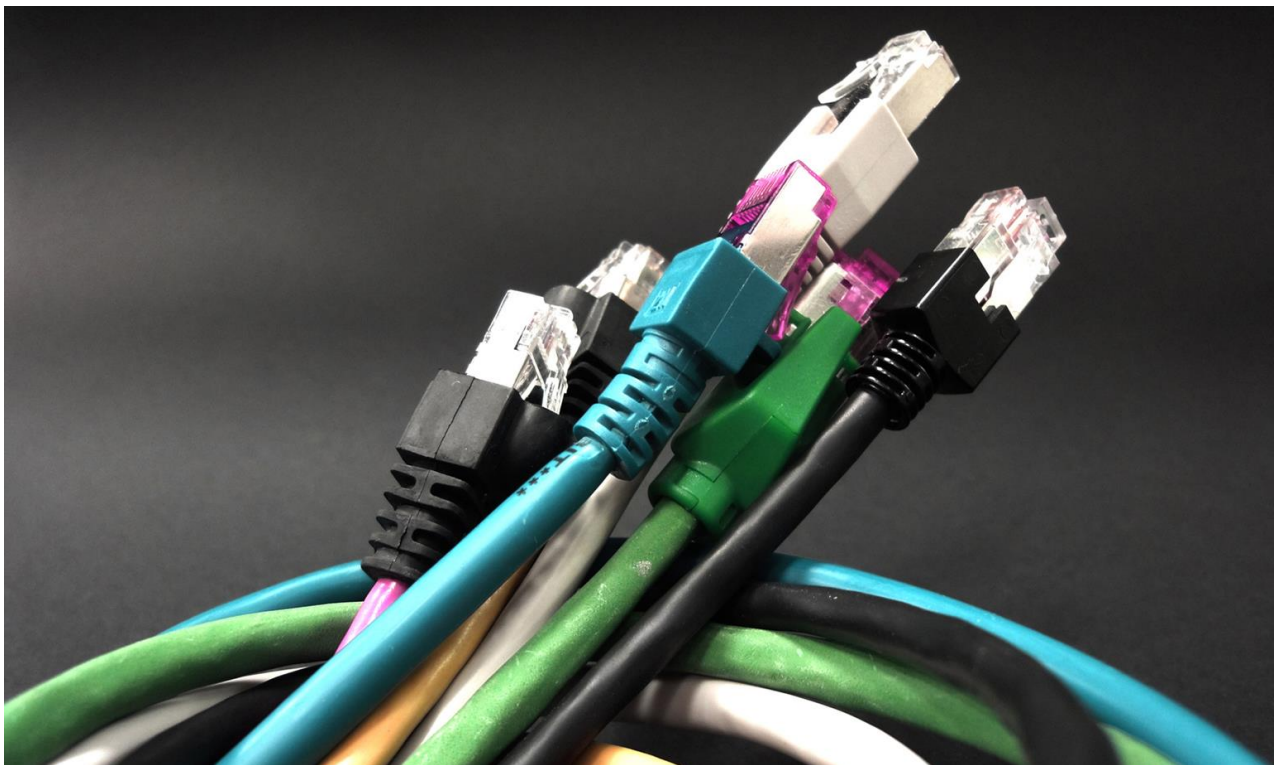


Avsedd för
SDC

Dokumenttyp
PM

Datum
Juni, 2018

LÖPANDE UTVÄRDRING AV SDC BEHOVSANALYS 2018



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	BEHOVSANALYS FÖR ATT VIDAREUTVECKLA SDC	1
1.1	Behovsanalysen baseras på intervjuer med företag och kommuner	1
2.	VILKA FÖRETAG KOMMER I KONTAKT MED SDC?	2
2.1	SDC möter främst nystartade företag	2
2.2	SDC möter nästan uteslutande små företag	2
2.3	Företagen som möter SDC befinner sig i ett tidigt skede av idéutveckling	Error! Bookmark not defined.
2.4	De flesta företagen kommer i kontakt med SDC via RISE	3
2.5	Stockholm Digital Care enligt projektplan och projektmedarbetare	Error! Bookmark not defined.
3.	HUR UPPFATTAS SDC AV FÖRETAG OCH KOMMUNER?	4
3.1	SDC ger företagen nyttig information och nätverk	4
3.2	Företagen är generellt sett positiva till SDC	4
3.3	Relevanta aktörer och värdefull information vid nätverksträffarna	4
3.4	Företag efterfrågar möten med målgruppen och insyn i kommunernas verksamhet	4
3.5	Kommunerna uppfattar SDC genomför relevanta aktiviteter för målgruppen	4
4.	VAD BEHÖVER FÖRETAGEN FRÅN SDC?	5
4.1	Företagen har behov av att komma i kontakt med beslutsfattare hos potentiella kunder	5
4.2	Företagen efterfrågar tätare kontakt med SDC och kontakt med potentiella kunder	5
4.3	Kommunerna uppfattar att SDC behövs för att skapa möten och sprida lärdomar	6
5.	VILKA YTTRELLIGARE BEHOV HAR FÖRETAGEN?	7
5.1	Företagen behöver ett forum för branschen, hjälp med marknadsföring och offentlig upphandling	7
6.	SLUTSATSER OCH INSPEL FRAMÅT	8
6.1	Företag som kommit i kontakt med SDC är generellt nöjda men det finns behov av mer	8
6.2	Små möjligheter för små företag att vinna upphandlingar	Error! Bookmark not defined.
6.3	SDC kan vara en möjlighet för företagen att möta verkligheten	8

1. BEHOVSANALYS FÖR ATT VIDAREUTVECKLA SDC

Projektet Stockholm Digital Care (SDC) startade 2016 och kommer att avslutas 2020. Fram till våren 2018 har projektet mött en rad olika företag och offentliga organisationer i Stockholmsregionen. Flera företag har besökt en eller flera nätverksträffar/seminarier som arrangerats av SDC, medan andra företag har inlett ett djupare samarbete med SDC.

För att säkerställa att projektets verksamhet är effektiv och anpassad efter målgruppens behov har SDC gett Ramboll i uppdrag att göra en behovsanalys bland de företag och kommuner som projektet möter. Syftet med behovsanalysen är att ge en bild av vad målgruppen behöver av en aktör som SDC och i vilken utsträckning som SDC möter dessa behov. Resultatet av behovsanalysen ger inspel till det fortsatta arbetet i projektet och framtida inriktning av SDC.

1.1 Behovsanalysen baseras på intervjuer med företag och kommuner

Behovsanalysen baseras på intervjuer med framförallt företag som har kommit i kontakt med SDC. Ramboll har intervjuat företrädare för tio företag som varit i kontakt med SDC i varierande grad, antingen deltagit på nätverksträffar/seminarier eller haft djupare kontakt med projektet, med personliga möten avseende idé och produkter. Företagen som intervjuats har valts ut av Ramboll utifrån en lista med företagskontakter som tillhandahållits av SDC.

Ramboll har också intervjuat företrädare för två kommuner som varit i kontakt med SDC. Respondenterna hos kommunerna har rollen som IT-samordnare inom vård och omsorg samt samordnare/utredare inom kvalitets- och verksamhetsstöd. De har båda deltagit på ett antal nätverksträffar/seminarier. En av respondenterna har också haft ytterligare kontakt med SDC och beskrivit kommunens behov.

Intervjuerna har kompletterats med en övergripande kartläggning av de företag som funnits med på SDC:s lista över företagskontakter. Syftet med kartläggningen är att visa vilken typ av företag som projektet typiskt möter. Kartläggningen baseras på SDC:s lista över företagskontakter, totalt 123 stycken. Av dessa har det varit möjligt att kartlägga 78 företag genom företagsdatabasen Retriever. Kontaktlistan är inte heltäckande för alla företagskontakter som SDC har haft, men är ändå representativ för merparten av de företag som SDC möter.

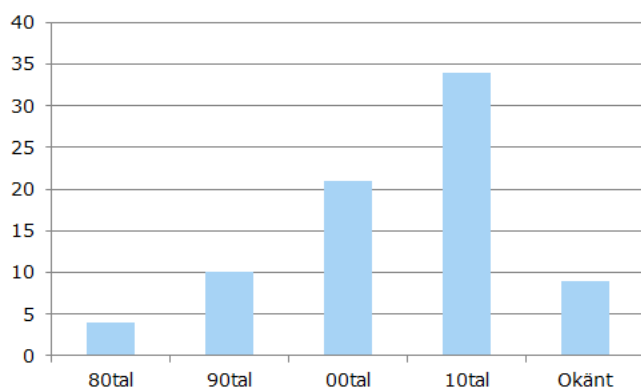
2. VILKA FÖRETAG KOMMER I KONTAKT MED SDC?

I följande avsnitt beskrivs vilka företag som kommer i kontakt med SDC och hur det generellt sett går till när kontakten knyts.

2.1 SDC möter främst nystartade företag

Kartläggningen av SDC:s företagskontakter visar att projektet mestadels möter nystartade företag i IT-branschen. De flesta företag har startats under 2010-talet.

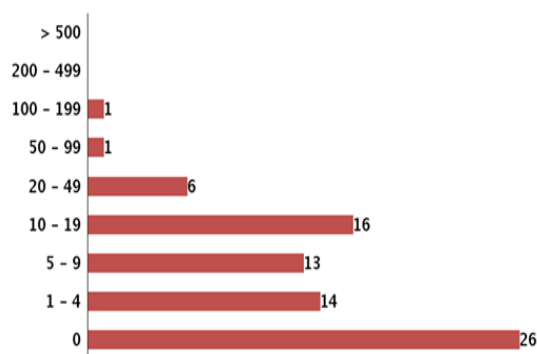
Figur 1. Startår hos de företag som haft kontakt med SDC. (N = 78 företag)



2.2 SDC möter nästan uteslutande små företag och många befinner sig i ett tidigt skede av idéutveckling

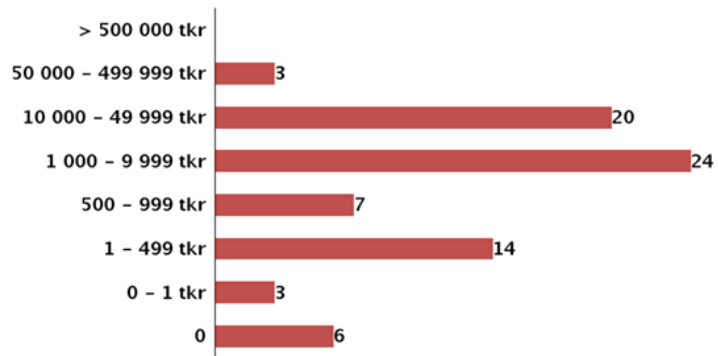
I intervjuerna med företag framkommer att många av företagen befinner sig i ett tidigt skede av sin utveckling av idé och företag när de möter SDC. I kartläggningen framkommer också att de företag som SDC kommer i kontakt med är nästan uteslutande små företag eller mikroföretag.¹ SDC når i liten utsträckning medelstora företag. Endast två företag som kartlagts i den här analysen har mer än 50 anställda.

Figur 2. Antal anställda hos de företag som haft kontakt med SDC. (N = 78 företag)



¹ Mikroföretag har färre än 10 anställda och högst 2 miljoner euro i årsomsättning och balansomslutning.

Figur 3. Omsättning hos de företag som haft kontakt med SDC. (N = 78 företag)



2.3 De flesta företagen kommer i kontakt med SDC via RISE

De flesta företag har fått kontakt med SDC via RISE, men det finns även andra exempel på kontaktvägar. Något företag har sökt upp SDC på egen hand, någon har blivit rekommenderad av personer i sitt nätverk som känt till SDC och andra har fått upp ögonen för SDC genom nätverks-träffar eller seminarier. Något företag har hittat SDC genom omvärldsbevakning kring e-projekt.

3. HUR UPPFATTAS SDC AV FÖRETAG OCH KOMMUNER?

I följande avsnitt beskrivs hur de intervjuade företagen och kommunerna uppfattar SDC och de projektaktiviteter som respondenterna har tagit del av.

3.1 SDC ger företagen nyttig information och nätverk

De intervjuade företagen uppger att SDC bidrar till fylla deras behov av nätverk och information. Företagen uppfattar att SDC fungerar som kontaktvägen till andra aktörer inom branschen – både kunder och samarbetsparter. SDC fungerar vidare som en "guide i kommundjungeln" som kan lotsa företagen rätt genom att dels informera om hur kommunerna arbetar, dels ger företagen möjlighet att träffa kommuner.

SDC beskrivs också som en aktör som kan bidra till att förkorta vägen från idé till kommersialisering, dvs *time to market*. Flera företag uppger att SDC har gett värdefulla inspel kring deras produkter och tjänster, t.ex. förutsättningar för kommersialisering av produkterna.

3.2 Företagen är generellt sett positiva till SDC

De intervjuade företagen är generellt mycket nöjda med de kontakter de haft med SDC (mestadels nätverksträffar/seminarier). Företagen ser SDC framförallt som en god kontaktyta. Flera företag uppger också att de har fått värdefulla inspel från SDC i sin produktutveckling. Företagen lyfter också fram att SDC ger bra och relevant information om processen och regelverket kring offentlig upphandling.

3.3 Relevanta aktörer och värdefull information vid nätverksträffarna

Företagens upplevelser av nätverksträffarna är överhängande mycket positiva. De ser SDC som en relevant arena både för att få information och möta både andra företag och kommuner. Företagen upplever att:

- Nätverksträffarna är ett bra forum för att hålla sig à jour med vad som är på gång i branschen
- Det är värdefullt att kommuner deltar vid nätverksträffarna för att ge köpar-/användarsidans perspektiv
- Det är relevanta aktörer som deltar vid nätverksträffarna
- Det är bra att nätverksträffarna arrangeras över lunchen så att ingen övrig tid tas i anspråk.

3.4 Företag efterfrågar möten med målgruppen och insyn i kommunernas verksamhet

De intervjuade företagen har ombetts att beskriva vad de saknar eller skulle vilja ha mer av på nätverksträffarna. Företagen har svarat att de eftersöker mer kontakt med den verklighet som deras produkter och tjänster ska möta. De vill gå in mer på djupet hur behoven ser ut hos anhängliga, brukare och personal på äldreboenden och i hemtjänsten. De vill också veta mer om hur kommuner tänker kring upphandling av den här typen av tjänster och behov samt deras behov.

Företagens önskemål för att utveckla nätverksträffarna:

- Kontaktuppgifter till alla som deltar vid nätverksträffarna
- Mer hands-on information hur saker fungerar ute i verksamheterna
- Fler möten med äldre och anhöriga för att diskutera deras behov
- Möten med personal för att diskutera deras behov
- Information om hur kommunerna tänker kring upphandling och de krav som ställs

3.5 Kommunerna uppfattar SDC genomför relevanta aktiviteter för målgruppen

De intervjuade företrädarna för två kommuner upplever att de flesta SDC-seminarier som de har besökt har varit mycket relevanta. Seminariet om Nackas välfärdsupphandling upplevdes som särskilt intressant eftersom det uppmuntrade till att "tänka utanför boxen".

4. VAD BEHÖVER FÖRETAGEN FRÅN SDC?

I följande avsnitt beskrivs vad de intervjuade företagen och kommunerna uppger att de behöver från SDC – både idag och framöver.

4.1 Företagen har behov av att komma i kontakt med beslutsfattare hos potentiella kunder

De intervjuade företagen har fått beskriva vilka utmaningar och behov som de själva står inför. Företagen uppger att de ser en stor utmaning i att träffa *rätt* personer som har mandat att fatta beslut om att köpa deras produkter och tjänster. Många visar stort intresse för deras produkter men få kan verkligen påverka ett beslut eller en affär.

Enligt företagen är det en utmaning att få kommuner att vilja och våga satsa på digitalisering av tjänster/produkter för äldre. De ser att det också är svårt för små företag att komma i kontakt med upphandlande aktörer och vinna upphandlingar. Det är svårt att på egen hand vinna upphandlingar, samtidigt som det är svårt att samarbeta med andra i en konkurrenssituation.

4.2 Företagen efterfrågar tätare kontakt med SDC och kontakt med potentiella kunder

Utifrån företagets behov har de intervjuade företagen ombetts att ge förslag på hur SDC bör utvecklas. Nedan beskrivs de förslag som lyfts i intervjuerna med företagen.

- **Ge mer tid för att stötta enskilda företag – följ upp och ta vidare**

Företagen uttrycker att de är i behov av en aktör som kan avsätta tid för dem och följa dem nära i deras utveckling. Enligt företagen finns det en risk att SDC blir en förening som visserligen ordnar bra möten, men som inte tar nästa steg och verkligen hjälper företagen framåt. De intervjuade företagen vill inte att SDC enbart förmedlar en kontakt till kommun eller annan organisation, utan ser gärna att SDC sedan följer upp och hör av sig för att fråga hur det gick och om företaget har ytterligare behov.

- **Bjuda in ett antal kommuner och låta företag presentera vad de gör**

Företagen uppskattar SDC:s kontaktnät inom kommunerna i Stockholmsregionen. Företagen vill i ännu större utsträckning möta kommunerna och gärna få chans att visa upp sina produkter och presentera vad de gör för ett antal inbjudna kommuner, som ett slags minimässa.

- **Matcha ihop företag och kommuner med behov**

Några företag ser också ett behov av en aktör som kan matcha ihop kommunernas behov med företagets erbjudanden och produkter. Det finns idag privata företag som erbjuder en sådan tjänst, men enligt de intervjuade företagen tar de ut stora arvoden för den tjänsten och det upplevs som alltför dyrt för ett litet företag.

- **Mer muskler åt SDC för att möjliggöra affärer för företagen**

De intervjuade företagen upplever att SDC saknar de verktyg som behövs för att verkligen kunna hjälpa företagen att skapa affärer. Företagen uppfattar att SDC antingen behöver mer makt för att kunna påverka kommunernas eller landstingets upphandlingar eller ha ekonomiska medel för att hjälpa till med finansiering av produktutveckling. Företagen uttrycker också en önskan om att SDC ska kunna rekommendera utvalda produkter till kommuner.

- **Berätta om hur andra har gjort och löst sina utmaningar**

En synpunkt som kommit fram under intervjuer med företagen är också att SDC skulle kunna komma med goda exempel och berätta hur andra företag har gjort för att komma in på marknaden och hur de har löst sina utmaningar med t.ex. offentlig upphandling. Genom goda exempel kan företagen få tips på hur de kan komma vidare i sin egen utveckling på marknaden.

4.3 Kommunerna uppfattar att SDC behövs för att skapa möten och sprida lärdomar

I likhet med företagen ser de intervjuade kommunerna ett behov av möten mellan företag och kommuner. Kommunerna behöver möta teknikföretagen få möjlighet att beskriva sin verksamhet, så att nya produkter och tjänster motsvarar deras behov.

De intervjuade kommunerna lyfter också fram att det är viktigt att kommuner och företag lär om varandras verksamheter för att skapa förståelse för de utmaningar och hinder när det gäller att satsa på ny teknik. Trots att de ser många exempel på god teknikutveckling och många relevanta bra produkter kan upphandlingsförfarandet vara krångligt och bromsa upp – oavsett bra teknik och goda möten med leverantörer.

5. VILKA YTTERLIGARE BEHOV HAR FÖRETAGEN?

I följande avsnitt beskrivs vilka behov som de intervjuade företagen uttrycker att de har och som de gärna skulle vilja ha hjälp med. Behoven presenteras så som företagen har beskrivit dem utan att Ramboll gjort en bedömning av om det är möjligt för SDC att möta behoven.

5.1 Företagen behöver ett forum för branschen, hjälp med marknadsföring och offentlig upphandling

- **Behov av ett forum för branschen att samlas och diskutera teknisk utveckling**
Några företag uttrycker behov av ett forum för företag i branschen kan träffas och diskutera bl.a. den tekniska utveckling som sker inom hälso- och sjukvårdsområdet.
- **Behov av hjälp med marknadsföring mot potentiella kunder**
Företag uttrycker att de vill ha hjälp med sin marknadsföring och att nå ut med sina produkter. De vill att SDC i större utsträckning bjuder in kommuner så att de kan visa upp sina produkter och skapa kontakter. Som ett led i detta föreslår ett företag att SDC skulle kunna vara en samlande kraft för att sätta ett antal mindre företag i kontakt med varandra så att de tillsammans kan delta på mässor med gemensam monter.
- **Behov av stöd för att kunna vinna offentliga upphandlingar**
Många av företagen som SDC möter är relativt nystartade företag som upplever att det är tufft och nästintill omöjligt att vinna offentliga upphandlingar. Företagen uppfattar att offentliga upphandlingar inte är anpassade efter förutsättningarna som råder för startups. Företagen upplever därför att de behöver stöd för att hitta sin väg framåt till kunderna. Hur ett sådant stöd skulle se ut har inte konkretiserats i intervjuerna.

6. SLUTSATSER OCH INSPEL FRAMÅT

Under våren 2018 har Ramboll presenterat resultaten av behovsanalysen för SDC:s styrgrupp och projektgrupp. Nedan presenteras Rambolls slutsatser och inspel framåt för projektet baserat på analysens resultat och kommentarerna vid presentationerna.

- 6.1 Företag som kommit i kontakt med SDC är generellt nöjda men det finns behov av mer**
Generellt är företagen som SDC har varit i kontakt med mycket nöjda med de kontakter de haft med SDC. Nätverksträffarna/seminarierna är uppskattade och upplevs som relevanta, både gällande ämnen och de kontakter som företag och kommuner knyter där.

För de flesta företag stannar kontakten med SDC vid att vara en mötesarena. Även om nätverksträffarna och seminarierna är uppskattade och upplevs som relevanta, kan SDC med relativt små medel ta ett extra steg och utveckla kontakten med företagen. Detta genom att följa upp förmedlade kontakter, låta företagen ta del av deltagarlistor och kontakta alla de varit i kontakt med en extra gång. Projektgruppen har goda förslag om att skapa key accounts, KAM, för olika företag de har kontakt med för att stärka kontakten och uppföljningen med företagen. Ramboll ser också att det finns behov av att systematisera och följa upp företagskontakterna.

- 6.2 SDC kan inte skapa affärer men väl guida företagen kring hur affärer kan möjliggöras**
Givet att de flesta företag som SDC möter är i tidig utvecklingsfas och behöver få ut sina produkter på marknaden är deras största behov och utmaning generellt att få till affärer. Där kan inte SDC hjälpa till hela vägen (och ska heller inte göra det). Risken är dock att det skapar frustration hos de företag som SDC möter.

I realiteten finns det små möjligheter för små företag att kunna bli upphandlade av kommuner. De måste gå ihop med varandra eller så måste de sälja till privata aktörer. Kommunerna kan inte ha många små leverantörer med små upphandlingar. Frågeställningar som behöver redas ut:

- Hur ska de framtida affärsmodellerna se ut på den här marknaden?
- Hur har man gjort inom andra områden, t.ex. telekom?

SDC kan här förtydliga sitt erbjudande och vad projektet faktiskt kan bidra med för att skapa för värde för företagen. Exempel på detta:

- Vara en "guide i kommundjungeln", d.v.s. bidra med relevant kunskap om hur marknaden fungerar och ser ut
- Komma med förslag och synpunkter kring företagets produkter
- Förklara hur ramarna och juridiken kring upphandling ser ut.

- 6.3 SDC kan vara en möjlighet för företagen att möta verkligheten**

Behovsanalysen har visat att företagen har ett tydligt behov av att få "möta verkligheten" och få en bättre bild av de behov hos anhängiga, brukare och personal som företagets produkter ska möta.

För att utveckla SDC som aktör och mötesplats kan projektet:

- Stärka sin unika position som aktör som förstår köparsidan genom att i större utsträckning informera om hur marknaden ser ut och vilka ramar för upphandling som finns
- Ge goda exempel på upphandlade produkter
- Låta företag presentera produkter i större utsträckning
- Låta kommuner, verksamhet, äldre och anhöriga presentera sina behov för företagen
- Samla och visa vilken teknik som finns och hur kommunerna skulle kunna dra nytta av den