



# Dialogkonferanse Ruter AS

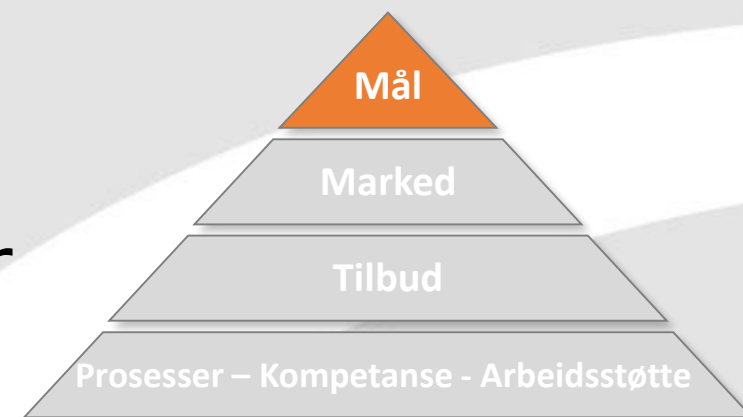
Hans Rasmussen, 19.08.2014



# Mål

Ledende og pålitelig leverandør innen IT for logistikk og transportrelatert virksomhet.

...gjennom å medvirke til å skape sikker, miljøvennlig og effektiv flyt av data, gods og mennesker.



## ***Hva er det viktig at Ruter gjør for at du som leverandør skal tilby dine beste folk?***

- Forutsigbarhet
  - Økonomi
  - Planlegging
- Interessante og utviklende oppgaver
  - Stort spekter av oppgaver
- Langsiktighet og muligheter til å bli god på Ruters domene
  - Verdsette leverandører som ønsker å være kontinuitetsbærere

## ***Hvilke kontraktsformer ønsker leverandørene primært å benytte? Hvorfor?***

- Veloverveid blanding mellom konsulentkjøp, prosjekt- og forvaltningsavtaler
  - Ulike oppdrag krever ulike avtaler og de forskjellige avtalene har sine fordeler
- SSA-S
  - Gir gode tilpasningsmuligheter til de ulike oppdragene hvis man bruker tid på å benytte seg av alle mulighetene som tilbys

## ***Hvilke risikodelingsmodeller har leverandørene best erfaring med for leveranser på IKT området?***

- Enkel risikoanalyse
- Skjevhet i leverandørens disfavør
  - Økonomisk oppside
- Smidighet fører til mindre risiko, men kan føles mer risikabelt
  - Kommunikasjon og opparbeidet tillitt

## ***Hvordan spesifiserer Ruter best en konsulentprofil for at leverandør skal kjappest og best mulig svare på forespørselen med riktig person?***

- Ikke for høyt detaljnivå i krav
  - Ikke erfaring med et bestemt prosjektstyringsverktøy, men erfaring med prosjektstyringsverktøy
- Kategorisering av krav mhp viktighet og referansekrav
- Be om tydelig kobling mot CV og referanseprosjekter – Ingen duplisering av info eller rom for misforståelser

## ***Hva bør være Ruters viktigste fokusområder for å bli en attraktiv og god kunde?***

- Konstruktive og krevende
- Oppmuntre til prosjekter som ligger i forkant mhp teknologi og prosess
- Langsiktighet
- Arbeide med å få en smidig driftsorganisasjon
- Entusiastiske og oppdaterte prosjektledere