

PRIPREMILI: Zdenka Hrabar i Stanislav Marušić
 FOTO: Zdenka Hrabar, iz kompanijskoga fundusa

Ericsson ima spreman odgovor na želje krajnjih korisnika

Neprekidni razvoj i nagla ekspanzija raznorodnih usluga temeljenih na suvremenim informacijsko-komunikacijskim tehnologijama na određeni su način postavili visoke standarde u očekivanjima krajnjih korisnika. Današnji korisnik posjeduje zavidnu razinu informatičke pismenosti, a s posebnim je interesom fokusiran upravo na telekomunikacijska rješenja. Svoju dugogodišnju reputaciju lidera u telekomunikacijskim rješenjima Ericsson velikim dijelom zahvaljuje i kontinuiranim praćenjem korisničkih potreba i anticipiranjem njihovih želja kako bi telekomunikacijskim operatorima osigurao optimalna rješenja. Stručnjaci Ericssona Nikole Tesle svojim proaktivnim pristupom također sudjeluju u stvaranju novih proizvoda i rješenja.

SVUGDJE, UVIJEK, NA SVAKOM UREĐAJU

Boris Jukić, rukovoditelj u području usluga, ishodište trendova u željama i potrebama pronalazi u izrazitoj promjeni navika krajnjih potrošača. Korisnici ne žele više biti samo pasivni potrošači već aktivni kreatori svojih sadržaja. U segmentu korisnika, takav pristup je naročito evidentan kod tzv. digital natives generacije, tj. mladoj populaciji koja je odrasla uz digitalnu tehnologiju. U kreiranju vlastitih sadržaja korisnicima je nebitna tehnologija koja stoji iza usluga, ali žele dostup svugdje, uvijek i na svakom uređaju.



Boris Jukić

KORISNICIMA NUDIMO OPTIMALAN ODNOS CIJENE I KVALITETE

Sanja Rodinis, direktorica kompanije Sony Ericsson u Hrvatskoj komentira ulogu Sony Ericssona kao poveznice između Ericssona kao isporučitelja telekomunikacijskih rješenja i krajnjih korisnika:

„Sony Ericsson u osam godina postojanja objedinjava najbolje od obje tvrtke osnivača – Sonyja i Ericssona. Sony je dugogodišnji lider na području multimedije s uglednim brandovima poput Walkmana™ i Cyber-shota™, a Ericsson je poznat kao inovator u području telekomunikacija i komunikacijskih sustava. Mi u Sony Ericssonu dosta polažemo i na dizajn, no uz napredne tehničke mogućnosti i izvrstan izgled proizvoda, također uvijek nastojimo korisnicima ponuditi optimalan odnos cijene i kvalitete.“

Vežano uz trendove kupnje mobilnih telefona, Sanja Rodinis kaže: *„Danas je korisnicima sve važnija i estetska komponenta. Prošlo je vrijeme kada je poslovna žena mogla kupiti samo poslovni telefon tipično „muškog“ izgleda. Trenutačno nudimo nekoliko modela za poslovne žene: modele klasičnog izgleda, G700 i G900, sa zaslonom osjetljivim na dodir i izvrsnim organizatorom, kalendarom i ostalim opcijama s operativnim sustavom Symbian, X1 koji stvarno izvrsno izgleda, a mnogi poslovni korisnici odabiru uređaje više klase iz serije Walkman™ i Cyber-shot™, koji im također omogućavaju pristup korporativnoj e-pošti. W980 je na primjer, sa svojih 8GB interne memorije, izbor poslovnih ljudi koji često slušaju glazbu.“*

Na pitanje koji mobilni telefon posebice preporučuje poslovnim korisnicima Sanja Rodinis odgovara: *„Bez dvojbe, Sony Ericsson Xperia X1, naš prvi pametni telefon koji koristi operativni sustav Windows Mobile 6.1, a koji mi osigurava brzi pristup svemu što mi je važno tijekom radnog vremena i dok provodim vrijeme s obitelji.“*



Sanja Rodinis

„Ericsson je prepoznao tu interaktivnost i neovisnost te je prilagodio svoju ponudu potrebama telekomunikacijskih operatera za krajnje korisnike. Veliki potencijal su svakako sadržaji poput socijalnih mreža, personaliziranog mobilnog oglašavanja, igara i glazbe te konvergentne televizije. U tom kontekstu, Ericsson vidi višemedijski podsustav temeljen na internetskom protokolu (IMS – IP Multimedia Subsystem) kao ključan sustav koji omogućuje ponudu konvergentnih usluga te standardizaciju s kraja na kraj mreže kao preduvjet za daljnji razvoj.“

VIŠEKANALNA I MULTIMEDIJALNA KOMUNIKACIJA

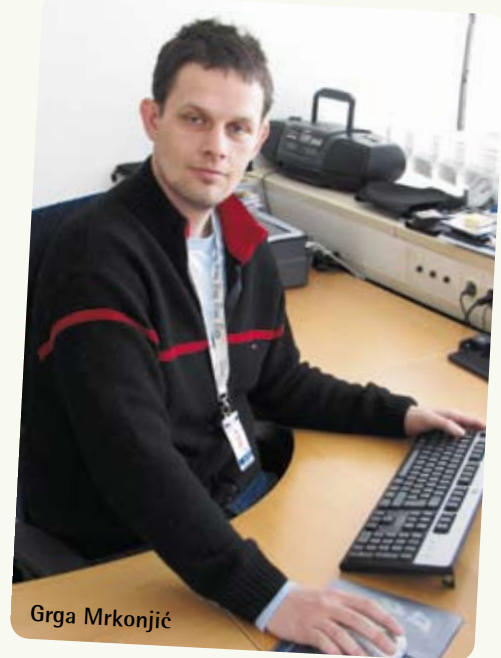
Grga Mrkonjić, menadžer za prodaju na tržištima susjednih zemalja, presudnim faktorom u daljnjem razvoju smatra brzi paketni pristup putem mobilnih mreža koji je napokon omogućio ostvarenje paradigme svepristunog širokopojasnog pristupa. Istovremeno, napredni su korisnički uređaji omogućili korištenje naprednih usluga čiji su temelji postavljeni Web 2.0 paradigom.

„Višekanalni i multimedijalni način komunikacija nije više stvar prestiža već potreba sve većeg broja korisnika mobilnih komunikacijskih usluga. Krajnji korisnik želi jedinstvenu uslugu, nevezano za kanal pristupa i uređaj kojim konzumira uslugu“, smatra Grga.

Kvalitetan temelj za postizanje optimalnog zadovoljenja potreba i želja leži u Ericssonovom strateškom pozicioniranju i prilagođavanju prisutnoj komunikacijskoj evoluciji kroz

širok spektar tehnološki i uslužno konvergentnih rješenja i komplementarnih usluga systemske integracije.

„Prateći nove trendove, Ericsson kroz svoj portfelj nudi inovativna rješenja u areni multimedijalnih usluga, bilo kroz ponudu vlastito razvijenih rješenja, ponudu rješenja kroz partnerstva s fleksibilnim vanjskim dobavljačima ili kroz sve prisutnije pružanje kompletnih rješenja putem usluga upravljanja rješenjima (hosted services). Kroz ovako dinamičan razvoj portfelja multimedije i fiksno-mobilnih konvergentnih rješenja, puno fleksibilnije i brže je moguće odgovoriti na konstantne nove zahtjeve naših kupaca uzrokovane upravo novim načinom komuniciranja“, zaključuje Grga.



Grga Mrkonjić

PRIPREMILA: *Jadranka Lončar*
FOTO: *iz korporativnoga fundusa*

IZDVAJAMO IZ KORPORATIVNIH INTERNIH MEDIJA

I glazba je postala mobilna

Industrija informacijskih i komunikacijskih tehnologija ima velika očekivanja kada je riječ o uslugama vezanim uz slušanje glazbe u pokretu, s mobilnih telefona. Izgleda da je interes krajnjih korisnika i veći.

Sve je pitanje cijene i zaštite prava vlasništva. Tehnologija je dostupna, potreba tržišta očigledna, pogotovo uzmemo li u obzir činjenicu da korisnici žele smanjiti broj uređaja putem kojih su im različite komunikacijske mogućnosti na raspolaganju. Dostup omiljenim glazbenim brojevima putem Interneta već je, više-manje, dobro uhodan posao, a mobilni Internet u ovom segmentu tek treba reći svoju zadnju riječ.

Korisnici neće mobilni telefon koristiti kao medij za slušanje glazbe ukoliko cijene ne postanu pristupačnije, tvrdi Deepa Karthikeyan, analitičarka mobilnih usluga u tvrtci Current Analysis i ukoliko usluge poput mobilnoga dostupa glazbi ne postanu dio standardiziranih paketa. Da bi se telekomunikacijske tvrtke i operatori uspješno ubacili u ovaj posao potrebno je da uvedu komunikacijske funkcionalnosti koje će naglasak staviti na mobilni pristup s bilo kojega mjesta, u bilo koje vrijeme. Za sada trendove u ovom području diktira Appleov iTunes.

