte efter kundebesøget, er der jo tale om en betydelig besparelse på medarbejderomkostninger. Eller, hvis den samme sælger kan nå at besøge fire kunder mere om dagen, fordi han skal bruge mindre tid på administration. Det kan også være, at flere kunder vælger virksomhedens mobile webshop i stedet for at være gået til konkurrenten.

Hvor lang er en elastik?

Hvad en applikation koster, er der ikke noget entydigt svar på. Det afhænger i høj grad af, hvad man ønsker at få lavet. Baseret på det, som vi har gennemgået i de forrige afsnit, får du på næste side et par priseksempler, opsummeret med fordele og ulemper. Alt efter hvilken vej du vælger, native eller HTML5.



HTML5 baseret app

- 'One solution fits all' - passer på tværs af alle platforme.
- En standardløsning kan fås fra kr. 50,- pr bruger i måneden plus køb af app.
- En skræddersyet applikation, tilpasset ud fra en standardløsning eller bygget fra bunden kan fås fra kr. 20.000,- plus kr. 50,- pr bruger i måneden.
- Ved månedlig betaling inkluderes typisk også servicevedligeholdelse og fremtidssikring ved udvidelser af HTML/javascript standarden.
- Kan 'konverteres' til native app. Mulighed for kun at bruge en del af app'en i forbindelse med event eller markedsføring.
- Markedsføres via en nem URL, f.eks. app.firmanavn.dk. Du kan tilmed sende brugerne automatisk over på appen, når de tilgår din hjemmeside fra tablets og smartphones.
- Ingen begrænsninger eller gebyrer ved salg af produkter via applikationen.
- Alle opdateringer kan publiceres frit og udkommer øjeblikkeligt.

Native baseret app

- Man udvikler til én platform ad gangen.
- Du kan måske være heldig at finde en eksisterende app hvor nogle funktioner kan bruges til dit formål, men det er umuligt at videreudvikle og fremtidssikre denne model.
- En skræddersyet applikation udviklet fra bunden eller tilpasset en standardløsning starter ved kr. 50.000,- og dem kommer du ikke langt for.
- Kan uploades og markedsføres via en App Store.
- App Stores hos f.eks. Apple og Google Play tager omkring 30% for hvert salg, der laves enten af applikationen eller af produkter inde fra appen.
- Man kan fra version til version opleve problemer i godkendelsesprocessen hos f.eks. Apple. Det kan forsinke eller helt spolere et appprojekt.
- Ingen umiddelbare begrænsninger i performance og klart at foretrække hvis man skal udvikle f.eks. platformspil. Tunge animationer og komplicerede effekter gør sig helt klart bedst her.
- Regn med løbende udgifter for at vedligeholde lige netop din app, så den også kører på næste generation af hardwareproducentens operativsystem. Og det næste nye hit indenfor operativsystemer.

Vidste du at...

iOS og Android er danskernes klart foretrukne operativsystemer på smart phone og tabletmarkedet med over 90 % af brugerne.

For ca 20.000 kr. kan du komme i gang og få din egen applikation til præsentation af virksomhedens produkter.

Distribuering, udrulning og markedsføring af appen?

App Stores. De er verdens største supermarkeder og du får kun en lille bitte plads på en hylde ude ved lageret. Altså, hvis du er heldig.

Der er to muligheder for distribution af apps. Den ene er igennem operativ producenterne 'App Stores' og den anden er via din egen App Store - hjemmesiden.

Distribution af native apps

Der ligger i dag omkring 700.000 apps på både Apples App Store og Google Play. Det er dog maksimalt 10-15 % af disse der bliver hentet i større skala. Og endnu færre der rammer mod loftet. Derfor er det ikke så vigtigt om applikationen ligger på forsiden af App Store. App Stores skal som udgangspunkt ses som en distributionscentral. Det afgørende er, at markedsføre applikationen.

Flere af de store hardware- og operativsystemer har udviklet specielle programmer for virksomhedernes distribution af apps. F.eks. kan man via Apples App Store vælge

Der kan være særlige hensyn, der skal tages til nogle af virksomhedens ansatte, når nye teknologier indføres.

at distribuere i et lukket forum, hvor din applikation kun stilles til rådighed for indbudte. Endvidere findes der også løsninger, hvor en applikation udrulles på virksomhedens mobile enheder, og hvor det fra centralt hold styres, hvilke muligheder brugeren har. Man kan simpelthen

fjernstyre hvilke oplysninger og 'apps', der ligger på enheden. Til gengæld koster det penge, og man skal vedblive at betale ellers forsvinder denne service.

Distribution af HTML5 apps

'Out-of-the-box' kan en HTML5 applikation ikke uploades på en native App Store. Det kan det dog sagtens lade sig gøre, så hvis din app er afhængig af, at ligge på en 'App Store' er det ikke en 'showstopper'.

Når man skal distribuere HTML apps er man mere frit stillet end ved 'Native' modellen. Distributionen er i princippet en integreret del af markedsføringen. Du bruger som udgangspunkt hjemmeside og mail til at distribuere igennem. Det er blot en simpel URL, eller f.eks. en QR-kode, der ved klik downloader applikationen til enheden - og

Distribution af HTML5 baserede apps sker uden begrænsninger og forbehold udstukket af en App Store. Det foregår via 'skyen' og opdateres øjeblikkeligt hos alle brugere.



du er i gang. Der er ingen begrænsninger for typen af indholdet og opbygningen. Det er dig, der bestemmer, og du arbejder med verdens største og mest fremtidssikrede standard - internettet.

Som nævnt har 'native' app stores distributionsprogrammer til virksomhederne. Disse behøves ikke, når man taler om HTML5 baserede apps. Og du skal heller ikke igennem en besværlig godkendelsesproces hver gang, der rettes et komma. En HTML5 app opdateres og er tilgængelig øjeblikkeligt for alle brugere næste gang de åbner appen.

Markedsføring og udrulning af en applikation

Markedsføring og udrulning af applikationen er nødvendig for både de interne og de eksterne salgsbaserede apps. Dine kunder kan naturligvis påvirkes gennem den daglige dialog. På samme måde, som du i øvrigt ville markedsføre din hjemmeside og virksomhedens produkter og services. Det er fuldstændig det samme som at trække trafik ind til en hjemmeside eller markedsføre et hvilket som helst produkt.

Det er de samme kanaler, der er til rådighed brochurer, reklamer, breve, reklameartikler, annoncer, mails, adwords, SEO osv. Hvis din hjemmeside er søgeoptimeret, vil den blive fundet af de fleste søgemaskiner, og kunderne kan derefter blive tilbudt at bruge den nye app, som er tilpasset deres enhed i stedet for den traditionelle hjemmeside. Eller køber en decideret kampagne for at få folk til at bruge den.

Der kan være særlige hensyn, der skal tages til nogle af virksomhedens ansatte, når nye teknologier indføres. Trækkes det bare ned over virksomhedens brugere, kan effekten udeblive. Derfor kan der være behov for læring og introduktion af de nye muligheder.

Få eventuelt hjælp til at opsætte dine tablets og smartphones i forbindelse med udrulning. Dermed undgår du, at særlige medarbejdere skal tage stilling til andet end bare at gå igang med at bruge app'en.

Har du brug for hjælp til udvikling af virksomhedens nye mobile værktøj?

Eller måske mangler du bare en mobilstrategi?

Så kontakt os gerne for at høre mere om mulighederne.

Du kan også gå ind på www.padform.dk og få 30 dages gratis prøveperiode på vores PadForm® Enterprise.

Du får egen applikation i løbet af 5 minutter og der er gratis support



PADFORM® ER ET REGISTRERET VAREMERKE EJET AF COMPRENDO APS.

Tal, der taler sit tydelige sprog

Ifølge en undersøgelse fra FDB (april 2012) har 3 af 5 voksne danskere i dag en smartphone. I aldersgruppen 15-34 år er det 3 ud af 4, der har en smartphone.

2,1 million danskere ejer en smartphone viser tal fra Gallup. Og det er ikke kun i Danmark, at smartphones bliver revet ned af hylderne. Analysefirmaet Gartner skriver i deres seneste rapport fra november 2012, at der i 3. kvartal af 2012 blev solgt 139 millioner smartphones på verdensplan, hvilket er 47 % flere end i 3. kvartal 2011. Samsung sidder på 33 % af markedet, mens Apple med deres iPhone sidder på ca. 14 % af markedet. Android er det absolut mest udbredte styresystem og 3 ud af 4 solgte telefoner anvender Android.

Vi er ikke kun vilde med smartphones. Undersøgelsen fra FDB viste også, at 20 % af danskerne i dag har en tablet, men her er den største gruppe i alderen 35-54 år, hvor 24 % har en tablet, mens det for aldersgruppen 15-34 år er 17 %. Mere interessant er det dog, at blandt de 80 %, der endnu ikke havde en tablet, var det lige knap halvdelen 45 %, der planlagde at købe en inden for det næste år.

At tablets er på hastig fremmarch bekræftes også af en undersøgelse fra it-selskabet Adobe, der viser at web-trafik genereret af tablets er vokset 10 gange hurtigere end web-trafik genereret af smartphones de sidste 2 år. Adobe forventer, at 10 % af verdens web-trafik kommer fra tablets i 2014.

Analysefirmaet Gartner kom i april 2012 med en statistik over antallet af solgte tablets på verdensplan i 2011 og forventningerne til salget i fremtiden. Gartner regner med, at der i 2013 vil blive solgt dobbelt så mange tablets som sidste år. Fra 2013 og

Tabellen viser tydelige eksempler fra kendte udbydere af nyheder og tjenester der har oplevet en voldsom stigning af besøgende fra mobile enheder.

		Marts 2011	Sept 2011	Sept 2012	Ændring
Ekstrabladet.dk	Besøg	37.260.661	35.467.894	31.224.872	-16,20%
mobil.eb.dk	Besøg	1.771.242	3.697.049	14.028.322	692,00%
Berlingske.dk	Besøg	6.232.470	6.260.226	4.044.083	-35,11%
mobil.berlingske.dk	Besøg	323.022	515.482	1.157.166	258,23%
dba.dk	Besøg	10.822.669	9.611.208	9.242.968	-14,60%
m.dba.dk	Besøg	186.508	281.318	1.579.197	746,72%

* TALLENE ER FRA APRIL 2012, DA DER IKKE VAR TILGÆNGELIGE TAL FRA MARTS

** TALLENE ER FRA FEBRUAR 2012, DA DER IKKE VAR TILGÆNGELIGE TAL FRA MARTS

KILDE: FDM - FORENINGEN AF DANSKE INTERAKTIVE MEDIER

60% af alle voksne danskere har en smartphone, og tallet er stigende. 45% af alle danskere, der ikke har en tablet overvejer, at købe en inden for et år.

fremefter vil de årlige vækstrater blive en anelse mindre, men der er stadig tale om et marked, der buldrer derudad. Apple vil med deres iPad stadig sidde på den største del af markedet, mens de andre producenter vil æde af Apples markedsandele frem mod 2016.

Samtidig med, at salget af smartphones og tablets bare bliver ved med at vokse går det den modsatte vej for salget af traditionelle tastaturbaserede PC'er. Den seneste opgørelse fra analysehuset Context viser nedgangen i salget af traditionelle skrivebords-pc'er i 3. kvartal 2012 i forhold til samme kvartal sidste år. Disse tal bekræfter i høj grad firmaernes behov for at være mobile.

Q3 2012 Distributør-tal, for PC-salget i Europa.

Land	Vækst
Østrig	-15,9 pct.
Belgien	-5,7 pct.
Danmark	-19,1 pct.
Finland	-22,9 pct.
Schweiz	-21,1 pct.
Tyskland	-7,5 pct.
Italien	-18,6 pct.
Holland	-15,5 pct.
Spanien	-16,2 pct.
Sverige	-4,6 pct.
Frankrig	-5,9 pct.
Storbritannien	-3,4 pct.

KILDE: CONTEXT

Tallene taler deres tydelige sprog. Udviklingen går mod de mobile trykfølsomme enheder, og det sker ikke i et stille tempo, men derimod med ekspresfart. De firmaer, som ikke i tide ser udviklingen og indretter sig efter den, vil langsomt men sikkert dø ud.

Vidste du at...

Steve Jobs annoncerede iPhone den 9. januar 2007, og den første iPhone kom i handlen den 29. juni samme år. Den første iPad kom i handlen den 3. april 2010.

Historien om smartphones og tablets

De er en integreret del af vores hverdag, og det sidste man tjekker inden man går ud af døren er, om man har husket sin smartphone.

Tale og SMS har længe været mobiltelefonens vigtigste egenskaber, men med smartphones er det, at tilgå mails og være i kontakt med vores netværk på de sociale medier også blevet en integreret del af det, vi bruger vores telefon til. Vi bruger også smartphones til, at lade os underholde. Spil udgør den største del af hitlisterne på App Store og Google Play. Derudover lytter vi til musik eller ser videoklip på smartphones.

Med introduktionen af tablets er der opstået nye muligheder. Bogmarkedet og markedet for magasiner er inde i en rivende udvikling - og man forstår hvorfor. Platformen er ideel til netop denne type udgivelser, og man vil formentlig i de kommende år opleve, at den helt overtager de traditionelle bogudgivelser, ligesom man har set det ske i musikbranchen med først iPod og senere iPhone og andre smartphones. Dog aner man via medierne, at mange forfattere virker forbeholdne og bange for de nye medier. Ligesom man så det i starten med musikken, der i dag

Langt de fleste apps på App Stores bliver aldrig nogen succes eller downloaded overhovedet.

er en kæmpe succes på trykfølsomme medier. Men revolutionen skal nok også nå bøgerne inden længe.

iPhone blev lanceret i sommeren 2007, i første omgang kun i USA, men fra november 2007 også i England, Tyskland og Frankrig. Det var dog først med version 2 (iPhone 3G) i sommeren 2008, at det for alvor begyndte at gå stærkt. Henover 2. halvår af 2008 blev iPhone introduceret i en række lande verden over herunder Danmark i juli 2008.

Det var også i 2. halvår af 2008, at Google lancerede den første kommercielle version af Android. Beta-versionen var blevet lanceret i november 2007 og har således ligesom Apples iOS netop kunne fejre sin 5 års fødselsdag.

Siden da har de to giganter Apple og Google kæmpet en hård kamp om det hastigt voksende marked for smartphones. Der findes også andre styresystemer, men de har en ubetydelig lille markedsandel. Selvom Apple har en trofast og stærk tilhænger-

skare må Android siges at være den samlede vinder. Den seneste opgørelse fra IDC fra 3. kvartal 2012 viser at Android i dag sidder på 75 % af markedet, hvilket især skyldes, at der er tale om et open-source styresystem, der benyttes af alle de store mobilproducenter med undtagelse af Apple og Nokia.

Underholdningsindustrien surfer på den første app-bølge

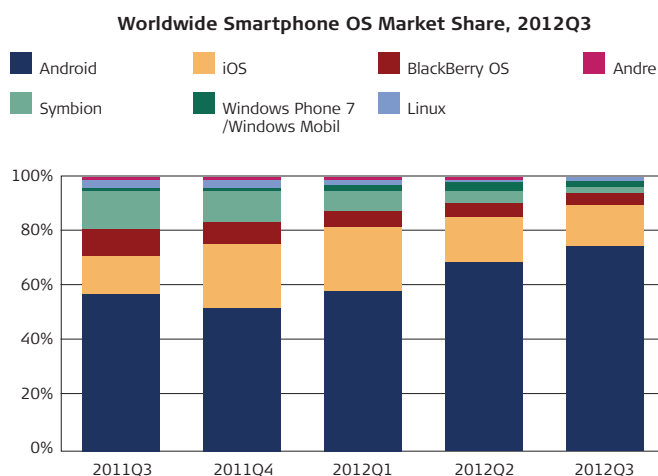
Som vi nævnte tilbage i forordet, havde den første bølge af apps ikke budt på meget seriøst til virksomhederne. Underholdningsindustrien har været bannerfører og det er der ikke noget nyt i, det er som regel dem, der baner vejen for nye teknologier.

De to giganter Google og Apple kæmper en hård kamp om forbrugerne og udviklernes gunst. Apple med deres App Store og Google med Google Play (der tidligere hed Android Market). Her er det Apple, der har førertrøjen på selvom Google nærmer sig med hastige skridt. Begge platforme har lige omkring 700.000 forskellige apps at vælge imellem. Apples App Store rundede download nummer 25 milliarder i marts 2012, mens Google rundede den samme milepæl et halvt år senere i september.

Langt de fleste apps bliver aldrig nogen succes eller downloadet overhovedet. Men at man kan lykkes med at skabe en succes og bygge en app, der hitter, er det finske firma Rovio et eksempel på. Deres spil Angry Birds, som blev lanceret på App Store i december 2009 rundede i maj 2012 1 milliard downloads. Spillet er egentlig utrolig simpelt, men det er måske mest af alt det, der har fanget folk. Ikke nok med at selve spillet/app'en har fået succes, så er der også opstået et helt brand omkring Angry Birds, så man i dag kan købe bamser, tøj, sengetøj, plakater, tegneserier osv. med de små vrede fugle.

Det ER muligt, at få succes på app stores som vist eksemplet her. Men det er få, der bliver så populære som Angry Birds, og ender som 'gademad' i Thailand.





KILDE/GRAFIK: IDC

At det er det simple, der får succes kender vi naturligvis fra mange andre brancher, og det er der ikke noget nyt i. Men på de nye mobile enheder, tvinges processen den vej. Der er ingen vej uden om, det fungerer simpelthen ikke, hvis der er mere end kun de mest nødvendige funktioner til rådighed.

Wordfeud er et andet eksempel på et produkt fra underholdningsindustrien. Spillet er egentlig bare en mobilversion af det kendte spil Scrabble med små justeringer. Det vurderes at nordmanden, der står bag

Wordfeud tjener op mod 100.000 kr. - om dagen.

Der er ingen tvivl om at forbrugeren har taget smartphones og tablets til sig. Udviklingen peger kun en vej, flere og flere vil bruge disse enheder i årene fremover. Brugen har indtil nu været koncentreret omkring kommunikation, underholdning, navigation og tilgang til internettet.

Der er masser at tage fat på, besparelser og ressourceoptimering ligger lige for fødderne. Det vigtigste at huske på i denne sammenhæng er, at der ikke findes nogen færdigpakket løsning, der lige præcist passer på den enkelte virksomheds processer og metoder. Skal det blive til en succes i virksomheden, er det vigtigt at man tilpasser det nye værktøj, så det matcher behovet helt præcist.

Hvad får man ud af en app?

For at samle op på nogle af de punkter vi har været igennem i denne e-bog er her listet nogle af de gevinster en app vil kunne give virksomheden.

- ☐ Ressourceoptimering – processer der kan skæres væk eller automatiseres.
- ☐ Optimering af interne forretningsgange, kommunikationsveje og mødeplanlægning.
- ☐ Motivation og inspiration af medarbejdere og samarbejdspartnere.
- ☐ Inspiration af, samt information og markedsføring mod dine kunder.
- ☐ Optimering af salg og præsentation af virksomhedens produkter.
- ☐ Markedsføring der er rettet mod kunder og leverandører på tværs af alle digitale platforme i samspil med andre indsatsområder.
- ☐ Nedbringelse af mængden af digitale enheder og værktøjer i dagligdagen.
- ☐ Fri for at være fastlåst i ét eller flere IT-systemer.

Uanset om du kan sætte et kryds eller ej, så tilbyder vi læserne af denne e-bog, et gratis oplæg. Her vil vi sætte spot på de områder i virksomheden, hvor du kan optimere forretningen.

Hvis du vil videre her fra

Har du brug for hjælp til udvikling af virksomhedens nye mobile værktøj? Eller måske mangler du bare en mobilstrategi?

Hos Comprendo ApS har vi udviklet PadForm - en løsning der giver virksomheder en unik mulighed for, at få en skræddersyet app. PadForm virker direkte "ud-af-boksen" på alle typer tablets, smartphones samt traditionelle PC'er. Din app udvikles således kun et sted og udkommer øjeblikkeligt på alle platforme.

Gå ind på padform.dk og læs mere om mulighederne eller kontakt os på 70203811 for at høre mere konkret om hvad der kan lade sig gøre for din virksomhed. Husk, at du som bruger af denne e-bog har mulighed for et gratis app-oplæg.

Om Comprendo og vores services

Hos Comprendo hjælper vi virksomheder med, at kommunikere på den digitale front-end. Vi er kreative og innovative udviklere, som har gjort det til vores styrke, at skabe digitale forretningsløsninger og værktøjer. I forbindelse med app udvikling kan vi hjælpe dig med:

- Procesoptimering
- Brugerfladedesign
- Programmering
- Integration til virksomhedens eksisterende data
- Udarbejdelse af mobilstrategi
- Afholdelse af workshop og kick-off
- Udrulning, distribution og markedsføring
- Undervisning og support

Vi håber du har haft gavn af e-bogen. Hold øjne og ører åbne - der kommer mere her fra.

