

Kreativitet och affärsmässighet gör framgångrika företag

2009-06-09

Att Gudrun Sjödén Design är ett framgångsrikt företag i modevärlden är inget nytt. Företaget och Gudrun Sjödén själv har sedan tidigare blivit uppmärksammade ett flertal gånger. Vad är det som gör ett företag framgångsrikt?

En av nycklarna är företagets förmåga att ta till sig, driva och använda IT-utvecklingen. Företaget lanserade tidigt sin e-handel, något som blivit mycket lyckat. Både som varumärkesspridare men framförallt som intäktskanal.

Ett annat exempel är företagets Vintage-site med ett grönt fokus på att långsiktig design är bra för miljön. Det är inte företaget som säljer, utan en marknadsplats för företagets kunder. Man har alltså verkligen tagit till sig hur nätet fungerar och vågar lita på att miljöengagemanget och kundernas lojalitet ska täcka investeringen av teknikutvecklingen. Ett föredömligt sätt att ta till sig webb 2.0-tänket.

Att Gudrun själv bloggar är det väl ingen som lyfter på ögonbrynen för. Hennes förmåga att kombinera sin kreativitet med känsla för hur medierna fungerar är ypperlig. Lägg därtill att de på företaget har stenkoll på siffrorna och att de även här använder IT för att hantera viktiga nyckeltal. Och de följer progressivt utvecklingen.

Ett av de senare IT-tillskotten på företaget är det nya intranätet. Med huvudkontoret i Stockholm och med spridda butiker runt om i landet (och utomlands) är det viktigt att interninformation fungerar. Investeringen är viktig både ur effektivitetssynpunkt samt ur miljöhänseende. Alla vet var informationen finns när man behöver den och man behöver inte spendera tid för att leta. Det interna e-postskickandet kan dras ner och alla får tillgång till samma information. Men det betyder också att man vänder på informationsansvaret. Medarbetaren ser till att hålla sig informerad. Inte att man blir informerad av någon annan.

– Vi har stora ambitioner med intranätet. Ökad effektivitet och även att det ska vara snyggt, roligt och gemensamhetsskapande. Vi har också tagit råd av projektteamet på Mogul och startat i mindre skala för att på sikt få rätt återkoppling från organisationen för att kunna gå i rätt riktning och göra rätt saker, säger Monica Ekervik Hedman, projektansvarig och reklamchef på Gudrun Sjödén Design.

– Får man ihop ett företags egen process med tekniken och successivt får ett förändrat arbetssätt hos medarbetarna så får man maximal effekt av investeringen av ett intranät. Därför ska man inte ta för stora kliv åt gången utan se till att det går i takt. I ett företag som Gudrun Sjödén Design kommer det dock gå rätt fort, tror vi. Deras förmåga att kombinera kreativitet med affär och teknik är lysande, säger Ingrid Eklund, kundansvarig för projektet på Mogul.

För mer information kontakta:

Ingrid Eklund, Mogul. Mail: ingrid eklund@mogul.com, 0708 88 26 27.

Monica Ekervik Hedman, Gudrun Sjödén Design. Mail: monica.hedman@gudrunsjoden.se, 08 505 28 06 41.

Mogul är en av Sveriges ledande leverantörer inom webbaserade lösningar för informationshantering. Vi erbjuder konceptutveckling, design, systemkonstruktion och integration med bakomliggande system. Leveransen till kund utgörs vanligtvis av lösningar i form av publika webbplatser, intranätslösningar, extranät samt e-handel, verksamhetsstyrning, oftast i form av helhetsåtaganden.

Mogul har 200 medarbetare med kontor i Stockholm, Göteborg, Malmö samt Belgrad och är en del av IT-koncernen Addnode som är noterat på Nasdaq OMX Nordic List.