



Konklusioner fra CMS Benchmark 2005

© Copyright BNP

Januar 2005

1 Fakta om analysen

BNP har hvert år siden 2001, gennemført en omfattende Benchmark analyse af markedets førende nationale samt internationale Portal- og Content Management Systemer (kaldet for CMS).

Til den netop afsluttede 2005 analyse blev data om de enkelte CMS-systemer indsamlet ultimo 2004 og inkluderede denne gang 37 udvalgte systemer, fra en bruttoliste på over 110 eksisterende systemer.

De udvalgte systemer vurderes af BNP, som værende de bedste på markedet pt. og fordeler sig således:

- 18 internationale, kommercielle CMS-systemer (udgør ca. 50%)
- 12 danske, kommercielle CMS-systemer (udgør ca. 30%)
- 7 Open Source CMS-systemer (udgør ca. 20%)

Det forhold, at antallet af CMS-systemer, som BNP betragter som værende førende, blot er faldet fra 42 til 37 siden forrige analyse viser, at markedet ikke konsolideres nær så hurtigt, som ellers antaget. Der er således stadig mange pressede aktører tilbage på et konkurrencepræget CMS marked, der trods alt overlever på grund af relativt loyale kunder.

BNP's årlige CMS Benchmark analyse er foretaget ud fra tre hovedkriterier. Hvert af kriterierne har fem underliggende parametre, som medarbejdere i BNP har givet points fra 1-5 for i et Scorecard for hvert enkelt system. Det drejer sig om:

Tekniske kriterier

- Arkitektur
- Integration
- Sikkerhed
- Customisering
- Out-of-the-Box funktionalitet

End-user kriterier

- Workflow
- Brugervenlighed
- Fritekstsøgning
- Personalisering
- Integration til klientværktøjer

Forretningskriterier

- Partnere/leverandører
- Fokus på 3. parts udvikling af services
- Pris
- Referencer
- Åben standard

BNP's Benchmarking af nationale samt internationale CMS-systemer, har gennem de seneste 5 år udgjort grundlaget for udvælgelse af CMS- og portalsystemer til en lang række danske virksomheders og organisationers intranet- og internetløsninger. Analysens specifikke resultater udgør således empirien for rådgivningen af BNP's kunder og udgives ikke i rapportform, da pointgivningen i bund og grund er subjektive ekspertvurderinger.

2 Udviklingstendenser

BNP har gennem den seneste Benchmark analyse identificeret følgende hovedtendenser, som har præget CMS markedet i det forgangne år og som BNP betragter for væsentlige for den videre udvikling indenfor CMS området.

2.1 CMS udviklingstendenser

Herunder nævnes fem udvalgte områder som har været fremtrædende i forhold til CMS-produktmarkedet.

2.1.1 Content Management Framework (CMF)

CMS som decideret udviklingsplatform (også kaldet for Content Management Framework (CMF)) er blevet yderligere udviklet. I de mest innovative virksomheder benyttes CMS-systemet nu aktivt i udviklingen af forskellige webbaserede projekter, frem for blot til simpel publicering.

Det fremstår tydeligt for BNP, at der i stort omfang i 2005 er blevet udarbejdet produktspecifikke, tekniske Best Practices hos CMS leverandørerne, der sikrer en mere hensigtsmæssig implementering af projekterne for kunderne. Der er kommet større fokus på, at systemet kan klare udfordringerne fra de varierende, tekniske problemstillinger, som dukker op under foranalyserne til projekterne. Dette sker ikke mindst som en konsekvens af, at stadigt flere CMS projekter indebærer integration til andre systemer. Dette forhold gør processerne unikke, hvilket kræver et fleksibelt udviklingsværktøj - mere end blot et standardiseret "Out of the Box" produkt, der kan det samme for alle.

2.1.2 CMS-system integration

Internationalt smelter Document Management, Content Management, Asset Management, Groupware og andre beslægtede områder sammen med på fælles platforme. Dette afspejles i stadigt flere sammenlægninger af selskaber med rødder i vidt forskellige områder. Dette vil formodentlig også snart finde sted i Danmark, som konsekvens af et stigende strategisk fokus på videndeling og egentlige virksomhedsportaler med effektive arbejdsredskaber hertil.

2.1.3 Søgefunktionalitet

Søgefunktionalitet er nu den suverænt vigtigste kernekomponent, der skal få diverse indhold i CMS-løsninger til at hænge sammen. Det er

samtidig denne funktionalitet, der retter kundens fokus på hvorledes metadata håndteres i CMS-systemet.

2.1.4 Kundekrav og leverandørkompetencer

En stor del af CMS-leverandørvirksomhederne bevæger sig ind på områder, hvor de ikke har kernekompetencer og det er kunderne der kommer til at betale regningen for disse tvivlsomme udviklingsprojekter. Det er generelt et problem at CMS-leverandørerne, i stedet for at forædle deres kerneprodukt, søger at sprede deres kompetenceområder. Dette betyder at mange CMS produkter mht. brugervenlighed og kernefunktionalitet ikke udvikles i samme hastighed, som resten af softwaremarkedet.

2.1.5 Elektroniske blanketter og digital signatur

Blanketter på både intranet og internet vil i det kommende år blive et nyt fokusområde for CMS leverandørerne. Dette skyldes flere forhold:

- Elektroniske blanketter har stort potentiale med hensyn til effektivisering af interne og eksterne processer
- Blanketterne kan betragtes som specialiserede brugergrænseflader med hensyn til vedligeholdelse af data/indhold, der ikke kræver uddannelse i CMS-systemet
- Blanketter med digital signatur er juridisk bindende

De nuværende elektroniske blanketsystemer er stadig relativt umodne og lever langt fra op til kundernes behov. BNP forudser derfor, at der i den nærmeste fremtid vil ske en produktintegration mellem blanketsystemer og CMS-systemer.

2.2 Udviklingstendenser i forhold til hovedkriterier

Herunder beskrives hvilke områder, som BNP har konstateret, at CMS-leverandørerne primært har haft fokus på i det forgangne år.

2.2.1 Tekniske kriterier

Integration har helt klart været et fokusområde i 2004, især for de mere veletablerede CMS-leverandører. Det er i det hele taget et område, der af kunderne ønskes bedre understøttet i de generelle CMS-udviklingsværktøjer, som de kan købe. Leverandører som stadigvæk blot har fokus på publicering via deres CMS-system går svære tider i møde.

Sikkerhed og rettigheder har også haft en fremtrædende rolle, fordi det især på intranet bliver stadigt sværere at skabe overblik over hvilke medarbejdere, der har ansvar for hvilket indhold. Dette påvirker kvalitet og validitet af indholdet og sænker den grundlæggende mulighed for systematisk videndeling, som der fokuseres på i den stigende interesse blandt virksomhederne for Knowledge Management området.

Endelig kan BNP konkludere, at der udvikles stadigt mere Out-of-the box funktionalitet, men det er generelt præget af dårlig kvalitet. Dette er især tilfældet når udviklingen foregår indenfor områder, som hverken er kerneområdet for CMS-leverandørerne eller hos de af deres kunder, som

mere eller mindre bevidst sponsorerer produktudviklingen hos deres leverandør.

2.2.2 End-user kriterier

På trods af det store fokus på brugervenlighed, er dette en disciplin, der hos alt for mange CMS-leverandører ikke beherskes. Hos langt de fleste leverandører er systematiske brugervenlighedstest ikke en naturlig del af udviklingsprocessen, hvilket BNP mener, at det burde være. De få rigtigt brugervenlige produkter eller moduler er mere et udslag af, at it-udviklere med brugervenlighedskompetencer tilfældigvis har været med til at præge produktet over længere tid .

Som nævnt tidligere er søgningen den vigtigste komponent i udviklingen af en CMS baseret løsning på internet. Dette forhold gælder imidlertid i endnu højere grad for større intranetløsninger. Søgningen er ofte den komponent, der indekserer information i andre systemer og på den måde også initierer en egentlig integrationsstrategi.

Personalisering er fortsat et fokusområde. Det er i denne forbindelse tydeligt for BNP, at CMS-leverandørerne pt. fokuserer meget på portalfunktionalitet og portalleverandørerne omvendt fokuserer meget på CMS-funktionalitet. Resultatet er ofte CMS-systemer med ufuldstændig portalfunktionalitet og portalprodukter med umoden CMS funktionalitet. Begge parter "kannibalerer" således hinandens specialer, frem for at eventuelt at samarbejde.

2.2.3 Forretningskriterier

Markedet er splittet med hensyn til forretningsmodeller. Hos CMS-leverandører med eksterne partnere søges en balance opretholdt, hvor der tilbydes tilstrækkelig funktionalitet til at produkterne er attraktive, men samtidig gives der mulighed for at de eksterne partnere kan levere et minimum af implementeringsydelser.

Hos andre leverandører, der selv tilbyder implementeringer af færdige løsninger er der til gengæld fokus på, sammen med kunderne, at udvikle platforme med flest tænkelige moduler. BNP vurderer, at de udviklede modulers kvalitet dog ikke kan følge med den generelle udvikling af applikationer på resten af markedet.

Mange leverandører i Danmark har ofte svært ved at samarbejde med 3. parts leverandører. Dette vurderer BNP som direkte uhensigtsmæssigt, hvis man som leverandør har fokus på internationalisering og konsolidering.

Der er endvidere en tendens til at visse moduler bliver tilbudt som Open Source for at sikre, at kunden kan tilrette systemet efter egne krav og behov. Dette kan blive et nyt salgspareparameter på et presset marked, hvor den enkelte leverandør hele tiden skal søge at differentiere sig fra konkurrenterne med nye kunderettede tiltag.

Endelig kan BNP konstatere, at offentlige myndigheders stadigt flere digitale projekter, tvinger CMS-leverandørerne til at fokusere på

standarder. Efterhånden som produkterne konverterer mod udviklingsplatforme, er det dog reelt set ofte serviceleverandørerne der skal levere kompetencer på dette område, under implementeringen af løsningerne.

2.3 Generelle implementeringstendenser

Helt overordnet kan det ud fra BNP's erfaring som rådgivere i en række store projekter i 2004 konkluderes at:

1. CMS-systemer integreres og tænkes på kundesiden sammen med andre systemer, da værdien af datakvalitet (og validitet) for alvor er ved at blive synlig for køberne af systemerne, som ikke længere kun er it-afdelingen
2. Implementeringer hvori CMS-systemer indgår bliver generelt bedre analyseret og gennemtænkt for sikring af en bedre og mere fremtidsrettet infrastruktur. Herunder fokuseres i højere grad på metadata som binding mellem forskellige systemer

Sammenfattende kan BNP konkludere, at kunderne for alvor har fået fokus på CMS-systemernes styrker og svagheder. Det skyldes at køberne efterhånden har gjort sig en del erfaringer med CMS-systemerne og derved lettere kan definere hvilken rolle CMS-systemet fremover skal spille i forhold til andre applikationer og datakilder i virksomheden. Derved kan krav og behov til CMS-systemet bedre kvalificeres, hvilket medfører at forventningerne i højere grad end tidligere indfries.

Med andre ord er der sket en synlig modning på kundesiden, i forhold til et it-område, der var helt nyt for de fleste for bare 5 år siden. Dette forhold er måske det som for alvor vil sætte skub i en indtil nu overraskende langsom konsolidering af markedet. Nu er køberne, i form af deres mere eller mindre positive erfaringer med deres første CMS-systemer blevet godt rustet til at skelne mellem "skidt og kanel" på et CMS marked, som det længe har været alt for let at entrere for hvilken som helst udbyder, med selv det mest simple publiceringssystem og en uprofessionel organisation i ryggen.