

## 1. Koje su sve interesne grupe uključene u industriju multimedijских usluga?

- Danas digitalizacija medija omogućuje distribuciju sadržaja na mnogo načina. Korporacija Ericsson koja u mnogočemu kreira nove ICT trendove mobilni telefon vidi kao uređaj sa snažnim potencijalom da postane osnovni alat za konzumiranje multimedijских sadržaja. Njihova distribucija pokrenula je drugi val telekomunikacijskih usluga, a njihovi isporučitelji i operatori sustava preko kojih se ti multimedijски sadržaji distribuiraju u njima su našli značajan izvor prihoda.

Konvergencija fiksnih i mobilnih telekomunikacija, industrije medija te internetskih i informacijskih tehnologija otvara novi svijet u kojemu

potreba jedne specifične interesne grupe – krajnjih korisnika.

## 2. Što žele krajnji korisnici?

- Općenito uzevši, ljudi danas žele sve više toga obaviti koristeći suvremene komunikacijske tehnologije. Komunikacije više ne podrazumijevaju samo telefonski razgovor, već uključuju i pretraživanje Interneta, otvaranje blogova, sudjelovanje u chat sesijama te stvaranje vlastitih sadržaja i njihovo razmjenjivanje unutar globalne komunikacijske mreže. Ljudi danas žele s različitih mjesta i u bilo koje vrijeme imati pristup korporativnim podacima tako da se briše granica između privatnoga i poslovnoga, ljudi danas žele bilo kada i bilo gdje imati pristup do najnovijih informacija iz svijeta sporta, zabave, filma te video igara, i to

predvodnika u području usluga, zbog čega se danas najveći dio globalnoga multimedijškoga prometa ostvaruje upravo putem njegovih tehnologija.

Mobilna televizija, pak, podrazumijeva puno više od pukoga prijenosa tradicionalnih televizijskih sadržaja na malom zaslonu mobilnoga telefona. Iskustvo pregledavanja sadržaja koje nudi mobilna TV u mnogočemu se razlikuje od sjedenja pred klasičnim televizorom. Osim mobilnosti koja omogućuje praćenje programa s bilo kojega mjesta, mobilna TV omogućuje personalizaciju TV



ono predstavlja cjeloviti paket koji podržava visoke mrežne performanse i visoku kvalitetu usluge, odnosno, sve ono što čini atraktivnu mobilnu TV. Aktivnu ulogu u namjeri da se korisnicima osiguraju nove komunikacijske mogućnosti, a operatorima povećanje prometa ima i Ericsson Mobility World, partnerski program koji predstavlja mrežu stručnjaka, inovatora i kompanija uključenih u svijet multimedijških usluga i aplikacija. Povrh toga, Ericssonove mobilne platforme i laboratorij za korisnička i poslovna rješenja (*Consumer & Enterprise Lab*) otvaraju prostor za višestruko suradnju s proizvođačima mobilnih uređaja, operatorima i ponuditeljima multimedijških sadržaja.

## Pripadnost multimedijским zajednicama kao suvremeni način života

je komunikacija porukama, podacima i slikom omogućena svima, i to u svakom trenutku kada to poželes. Sudionici svih industrija koje imaju dodira s tim svijetom nastoje definirati svoje nove uloge te procijeniti svoje šanse za uključivanje u lanac rastućih vrijednosti. Kompanije koje se bave razvijanjem medija i sadržaja od svojih telekomunikacijskih partnera očekuju da osiguraju nove distribucijske kanale. Dvije lako prepoznatljive popratne pojave koje idu uz taj trend su sve oštrija tržišna utakmica i kraći životni vijek usluga. Ponuda multimedijških usluga donijela je i nove modele poslovanja kao što su upravljanje partnerstvima, dijeljenje dobiti, upravljanje bazama kupaca i upravljanje uslugama. Na komercijalni uspjeh značajno utječe i odabir arhitekture zbog čega na važnosti dobivaju parametri kao što su sigurnost usluge, isporuka, korisničke baze i sustavi podrške. Kao što vidimo, svijet multimedija otvara brojne mogućnosti veoma brojnoj i šarolikoj skupini igrača, no svi su oni usmjereni na zadovoljavanje

bez obzira na to kakav uređaj im trenutačno bio pri ruci. Korisnici suvremenih komunikacija žele se predstaviti u nepreglednom globalnom virtualnom komunikacijskom prostoru te žele pripadati odabranim multimedijским zajednicama. Pri tomu je jednostavnost korištenja multimedijških usluga nezaobilazni zahtjev kojemu mora udovoljiti svako rješenje. Korisnici multimedijških usluga prije svega žele lako i brzo pronaći, učitati i koristiti multimedijške sadržaje.

## 3. Što je to umrežena televizija (networked TV), a što mobilna televizija (mobile TV)?

- Umrežena televizija i video sadržaji najprosperitetniji su dio multimedijškoga tržišta u nastanku. Kako televizijski gledatelji postavljaju sve sofisticiranije zahtjeve i imaju sve veća očekivanja od industrije, i programi koji su im prihvatljivi i tehnologije dostupa do TV i video sadržaja moraju pratiti tu visoku razinu očekivanja. U takvom multimedijškom svijetu IPTV i usluga „video na zahtjev“ predstavljaju sve veći dio prometa koji kola informacijsko-komunikacijskim mrežama. Taj trend Ericsson je na vrijeme uvažio u svojoj poslovnoj strategiji te se pozicionirao na mjesto svjetskoga

sadržaja. Korisnik može, recimo, odabrati da mu se na mobilni uređaj redovito šalju video izvještaji s najnovijim sportskim informacijama. Mobilna TV

JEDNOSTAVNOST  
KORIŠTENJA  
I BOGATSTVO  
SADRŽAJA DVIJE  
SU NEZAIBILAZNE  
ODLIKE PONUDE  
MULTIMEDIJSKIH  
USLUGA.

podrazumijeva i interaktivnost te omogućuje glasovanje i chat putem mobitela. Ukratko, umrežena TV i mobilna TV korisnicima osiguravaju pristup raznolikim korisnim i zabavnim sadržajima, bilo kada, bilo gdje, a oglašivačima te isporučiteljima sadržaja i usluga otvaraju nove mogućnosti prihoda.

## 4. Što Ericsson može ponuditi operatorima i ponuditeljima sadržaja u segmentu multimedijških usluga?

- Kada je riječ o mobilnoj TV Ericsson svojim partnerima nudi uspostavljanje mreža isporuke sadržaja, 3G mreže preko kojih će se ti sadržaji distribuirati te hosting usluge. Rješenje Ericsson Mobile TV dio je Ericssonovoga portfelja u multimedijškom segmentu, a

## 5. Mobilni pristup glazbenoj ponudi sve je atraktivnije područje multimedija. Gdje je tu Ericssonovo mjesto?

- Kada je riječ o mobilnoj glazbenoj ponudi Ericsson nudi nekoliko usluga razvijenih u okviru poslovanja na području sadržaja i aplikacija. Ericsson je orijentiran na konvergenciju rješenja za mobilni pristup glazbenim uslugama, što njegova rješenja čini troškovno učinkovitima. Distribucija sadržaja podržana je širokopojasnim vezama s osobnoga računala prema Internetu ili radijskom vezom (*Over-The-Air, OTA*) prema mobilnim uređajima korisnika. Ericsson je, dakle, isporučitelj cjelovitih rješenja za mobilni pristup glazbenim sadržajima, a u tomu mu veliku podršku pružaju partneri koji su u području multimedijških rješenja prepoznatljiv brand - Napster, Sony BMG, EMI i Warner. U suradnji s Napsterom Ericsson je, primjerice, na tržište lansirao svoju *Hosted Entertainment & Application Tools (HEAT)* uslugu, koja djeluje kao most između korisničkih mobilnih uređaja, mrežnih operatora i Napsterove glazbene datoteke.

**Pozivamo čitatelje da na e-adresu Ericssona Nikole Tesle pošalju upite na temu systemske integracije i poslovnih sustava na koje će u idućem broju Komunikacija odgovoriti kompanijini stručnjaci: [etk.company@ericsson.com](mailto:etk.company@ericsson.com)**