

Christer Rosén och AROS/ROSAM

Började 1963 på ASEA IBM 7040 skrev alla inst själv, ansv för ASEAs inköpssystem i drift till 2005, 67 skulle Chr göra ett inköpssystem med många "register". Gjorde ett generellt registerhanteringsprogram. Verksamhetskraven gjorde att det blev hierarkiskt. 1968 besöktes ASEA av ett konsultföretag som skulle bedöma teknikhöjd etc. Rek att registerhanteringsprogrammet skulle användas i all systemutveckling. Då fanns IBS "accessmetoder" ISAM t.ex. gav namnet ROSAM. CFD var tidig användare 1970. Chr utlånad till IBM i LA för att hjälpa till med design av IMS version 2. Mycket i IMS är kopierat från ROSAM (t.ex. HDAM). IMS var den enda programvara som IBM tog betalt för vid denna tid. Christer fick behålla rätten till ROSAM från ASEA när han öppnade eget företag. Ny produkt skulle kunna gå i en 32Kdator. Konsultade på Volvo på halvtid en tid för att finansiera utvecklingen. Visionen var att kunna realisera sina idéer. Strategi: en kund per år, ta fram metodik för applikationsutveckling så att allt blev lyckat.

Chr hade en bra relation till IBM ASEA fick IMS gratis. Man konverterade till IMS från gamla ROSAM. Sedan gjorde man prestandajämförelser mellan produkterna. Percy Barnevik utvärderade ROSAM mot IMS och valde IMS (mycket gratis från IBM). Offererat fast pris 1 MKR. AROS grovdesignades inför detta. Hösten 71 utvecklades AROS, klart 1972 gick man i produktion med AROS. AROS hade mer funktionalitet än IMS version 2. Astra ny kund, Scania, Hägglund, Primdata (NJA) blev kunder. Kopierade IBM strategi (de säljer inte, inte heller Chr). Lovade att priserna skulle följa konsumentprisindex. Vid en viss volym stannade man upp, för att se till att man inte släpade efter tekniskt. Ett konsultföretag skulle sälja i England, men de konkade av andra orsaker. ASEA hade upp till 12000 terminaler.

Framgångsfaktor: Gör rätt saker, följ kundens behov, lev ute hos kunden och förstå deras behov. Man har tom gjort produkter som gör att kunden lätt kan migrera **från** produkten.

Försäljningen var en kund per år fram till 1980 (13 kunder som max), i dag finns 2 kvar. Kunden har alltid initiativet.

KFF: 8 per kan hålla en lösning i huvudet, man behöver inte dokumentera ihjäl sig, men man måste veta vad man vill göra och hur. "Religiösa" människor drar åt fel hör. Utvecklingen är som ett tåg. Står man framför blir man överkörd, släpar man efter slår man huvudet i syllarna, det gäller att vara på en vagn i mitten.