



Projektanalys

Projekt hos Geodis

Inlämningsuppgift inom projektledning och affärskommunikation

Författare: Annika Nilsson, Kirsty Pihl, Maslah Ali Abdi, Patrick Johansson,
Xingrong Zong (Rona), San Akram

Lärare: Tobias Finndin

Göteborg November 2023

Bakgrund om företaget och projektet

Geodis är ett internationellt logistikföretag som opererar inom en mängd av branscher, inklusive transport, lagerhantering, tullhantering och supply chain-lösningar. Företaget grundades och har sitt huvudkontor i Frankrike men har expanderat över hela världen med ett globalt nätverk som täcker cirka 170 länder. Geodis strävar efter att erbjuda innovativa och skräddarsydda logistiklösningar för att möta behoven hos sina kunder och hjälpa dem att effektivisera sina affärsprocesser.

Deras övergripande syfte är att förenkla komplexiteten inom global logistik och skapa mervärde för sina kunder. Företagets mål är att vara en pålitlig partner för sina kunder och att leverera högkvalitativa logistiktjänster som ökar effektiviteten, minskar kostnader och främjar tillväxt.

Projektets syfte var att ge kunden bättre visibilitet och styrning på sin logistik för att lättare kunna sätta upp KPI:er och ha uppföljningar. Målet var att byta ut deras operativsystem för all logistik på en global nivå och hitta en integration via EDI som fungerar så effektivt som möjligt. Geodis interna syfte var även att knyta till sig kunden för ett längre samarbete.

Projektets organisation

Projektet i vårt fall var ett globalt projekt, det fanns representanter från Geodis, ett företag från Indien som sålde det operativa systemet och ett köpande företag. I projektet fanns det en projektledare som handplockade sina projektmedlemmar till teamet. Projektledaren har titeln kund-expert i företaget Geodis. De olika rollerna som projektledaren beskrev som behövdes i projektet var IT resurser, operativ personal, styrgrupp och en projektansvarig. Projektansvarig och styrgruppen är dem som håller ihop projektet samt dem man vänder sig till i första hand när man behöver besluta om ekonomiska- eller personalfrågor. Styrgruppen blev informerad om projektet på månadsbasis.

Projektmetodik

De började att tillsammans upprätta en projektplan. Först gjorde de en processgenomgång där de gick igenom hela processen med en kartläggning i programmet Visio. Där gjorde man ett flödesschema som alla kunde ta del av och checka av vart de är i processen. I flödesschemat kan man se hur mycket tid som behövdes för utveckling, testning, utbildning och implementering av det operativa systemet. Implementeringen skedde först i Asien sedan Amerika och sist i Europa. De upprätthåller en gemensam logg för hantering av frågor vid Teams-möten som alla kan ta del av. De använde sig av GAP-analyser som upprättades vid behov. Analyserna hjälpte till att identifiera eventuella problem som uppstod och hur man skulle hantera dessa. Vi fick inte ta del av några mallar eller dokument på grund av sekretess.

Projektets story

Projektet påbörjades strax innan Covid-19 bröt ut. Deras kund ville byta logistiksystem globalt med fokus på att förbättra visibilitet och styrning. De ställdes inför flera utmaningar varav en av dem var att deras kund fanns i Indien. Detta gav en del kommunikationsutmaningar mellan deras olika kulturella bakgrunder. Även ägaren av operativsystemet hade ingen kunskap om kunden eller kundens processer vilket gjorde att Geodis var tvungna att informera och utbilda om detta. Det fanns också bara en person i Indien som satt på den viktigaste informationen som sedan blev sjuk och frånvarande från projektet vilket gjorde att projektet stoppades upp. En annan utmaning var att logistikbranschen påverkades kraftigt under pandemin med bland annat ökad efterfrågan, inte tillräckligt med resurser och karantänsregler runt om i världen. Efter detta projektet infördes dubbelkommando för effektiv resurshantering och rätt ledarskap. Projektet hade en försening på 2 månader på grund av dessa utmaningar, men genom hela projektet har det hanterats med tydlig struktur och regelbundna utbildningar av projektteamet och operativsystemets ägare.

När projektet avslutats visas tydliga förbättringar i logistikhanteringen för kunden. Detta matchade projektets mål att öka visibiliteten och styrningen av logistiken. Trots Covid-19 utmaningar som högt tryck inom branschen och nyckelpersoners sjukdom lyckades projektet införa det nya operativsystemet även om det tog längre tid än förväntat. Projektet blev försenat dels på grund av sjukdom hos kunden, vilket Geodis efteråt hanterade genom att sprida information och kunskap mellan fler inom gruppen på deras företag. Geodis fick även arbeta hårt med deras kommunikation för att få ut rätt information till rätt personer vilket var svårt med de olika kulturerna i projektet. De berättade om olika strukturer i organisationerna som gjorde att de kanske gick miste om kreativitet.

Egna insikter och reflektioner

Pandemin har verkligen satt projektlogistik på prov, och företag som Geodis har behövt anpassa sig för att hantera dessa utmaningar. Det har också ökat medvetenheten om vikten av att vara flexibel och ha en stark digital närvaro inom projektlogistik. För framtiden är det troligt att logistikföretag som Geodis kommer att investera i att diversifiera sina leverantörskedjor, stärka sina digitala förmågor och förbättra sin förmåga att anpassa sig till snabba förändringar.

Kunskap om mjukvaror är avgörande för både köpare och säljare. Det är mycket viktigt att säkerställa att företaget har tillräcklig kunskap om mjukvaror som skulle behövas innan de beställer från andra företag. Det är också viktigt att mjukvaror företag har kunskap om det företag som säljer till för att kunna förse bäst mjukvara till sina kunder. Här är några rekommendationer för framtida projekt, med fokus på dessa viktiga aspekter:

Kompetensutveckling

Företag bör investera i kompetensutveckling för sina medarbetare som arbetar med mjukvaror. Detta kan omfatta utbildning, workshops och certifieringar för att säkerställa att personalen har den nödvändiga kunskapen för att använda och underhålla mjukvaran korrekt.

Granskning

Företag som köper en mjukvara bör genomföra en grundlig granskning. Detta innebär att de noggrant granskar mjukvarans funktionalitet, support möjligheter och avtalsvillkor. Det är viktigt att förstå vad de köper och vara medveten om eventuella begränsningar eller krav.

Kommunikation

Öppen och kontinuerlig kommunikation är nyckeln. Företag som säljer mjukvara bör aktivt kommunicera med sina kunder för att säkerställa att de förstår hur man använder mjukvaran och att de kan få stöd vid behov. Även köpare bör vara tydliga med sina behov och förväntningar.

Testning och utvärdering

Före implementering av ny mjukvara bör företaget genomföra noggrann testning och utvärdering för att säkerställa att mjukvaran uppfyller sina krav. Detta kan bidra till att undvika problem och fel i framtiden.

Dokumentation

Det är viktigt att ha noggrann och uppdaterad dokumentation om mjukvaran och dess användning. Detta kan vara till hjälp för att snabbt åtgärda problem och för att underlätta överlämning av kunskap när personal byts ut.

Uppdateringar och support

Håll mjukvaran uppdaterad med de senaste patcharna och uppdateringarna. Säkerställ också att företaget som köper har en tydlig förståelse för mjukvarans support process och hur man kontaktar support vid behov.

Sammanfattningsvis är en grundlig förståelse av mjukvaran och tydlig kommunikation mellan företaget som säljer och företaget som köper avgörande för framgångsrika projekt. Genom att investera i kunskap och kommunikation kan man minimera risker och maximera nyttan av mjukvaran.