

Cambridge Technology Partners NEWSLETTER

Ausgabe 4

Zürich, Juli 2004

EDITORIAL

Linux wird zum Normalfall, auch in den Rechenzentren grosser Firmen, der Linux-Desktop ist Thema fast jeder Informatik-Strategie-Diskussion. Insbesondere in der öffentlichen Verwaltung ist Open Source ein Thema, mehr und mehr Lösungen laufen auf frei und offen erhältlichen Applikations-Servern und Datenbanken. Mit Linux als Betriebssystem werden **Migrationen** und **Applikationsportierungen** immer wichtiger. Mit dem Projekt JAM (Jupiter-Arbor-Migration) haben wir für Sunrise eine hochkomplexe Billing-System-Migration erfolgreich durchgeführt. Unsere „Application Discovery Workshops“ unterstützen alle, die den besten Weg für eine Applikations-Migration suchen.

Immer mehr Firmen migrieren und konsolidieren ihre Content-Management-Systeme. Enterprise-Content-Management-Lösungen verwalten Inhalte unternehmensweit in einem System, liefern sie über verschiedene Systeme aus, steuern und unterstützen die Prozesse über den ganzen Lebenszyklus der Inhalte. Dank mächtigen Integrationstools und vergleichsweise günstigen Lösungen scheint der Zeitpunkt für einen Umstieg und die Vereinfachung der Infrastruktur günstig.

Wir hoffen, dieser Newsletter ist wieder Anstoss für den direkten Dialog mit Ihnen, und wünschen ihnen auch für das zweite Halbjahr alles Gute und viel Erfolg.

Bruno von Rotz

PROJEKT SPOTLIGHT

SUNRISE: JUPITER-ARBOR MIGRATION

Die TDC Switzerland AG, bekannt als sunrise, ist im Jahr 2001 durch die Fusion von diAx und sunrise entstanden. sunrise bietet Mobilfunk-, Festnetz- und Internetdienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden an.

Um das Angebot zu erweitern und die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, entschied sich sunrise vor zwei Jahren, in eine neue IT- Infrastruktur des Mobilfunknetzes zu investieren. Von der Migration des Backendsystems von Jupiter® zu einer offenen Systemarchitektur versprochen

sich die Verantwortlichen viele Vorteile: effizientes Verrechnen von neuen, komplexen Dienstleistungen wie UMTS, komplett automatisierte Auslieferung von Produkten, eine einheitliche Kundensicht und – als Konsequenz – bessere Cross selling-Möglichkeiten. Um all dies zu erreichen, entschied sich sunrise, das Verrechnungssystem CSG Kenan/BP (Arbor) einzusetzen. Das JAM-Projekt (Jupiter-Arbor-Migration) war lanciert. Mit der Migration sollte die mobile IT-Systemarchitektur neu definiert und anschliessend implementiert werden. Natürlich ohne, dass die Kunden etwas davon merkten oder der Betrieb unterbrochen werden musste.

INHALTSVERZEICHNIS

Editorial	1
Projekt Spotlight	1
Trends and Research News	2
Neue IT-Abkürzungen	2
Discovery	3
Technologie-Perspektiven	4
Agenda	5
Fokus	6
Lösungen im Überblick	6
Impressum	6

QUOTE

“sunrise war im Projekt JAM von der professionellen und vor allem engagierten Vorgehensweise des Teams von Cambridge sehr überzeugt. Die langjährige Erfahrung der Cambridge Mitarbeitenden im CRM Umfeld war ein Schlüsselfaktor für den Erfolg”

Andreas Bangnowski
Director IT CRM Systems
sunrise
TDC Switzerland AG

Als langjähriger Partner im Bereich CRM war Cambridge Technology Partners von Anfang an in das JAM-Projekt involviert. Cambridge unterstützte sunrise dabei, alle Anforderungen zusammenzustellen und die Systemarchitektur zu definieren. In der ersten Phase richtete sich die Projektstruktur nach den eingesetzten technologischen Lösungen: Kenan/BP für die Verrechnung, Vitria EAI und Comptel/SAS für die Netzwerkdienste, Clarify und ATG für CRM und die Auftragsverwaltung, Jupiter und Oracle für die Datenmigration sowie SAP RMCA für die Abgrenzung der Rechnungsposten. 20 Berater von Cambridge arbeiteten an den Teilprojekten CRM, Auftragsverwaltung, ATG und Datenmigration mit und begleiteten die Projektteams von der Spezifikation bis zur Umsetzung.

Die neue Systemarchitektur wurde im April 2004 erfolgreich eingeführt. Der Dienst musste während der nahtlosen Migration nicht unterbrochen werden. Das Projekt wurde rechtzeitig und im Rahmen der budgetierten Kosten abgeschlossen. Rund 80 IT-Fachleute arbeiteten in zehn Teilprojekten mit über 50 Fachspezialisten eineinhalb Jahre lang zusammen.

Dank JAM ist sunrise in der Lage, die Kunden mit einer vollautomatisierten Auftragsverwaltung zu unterstützen, die neue Nachfragen direkt aus den Shops oder dem Call Center in das CRM-System übernimmt und in integrierte Nebensysteme weiterleitet, wo sie aktiviert werden. So kann sunrise bestellte Produkte und Dienstleistungen innerhalb von Minuten liefern und verrechnen. Das System unterstützt auch Updates von Produkten und Dienstleistungen. Mit der neuen Systemarchitektur gewinnt sunrise eine einheitliche und ganzheitliche Sicht des Kunden, weil alle Daten über Festnetz-, Mobilfunk- und Internetdienste in einem CRM- und Rechnungssystem zentralisiert verwaltet werden. So können die Kundinnen und Kunden beispielsweise auf Wunsch nur noch eine einzige Rechnung für alle Dienstleistungen erhalten.

TRENDS AND RESEARCH NEWS

BENCHMARKING DER eSALES-AKTIVITÄTEN IN DER TELEKOMMUNIKATIONSBRANCHE

Cambridge Technology Partners Deutschland hat mit der Internetagentur Hurst + Vogler Cross Media 15 wichtigen Telekommunikationsanbietern in Deutschland, Österreich und der Schweiz in die Internet-Karten geschaut. Die Studie „Benchmarking der eSales-Aktivitäten in der Telekommunikationsbranche“ untersucht Leistungsangebot und Umsetzungsqualität, ermittelt die Branchenbestwerte und leitet Handlungsempfehlungen ab. Die Studie zeigt zudem die Entwicklung seit dem Jahr 2001 auf. Das Ergebnis ist ernüchternd: Die Branche ist keineswegs so trendsicher und kundenorientiert, wie sie sich gerne präsentiert. Vor allem die mangelnde Benutzerfreundlichkeit fällt negativ auf.

Nutzen Telekommunikationsunternehmen das Medium Internet sinnvoll, um ihre Leistungen zu vermarkten? Erfüllen sie online die Erwartungen ihrer Kunden? Diesen und ähnlichen Fragen ist Cambridge Technology Partners mit den Internet-Experten Hurst + Vogler auf den Grund gegangen. Die Unternehmen 1&1, A1, Arcor, **Cablecom**, D2 Vodafone, Debitel, E-Plus, Mobilcom (Freenet), O2, **Orange**, **Sunrise**, **Swisscom**, Tele2, Telekom.at und T-Com/T-Mobile/T-Online mussten sich den kritischen Blick der Experten gefallen lassen. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen Leistungsspektrum und Umsetzungsqualität der Anbieter. Das Leistungsangebot beinhaltet die Verfügbarkeit einer Leistung (z.B. gibt es einen Tarifrechner oder nicht?) sowie die eSales-Relevanz der Bausteine. Die Umsetzungsqualität definiert sich über die Qualität dieser angebotenen Leistung (wie einfach ist der Tarifrechner zu bedienen?).

Das Ergebnis

Der beste Anbieter erreicht nur knapp die Hälfte der möglichen Punktzahl. Insgesamt zeigt sich ein sehr inhomogenes Leistungsniveau mit deutlichen Unterschieden innerhalb des Marktes: Der

PUBLIKATION



Die neue Studie „Benchmarking eSales-Aktivitäten in der Telekommunikationsbranche“ können Sie bei uns online bestellen: www.cambridge-germany.com/studien

AKTUELLE IT-ABKÜRZUNGEN

ICAL	Internet Calendar Specification
IMAP	Internet Message Access Protocol
KDE	K Desktop Environment
PIM	Personal Information Management
RSS	Really Simple Syndication
WebDAV	Web-based Distributed Authoring & Versioning

bestplatzierte Anbieter, D2 Vodafone, liegt gut 56 Prozentpunkte vor dem schwächsten Wettbewerber. Bei der Umsetzungsqualität gibt es insgesamt bessere Einzelergebnisse. Spitzenreiter ist auch in diesem Bereich D2 Vodafone, gefolgt von O2 und Debitel. D2 Vodafone ist daher insgesamt Nummer 1 der untersuchten Anbieter, O2 liegt auf dem zweiten Platz, gefolgt von E-Plus auf Platz drei und Deutsche Telekom auf Platz vier. Im Vergleich zur Untersuchung im Jahr 2001 konnten sich D2 Vodafone und O2 (damals Viag Interkom) um einen Platz verbessern. Debitel, 2001 noch Spitzenreiter, konnte seinen Vorsprung nicht halten und rutscht auf Platz 6 ab.

Insgesamt genügen die untersuchten Internetportale den hohen Ansprüchen der Internetnutzer an eine virtuelle Einkaufsberatungswelt nicht. Der Benutzer sollte vergessen, dass er sich auf einer Website befindet, er soll sich intuitiv durch den Cyberraum bewegen können (Flow-Effect). An dieser Pflichtübung scheitern leider alle untersuchten Anbieter. Insbesondere die Navigation und deren Beschriftung und Kennzeichnung erfüllen oft nicht die in sie gesetzten Erwartungen. Die Alternative zur Navigation – die Suchfunktion – wird ebenfalls oft stiefmütterlich behandelt. Zahlreiche Unternehmen indexieren ihre Unternehmenspräsentation nicht kundenorientiert. Mobilcom bietet gar keine Suche an, Arcor und T-Online nur eine Suche im Web und T-Com und Telekom.at liefern als Ergebnis zum Teil nur Links auf die Pressemeldungen. Sehr gut abgeschnitten, da einfach zu bedienen und relevant im Suchergebnis, haben in diesem Bereich E-Plus, O2, Orange und Vodafone.

Tarifrechner und Tarifübersichten sind insgesamt nicht optimal umgesetzt. Die Gestaltung der Tarifrechner orientiert sich nicht an ergonomischen Richtlinien. Das Design ist nicht prozessoptimiert und scheinbar auch nur in seltenen Fällen getestet worden. In den Tarifübersichten finden sich zahlreiche Fussnoten und Sternchen, die

kaum leserliche, aber bedeutende einschränkende oder ausschliessende Informationen enthalten. Nur vier Unternehmen beantworten E-Mail-Anfragen innerhalb von 24 Stunden, die Mehrheit braucht zwei bis fünf Tage, vier der untersuchten Unternehmen antworteten überhaupt nicht. Potenzielle Kunden werden so vergrault und suchen sich reaktionsfreudigere Anbieter.

Die Methode

Auf Basis des technischen Know-hows von Cambridge und Hurst + Vogler und der erprobten Methode zur Bewertung der Nutzerorientierung führten die Experten eine umfassende Website-Analyse der ausgewählten Unternehmen durch. Leistungsangebot und Umsetzungsqualität wurden aus der Sicht des Kunden, also des Erfolg bestimmenden Faktors, bewertet. Während beim Leistungsangebot die Fähigkeit getestet wurde, den Kunden zu begeistern, standen bei der Umsetzungsqualität vor allem Benutzerfreundlichkeit, Funktionalität, Inhalt und Branding im Vordergrund. Erstmals wurde auch der von der aktuellen amerikanischen Fachliteratur geprägte Begriff „flow“ (Thomas Wirth: „Missing Links“, Hanser Fachbuchverlag, 2002, S. 324) in die Bewertung einbezogen. Anhand der Ergebnisse wurden Benchmarks festgelegt, die zeigen, welche Unternehmen derzeit Massstäbe setzen und welche Vorgaben die Nachzügler noch erreichen müssen, und konkrete Empfehlungen und Optimierungsmöglichkeiten abgeleitet.

Es gibt viel zu tun

Die Telekommunikationsunternehmen haben mit der technischen Entwicklung der letzten Jahre nicht mitgehalten. Es genügt heute nicht mehr, eine schicke Webseite mit vielen Funktionen zu haben, auch die dahinter stehenden Prozesse müssen funktionieren, damit sich der Flow einstellt. Ansonsten wird der Kunde enttäuscht und dem Anbieter nicht lange treu bleiben – ganz zu schweigen von erfolgreicher Neukundenakquisition.

APPLICATION DISCOVERY WORKSHOPS

Nicht erst seit dem Linux-Boom ist die **Migration** von Applikationen ständig ein Thema für Informatik-Einheiten und CIOs. Im Zusammenhang mit der Infrastruktur-Erneuerung (beispielsweise Umstellung auf ein neues Betriebssystem) kommt oft die Frage auf, ob eine spezifische Applikation migriert, durch eine kommerzielle Standardanwendung ersetzt oder gar neu entwickelt werden soll. Für diese Situationen hat Cambridge Technology Partners den „**Application Discovery Workshop**“ entwickelt. In diesen Workshops prüfen wir nicht nur die Technologie und ob – und wenn ja wie – sie migriert werden kann, sondern auch, wie sie aktuelle und zukünftige Geschäftsanforderungen erfüllt. In einem Business Case vergleichen wir alternative Szenarien für Portierung, Ersatz und Migration und empfehlen auf dieser Grundlage das beste Vorgehen. Für einfache Applikationen können wir einen Application Discovery Workshop in ein paar Tagen realisieren, für grössere Anwendungen brauchen wir zwei bis drei Wochen.

TECHNOLOGIE-PERSPEKTIVEN:

PAKET-EINFÜHRUNGEN ODER INDIVIDUALENTWICKLUNGEN

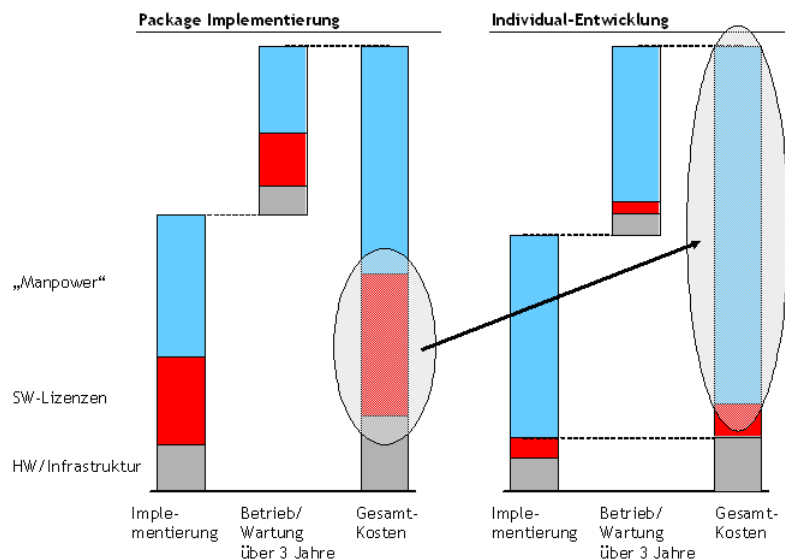
In der Urzeit der Informatik wurde alle Software, oft bis zum Betriebssystem, individuell entwickelt und an die spezifischen Bedürfnisse sowie die vorhandene Umgebung angepasst. Über die Jahre entwickelten die Softwareentwickler aber Lösungen, die sie mehrfach verwenden und immer häufiger auch parametrisieren und konfigurieren konnten. Während insbesondere grosse Unternehmen diesem Trend skeptisch gegenüber standen, griffen Firmen aus Branchen mit hohem Rationalisierungszwang oder knappen Mitteln zu und verhalfen Paketen wie SAP, Baan oder PeopleSoft im ERP-Bereich und später Siebel, Documentum oder Vignette in anderen Bereichen zum Durchbruch.

Zahlreiche Firmen hatten mit lange dauernden und kostspieligen Individualsoftware-Projekten schlechte Erfahrungen gemacht und erklärten die Alternative „kaufen statt bauen“ zur Strategie. Allerdings erfüllten nicht alle Pakete das Versprechen einer einfachen Implementierung – oft kostete die Integration zwei bis fünf Mal so viel wie die Lizenzen.

Mit Package-Software gewinnt das Unternehmen eine zusätzliche Abstraktionsschicht. Im

Mittelpunkt stehen nicht mehr Programmiersprache, Datenbank-Design und Überlegungen zur Infrastruktur, die durch das Paket vorgegebenen Prozesse und Datendefinitionen bestimmen, wie die Software angepasst und genutzt wird. Das Paket definiert auch die Umgebung, Informatik-Standards müssen oft an das Paket angepasst werden.

Im Gegensatz dazu geht ein Unternehmen, das eine Individualentwicklung umsetzt, von bestehenden Informatik-Standards aus, wählt Technologie-Komponenten und konzipiert die neue Anwendung auf Basis spezifisch erhobener Anforderungen. Weil offene Standards wie Java, Web Services oder XML und moderne Entwicklungsansätze wie Objektorientierung oder die auf Komponenten basierende Entwicklung immer verbreiteter und akzeptierter sind, ist der Individual-Entwicklungsansatz stark gereift und kann in vielen Situationen durchaus eine echte Alternative zum Einsatz eines Software-Packages sein. Bei der individuellen Entwicklung ist der Anteil der Personalkosten an den gesamten Kosten deutlich höher, und zwar sowohl während der Implementierung als auch später, dafür liegen die Lizenz- und Wartungskosten tiefer.



PUBLIKATION

Mit unseren „Technologie-Perspektiven“ versuchen wir, Erkenntnisse aus vielen Projekten und Arbeiten in kurzen, themenspezifischen Beiträgen zusammenzufassen. Die einzelnen Artikel sollen neue Einsichten und Aussichten aufzeigen, sie sollen zum Denken und Überdenken anregen. Bestellen Sie noch heute Ihr persönliches Exemplar bei sandra.kaspar@ctp.com.

TECHNOLOGIE-PERSPEKTIVEN:**QUO VADIS OPEN SOURCE?**

Immer mehr Unternehmen setzen auf Open Source. In einer differenzierten Betrachtung, die sich auf die Ergebnisse einer Umfrage unter Unternehmen aus den Top 450 der Schweiz abstützt, sollen Motive, Ziele und Konsequenzen für verschiedene Open Source-Einsatzszenarien untersucht werden.

Was unterscheidet Open Source-Produkte von kommerziellen Produkten? Da ist sicherlich als Erstes das offensichtliche Merkmal der fehlenden Lizenzkosten zu nennen. Die Lizenzen sind jedoch nur ein Kostenfaktor bei der Einführung einer Software. Tatsächlich belegen mehrere Untersuchungen, dass bei der Einführung von Linux der TCO (Total Cost of Ownership für Hardware, Software und Betrieb) um bis zu 84% gegenüber Risc/Unix und immerhin um bis zu 50% gegenüber Windows NT sinkt. Diese Zahlen sind die Konsequenz aus weiteren Stärken des Open Source-Entwicklungsmodells:

Schnellere Innovationszyklen: Der direkte Dialog zwischen Entwicklern und Benutzern, das breite Erfahrungs- und Wissensspektrum der Entwicklergemeinde sowie die Unabhängigkeit von taktischen Marketingergwägungen fördern die innovative Weiterentwicklung der Produkte.

Stabilität und Sicherheit: Der Prozess der kollektiven Softwareentwicklung mit einer Vielzahl von unabhängigen, kritischen und hochkompetenten Entwicklern und Testern garantiert eine Qualitätsprüfung, die kein kommerzieller Anbieter leisten kann.

Offenheit: Im Gegensatz zu kommerziellen Anbietern, die sehr wohl ein Interesse daran haben, ihre eigenen proprietären Schnittstellen im Markt zu etablieren, setzen Open Source-Projekte konsequent auf offene Schnittstellen und Standards, was den Produkten eine grösstmögliche Verbreitung ermöglicht.

Interessieren Sie die Ergebnisse dieser Untersuchung? Dann bestellen Sie die Technologie-Perspektiven bei sandra.kaspar@ctp.com.

TECHNOLOGIE-PERSPEKTIVEN:**AUF LINUX UND OPEN SOURCE MIGRIEREN**

Open Source liegt im Trend. Motor dieses Trends ist das Betriebssystem Linux, doch auch andere Open Source-Lösungen setzen sich immer mehr durch und decken inzwischen das gesamte Spektrum ab: vom Betriebssystem über Datenbanken, Middleware, Entwicklungswerkzeuge, Content Management-Systeme, ERP- und CRM-Lösungen bis zu Office-Lösungen.

Für die Umsetzung der Strategie und die Migration von Lösungen existieren viele Szenarien, die sich im Aufwand der Migration, im Risiko für die Firma sowie im kurz-, mittel- und langfristigen Nutzen unterscheiden. Entsprechend sollte auch die strategische Road Map definiert werden. Schneller Nutzen mit geringem Aufwand und wenig Risiko stehen am Anfang im Vordergrund, auf diesen Erfahrungen aufbauend können aufwändigere Projekte mit grösseren Auswirkungen auf die Unternehmensprozesse realisiert werden. Eine Untersuchung der Robert Frances Group zeigt das Potenzial für kurzfristigen Nutzen: Die Total Cost of Ownership eines Linux-Servers betragen im besten Fall nur 13% der Kosten eines kommerziellen Unix-Systems und nur 34% der Kosten eines Windows-Systems.

Open Source bietet ein enormes Potenzial, um Kosten zu senken, die Softwarequalität zu verbessern und verstärkt auf die Produktgestaltung Einfluss zu nehmen. Wer diese Potenziale nutzen will, sollte den Einsatz von Open Source-Produkten in der IT-Strategie verankern. Neben der Analyse der optimalen Einsatzbereiche und Produkte gehört auch eine Migrationsstrategie für verschiedene Applikationsklassen dazu. Eine Planung des Projektportfolios mit frühen und klar messbaren Erfolgen wird die Akzeptanz der offenen Softwareprodukte fördern - wie bei allen unternehmensweiten Initiativen ist dies die Voraussetzung, um das vorhandene Potenzial vollständig auszuschöpfen.

Würden Sie gerne den vollständigen Artikel lesen? Dann bestellen Sie die Technologie-Perspektiven bei sandra.kaspar@ctp.com.

AGENDA

29. Juni 2004, Zürich
VIP IT Dinner (Cambridge)
„Campaign Management“
Interessiert an den Referaten:
sandra.kaspar@ctp.com

26. August 2004, Zürich-Oerlikon

5. Schweizer eGovernment Symposium

<http://www.swissict.ch/>

15 septembre 2004, Genève

“6e Journée Solutions Bancaires”

<http://www.unicore.ch>

Solution Track zum Thema Linux/OSS:

28. September 2004, Berlin

30. September 2004, Hamburg

05. Oktober 2004, Dortmund

FOKUS

ECM: INFORMATIONEN MIT MEHRWERT SIND MEHR WERT

Kaum ein Begriff der Informationstechnologie ist so schwer zu fassen wie Enterprise Content Management (ECM). Sowohl Analysten als auch Hersteller tun sich damit gleichermaßen schwer und kommen je nach Betrachtungsweise zu ihren eigenen Definitionen und darum auch zu unterschiedlichsten Produktlösungen. Unabhängig von Definition und Lösung, eines ist klar: ECM wird zur unternehmensweiten Aufgabe und schafft dank besserer Nutzung und effizienterer Verwaltung auch einen echten Mehrwert.

Diese Begriffsverwirrung rührt nicht zuletzt daher, dass das Thema Enterprise Content Management unterschiedlichste Facetten aufweist - und genau diese gilt es für eine erfolgreiche Implementierung vollständig zu erfassen, zu bewerten und umzusetzen.

Die wesentlichen Ausprägungen von ECM sind:

- Web Content Management (WCM)
- Document Management (DCM)
- Collaboration Management (CM)
- Digital Asset Management (DAM)

Kombiniert man diese Grundfunktionalitäten mit den unterschiedlichsten Möglichkeiten der Auslieferung von Inhalten an den Endkonsumenten (Content Delivery), entsteht in der Tat eine beinahe unüberschaubare Anzahl unterschiedlichster Systemausprägungen und Informationsarchitekturen.

Versucht man nun, dieses Bild zu vervollständigen, wird deutlich, wohin sich der ECM-Markt bewegen wird. Wenn die Branchenführer ihre Marktanteile ausbauen wollen, werden wir wohl eine weitere Konsolidierung des Marktes über Akquisitionen erleben. Ausserdem werden ECM-Basisfunktionalitäten Massenware, die Lösungen werden sich in Zukunft über „High-End“-Funktionen von der Konkurrenz unterscheiden. In der Folge wird sich der Preiskampf im ohnehin schon heiss umkämpften ECM-Markt verschärfen, was letztlich zu einem weiteren Preiszerfall führen wird. Die Preise für ECM-Lösungen sind in

den letzten zwei Jahren um mehr als 40% eingebrochen.

Cambridge Technology Partners empfiehlt auf der Grundlage ihrer langjährigen Erfahrung, bei einer ECM-Strategie beziehungsweise -Implementierung so vorzugehen:

Die Wahl der Lösung muss von einer ganzheitlichen Betrachtung der Anforderungen ausgehen. Es gilt zu identifizieren, welche Informationen wo und über welche Kanäle bewirtschaftet und zur Verfügung gestellt werden sollen. Insbesondere müssen die Anforderungen in Einklang mit dem Enterprise Applikations-Portfolio gebracht werden. Dies gilt ganz besonders für Portal- und eBusiness-Applikationen, aber auch für Applikationen, welche bewirtschaftete Informationen bereithalten sollen (zum Beispiel ERP oder CRM).

Für die konkrete Umsetzung von ECM-Implementierungen empfiehlt sich ein schrittweises Vorgehen. In einem ersten Schritt sollten längere Zeit geltende Grundlagen wie die Informationsarchitektur, die Definition der Meta-Information oder der Lebenszyklus der Informationen festgelegt und umgesetzt werden. In einem zweiten Schritt sollten die Präsentationen für die primären Delivery-Plattformen erstellt und die Belieferung dieser Plattformen sichergestellt werden. Damit können die Inhalte bereits gewinnbringend genutzt werden. Erst in der Folge sollten die Business-Prozesse sowie die Benutzerschnittstellen verfeinert werden, um eine höchstmögliche Produktivität sicherzustellen. Die Integration weiterer Zuliefer- oder Empfängerapplikationen schliesslich sollte erst nach einer erfolgreichen Ausbreitung der Basislösung an die Endbenutzer erfolgen.

LÖSUNGEN VON CAMBRIDGE TECHNOLOGY PARTNERS IM ÜBERBLICK:

IT Strategie Consulting

- Discovery-Workshop (Open Source/ Linux, Secure Identity Management)
- Strategiefindung: Open Source/Linux, EAI
- Assessments und Lösungsevaluationen
- Roadmaps

Web Services Applikationen

- Customer Relationship Management (CRM)
- Enterprise Information Portale (EIP)
- Enterprise Application Integration (EAI) + Integration rund um ERPs
- Online Channels, Customer/Partner Portals + Web Services
- Document + Content Management Solutions (DMS/CMS)

Open Source

- Linux Architecture Design
- Infrastructure Migration
- Open Source Webauftritte

Secure Identity Management

- Identity + Access Management
- Provisioning Lösungen

Impressum
© 2004

Cambridge Technology Partners
all rights reserved

Cambridge Technology Partners
Leutschenbachstrasse 41
CH-8050 Zürich
Telefon +41 (0)43 299 75 00
Telefax +41 (0)43 299 75 01

Air Center
16, chemin des Coquelicots
CH-1214 Vernier/Geneva
Telefon +41 (0)22 306 46 46
Telefax +41 (0)22 306 46 47