

De magie van Microsoft Dynamics

“We hebben gewoon een super goeie toepassing qua functionaliteit en de gebruikers kunnen de manier waarop ze met de toepassing werken zelf kiezen. Onze partners hebben de sectorspecifieke expertise... een goeie combinatie om jaarlijks 25% te groeien.”

Microsoft Dynamics heeft de wind in de zeilen. In 2007 een groei van meer dan 25% op de Belgische markt, meer dan 2500 klanten... je zou je voor minder gaan afvragen of er magie mee gemeoid is. Wij spraken met Jan Smessaert, Marketing Manager voor Microsoft Dynamics, over het verleden, het heden en de magie achter het succesverhaal.

De economische situatie wordt door velen pessimistisch ingeschat. Hoe zit dat in de markt voor bedrijfssoftware?

“Naargelang de bron groeit de Belgische ERP-markt met 6 à 8% per jaar. Het is opvallend dat, ondanks de stagnerende economie, de IT-budgetten van Belgische bedrijven licht blijven stijgen. Dat betekent dat beslissingnemers in KMO's steeds meer inzien dat een bedrijfsoplossing een positieve bijdrage levert tot de rentabiliteit en de groei van het bedrijf.”

En hoe zit het met Microsoft in die markt van bedrijfsoplossingen?

“Microsoft Dynamics groeit drie keer

sneller dan de markt - maar liefst 25% in 2007! Vandaag telt Microsoft Dynamics zo'n 2500 ERP-klanten op de Belgische markt, waarvan 2200 in Microsoft Dynamics NAV (vroeger 'Navision') en 300 in Microsoft Dynamics AX (vroeger 'Axapta'). Wij schatten het marktaandeel op 15%. En voor 2008 blijven we even ambitieus: we mikken op 300 nieuwe klanten.”

Welke bedrijven kiezen voor Microsoft Dynamics?

“Bedrijven die overstappen op Microsoft Dynamics kan je in drie categorieën indelen. De eerste categorie heeft nog geen geïntegreerde bedrijfsoplossing in huis. Hoogstens draait er een boekhoudpakket, misschien nog een losse toepassing voor het beheer van hun voorraad of projectbeheer, en dan nog Excel voor de rapportering. Wij merken dat de meeste KMO's van deze eilandproblematiek af willen.

Daarnaast zijn er bedrijven die werken met een oplossing op maat. Bij de installatie was die nog adequaat, maar na verloop van tijd wordt de aanpassing en het onderhoud van zo'n systeem onmogelijk. De volgende keer kiezen ze liever voor een standaardplatform dat kan meegroeien, zowel functioneel als technologisch.

Een laatste categorie vormt de

vervangingsmarkt: bedrijven die nu al met een geïntegreerde standaardoplossing werken die stilaan aan vervanging toe is. Nu komen de dossiers terug op de tafel van bedrijven die in 1999-2000 geïnvesteerd hebben.”

Microsoft verkoopt niet rechtstreeks, maar werkt via Partners.

“Partners zijn cruciaal in het succes van het Microsoft Dynamics platform, omdat



Jan Smessaert

zij de behoeften kennen van hun specifieke verticale markten en over de nodige sector expertise beschikken. Partners die hun verticale expertise uitbouwen, zijn duidelijk de succesvolste. Microsoft heeft er voor gekozen om hen daar actief in te steunen.”

Partners die hun functionele expertise samengebracht hebben in een verticale oplossing bovenop Microsoft Dynamics

NAV, kunnen deze oplossing laten valideren door Microsoft. Het 'Certified for Microsoft Dynamics' label erkent de kwaliteit van deze oplossingen na een grondige evaluatie van de code door Microsoft, en biedt ook de garantie dat er al voldoende referenties bestaan van deze verticale oplossing.

Na de implementatie kan het aanvaardingsproces door interne medewerkers een belangrijke hindernis vormen. Hoe gaat Microsoft daarmee om?

Microsoft doet uitgebreid onderzoek naar het dagelijks gebruik van software-oplossingen. Daaruit blijkt hoe belangrijk de gebruiksvriendelijkheid van de toepassing is. Wij besteden dan ook veel aandacht aan de gebruikersinterface van onze schermen en processtappen. Dit is een belangrijk onderdeel van de magie en hierin onderscheiden wij ons van onze belangrijkste concurrenten.

We evolueren steeds meer naar een 'role-based interface': iedere gebruiker werkt met schermen die op zijn behoeften zijn afgestemd. Zo zal de gebruikersinterface van een magazijnbeheerder vooral gericht zijn op het efficiënt inbrengen van gegevens, terwijl managers interesse hebben in een dashboard waarop ze de prestaties van het bedrijf kunnen vergelijken op basis van KPI's (Key Performance Indicators).

De vroegere discussie over 'fat client' of 'thin client' is gewoon niet meer relevant. Het gaat immers niet om technologie: de gebruiker kiest zelf de interface die het best bij zijn rol past, of hij nu intern werkt of bij klanten is.

De toenemende trend tot delocalisatie heeft ook impact op bedrijfsoplossingen.

Inderdaad, steeds meer KMO's hebben vestigingen of partnerships in Oost-Europa of het Verre Oosten. Dat schept een extra uitdaging wat de bedrijfsoplossing betreft: die moet voldoen aan de wettelijke vereisten van verschillende landen. Kleinere leveranciers van ERP-oplossingen hebben vaak niet de kritische massa om de verschillende lokale wettelijke

verplichtingen te blijven ondersteunen. Als globale speler biedt Microsoft hier zekerheid. Omdat de lokalisaties voor Microsoft Dynamics oplossingen in een aparte schil worden ontwikkeld, kan je Microsoft Dynamics NAV makkelijk implementeren in verschillende landen.

Wat is de houding van Microsoft tegenover nieuwe concepten als SaaS (Software as a Service)?

Verschillende elementen worden bij SaaS vaak door elkaar gehaald. Eigenlijk moet je twee vragen beantwoorden:

1. Waar staat de server: in het bedrijf of bij de hosting provider?
2. Welke licentieformule heb je: een eenmalige aankoop of huurformule per gebruiker per maand?

Belangrijk is dat Microsoft Dynamics elke combinatie toelaat. Het hosten van de infrastructuur met een 'maandabonnement' van de licenties is het meest gekende. Maar hosting met aangekochte licenties is ook perfect mogelijk. Wij bieden onze klanten volledige vrijheid qua infrastructuur en investering!

De realiteit is wel dat meer dan 90 % van de licenties nog steeds aangekocht wordt en de toepassing geïntegreerd wordt binnen de infrastructuur van de onderneming zelf. Op die manier kan de integratie met andere toepassingen worden gerealiseerd (vb. koppeling met Sociaal secretariaat of met productiesystemen). In de toekomst zullen wel meerdere klanten voor een hosting formule kiezen. Microsoft en zijn partners zijn daar volledig klaar voor.

Geleidelijk aan stellen we vast dat men vanuit de eigen bedrijfsoplossing bepaalde componenten - 'services' - gaat aanspreken, bijvoorbeeld een koppeling met externe transportdiensten (vb. express diensten). Wij geloven dat dit gemengde model het model van de toekomst wordt.

Microsoft is nu eigenlijk een platformbedrijf. Klopt dat ?

Ja, absoluut. De ontwikkeling van Microsoft Dynamics concentreert zich op bepaalde kernfunctionaliteiten en processen rond ERP en CRM. Maar onze grote kracht is natuurlijk dat wij gebruik maken van het Microsoft platform als geheel, en dat we optimaal gebruik maken van de ontwikkelingen die in andere afdelingen van Microsoft plaatsvinden: denk maar aan Sharepoint, Office, SQL Server, Business Intelligence,... Noem dit maar het tweede onderdeel van de magie van Microsoft Dynamics.

En wat brengt de toekomst voor Microsoft Dynamics?

In het najaar van 2008 komt Microsoft Dynamics AX 2009 en Microsoft Dynamics NAV 2009 op de markt. Een belangrijke release met een volledig nieuwe 'role-based interface', die een nieuw paradigma inluidt over de omgang van een gebruiker met zijn bedrijfsoplossing. Naast heel wat nieuwe functionaliteit, is daar ook nog een intensere integratie voorzien met toepassingen die toelaten om met interne en externe partners samen te werken (sharepoint gebaseerd). We zijn er in geslaagd om op vlak van rapportering en analysis (business intelligence) optimaal gebruik te maken van de kracht van SQL-server. Betere inzichten voor alle rollen binnen een organisatie zorgen voor betere beslissingen. En dát is nu net de reden waarom klanten investeren in Dynamics.

