

Lansiranje i upravljanje inovativnim uslugama

Ericsson u suradnji s partnerima nudi potpuna rješenja, od rješenja za pristupne i jezgrene mreže, do široke palete inovativnih multimedijalnih usluga.

Danas, kada globalna istraživanja pokazuju da u 2009. godini 75 posto korisnika planira izdvojiti jednaki iznos na komunikacijske usluge kao i prošle godine, dok njih čak 19 posto izdvajanja planira smanjiti, operatorima se nameće pitanje: kako privući nove i zadržati postojeće korisnike te povećati svoje prihode. Glasovni pozivi i SMS su kao usluge dosegle svoju zrelost i već su dobro poznate i općeprihvaćene među korisnicima. Mobilni širokopolasni pristup korisnicima pruža privlačnu mogućnost da u svako doba dana imaju brzi pristup željenim sadržajima na mreži neovisno o uređaju ili lokaciji. No, ono što čini razliku između pojedinih operatora su inovativne usluge prilagođene trenutačnim željama i potrebama korisnika.

Da bi se lansirala inovativna usluga zanimljiva korisnicima, neophodno je dobro poznavanje njihovih navika i potreba te usklađivanje s trendovima na tržištu. Gledajući područje Interneta, posljednjih smo nekoliko godina svjedoci golemoga uspjeha kojega postižu portali *YouTube*, *MySpace*, *Facebook*, *Flickr* i sl. Kada bi primjerice *Facebook* bio država, sa svojih više od 300 milijuna korisnika bio bi četvrta država svijeta što govori o popularnosti internetskih socijalizacijskih mreža i sadržaja koje generiraju sami korisnici. Statistike također govore da čak 95 posto vlasnika mobilnog telefona nikada bez njega ne izlazi iz kuće. Ti podaci potvrđuju činjenicu da korisnici teže prema višekanalnoj, multimedijalnoj komunikaciji, neovisno o tehnologiji pristupa. Za to je neophodno osigurati pristupnu infrastrukturu. Nadalje, uslugu treba učiniti lako dostupnom krajnjem korisniku i jednostavnom za korištenje. O nužnosti automatizacije procesa svjedoči činjenica da velika većina korisnika, ukoliko ne uspije pokrenuti uslugu od

TEKST: *Marko Jovanović*

prve, od nje najčešće i odustaje. Na taj se način krajnjim korisnicima omogućuje korištenje atraktivne usluge bez potrebe za dodatnim podešavanjima.

Uz porast prihoda povećanjem baze korisnika i uvođenjem novih atraktivnih usluga, veliki potencijal leži u do sada nedovoljno iskorištenom izvoru zarade – mobilnom oglašavanju. Operatori posjeduju veliku količinu podataka koji govore o navikama njihovih korisnika, a daljnjim širenjem baze podataka u kombinaciji s višekanalnim pristupom sadržajima i uslugama postaju iznimno zanimljivi oglašivačkoj industriji. S druge strane, ovakva usluga krajnjim korisnicima omogućuje jednostavan pristup atraktivnim sadržajima, aplikacijama ili promotivnim pogodnostima oglašivača.

TV usluga kakvu još niste imali priliku iskusiti

Ericssonove kompetencije u širokopolasnim tehnologijama, bogati multimedijalni portfelj te kompetencije u sistemskoj integraciji omogućuju novu generaciju TV usluga.

Način na koji krajnji korisnici doživljavaju gledanje televizije mijenja se velikom brzinom.

Individualnost postaje sve važnija, što se jasno očituje i u Ericssonovoj viziji evolucije televizije. Korisnici žele personalizaciju, interaktivnost, komunikaciju, HD kvalitetu te sadržaj generiran od strane korisnika.

Ericsson je identificirao „*Individual TV Experience*” kao koncept koji

će generirati rast poslovanja telekomunikacijskih operatora narednih 10 godina. To je masivan strateški pomak za industriju te će zahtijevati „*out-of-the-box*” razmišljanje, nove poslovne pristupe, fleksibilnu organizaciju i dokazane tehnologije sa svrhom da omogući novi način gledanja televizije, koristeći bilo koji uređaj, bilo kad i bilo gdje. Ericssonovo TV rješenje uključuje potpunu „*end-to-end*” ponudu, uključujući *middleware*, mrežnu infrastrukturu, IMS, rješenja za oglašavanje, kao i profesionalne usluge potrebne za implementaciju rješenja koja su u potpunosti prilagođena zahtjevima kupaca. Ericssonova vizija razvoja televizije uključuje jasan evolucijski put od našeg IPTV-a i mobilnog TV-a kao

TEKST: *Boris Jukić*

zasebnih rješenja prema „*Individual TV Experience*” konceptu.

Ovaj koncept temelji se na nalazima iz opsežnog istraživanja o promjenama korisničkih navika koje Ericsson *ConsumerLab* kontinuirano provodi. Istraživanje pokazuje promjene ponašanja. Korisnici žele televiziju koja je osobna, a ujedno pristupačna te sadržaj visoke kvalitete. Također žele kontrolu, relevantan sadržaj, jednostavnost korištenja i podjednako iskustvo na svim uređajima, od mobilnog telefona, preko televizije do računala. Žele komunicirati, dijeliti i pregledavati sadržaj na istom

uređaju te imati mogućnost odabrati oglašivačke informacije relevantne upravo za njih.

„*Individual TV Experience*“ operatorima nudi nove poslovne mogućnosti putem interaktivnih i personaliziranih usluga te kroz oglašavanje. Krajnjim korisnicima omogućuje isporuku usluge vrhunske kvalitete, a operatorima isplativost i skalabilnost uz otvorene standarde. Istovremeno, proizvođači digitalnih

medijskih sadržaja traže nove kanale za prodaju, distribuciju, marketing i oglašavanje. Novi TV distribucijski kanali nude inovativne usluge te pristupanje ogromnom broju potencijalnih korisnika unutar mreže operatora. Personalizirani TV i oglašivački sadržaj omogućuje novi način doseganja publike i najučinkovitije obraćanje ciljanim skupinama korisnika s obzirom da operatori imaju uvid u korisničku bazu i mogu ponuditi sadržaj prilagođen pojedinom korisniku.

Ericsson kao „*Prime Integrator*“ preuzima odgovornost za isporuku cjelovitog TV rješenja i s operatorom realizira strategiju razvoja televizije, upravljajući tehnološkom tranzicijom i pojednostavljuvanjem poslovanja te omogućuje brzu isporuku novih usluga na tržištu. Ova ponuda uključuje kompletan portfelj usluga potrebnih za definiranje, dizajn, integraciju, podršku i razvoj TV rješenja.

Mobilni broadband u službi običnog čovjeka

TEKST: Dalibor Demut

Danas, jedno od najbržih i najučinkovitijih načina da se nekome pruži mogućnost komunikacije s vanjskim svijetom, nije povlačenje fiksne linije do mjesta stanovanja nego osiguravanje usluge širokopoljasnog pristupa internetu.

Pravu revoluciju u komunikacijama doživio sam 80-ih kada je većina kućanstava spojena na fiksnu telefonsku mrežu; svi smo u kući trčali da se što prije javimo na telefon kada bi zazvonio! Početkom 90-ih postao sam svjestan interneta i mogućnosti da iz svog doma dokučim informacije iz cijeloga svijeta koji je postao globalno selo. Pa što bi još čovjek mogao poželjeti!? Odgovor je došao početkom 2000. kada su mobilne mreže počele biti pristupačne svima. Spoznaja da si dostupan gdje god se nalazio daje osjećaj slobode i nespontanosti. Međutim, pravi osjećaj slobode omogućen je danas putem širokopoljasnih mobilnih mreža koje nude komunikaciju bilo kada i s bilo kojeg mjesta putem zvuka, slike, video isječaka... multimedije.

Većina nas će se danas radije vratiti kući ako zaboravi mobilni telefon nego novčanik. Upravo su krajnji korisnici ti koji danas usmjeravaju razvoj usluga i mobilnih mreža, postavljajući svoje zahtjeve pred mobilne operatore i proizvođače opreme. Kao što je SMS

svojevremeno iznenadio cjelokupni mobilni svijet svojom popularnošću, tako i danas mreže za društveno umrežavanje predstavljaju jednu od najpopularnijih usluga na internetu te svake 3 sekunde 4 korisnika pristupe *Facebooku*.

Potreba da budemo uvijek informirani, bilo da se radi o najnovijim vijestima, pristupu *e-mailu* ili kontaktu s poslovnim suradnicima ili prijateljima zadovoljena je širokopoljasnim pristupom internetu preko mobilnih mreža. Na putovanju ili kod kuće možemo raditi kao da smo u uredu, u parku ili u javnom prijevozu možemo čitati vijesti, gledati televiziju na mobilnom telefonu ili se zabaviti najnovijim video isječcima s *YouTubea*, a informacije poput radnog vremena dežurnih ljekarni i trgovina ili vremenske prognoze gotovo isključivo dobivamo preko interneta, gdje god se nalazili. Međusobno razmjenjujemo iskustva o proizvodima, uslugama i cijenama preko blogova, koristimo internet za kupnju ili detaljne informacije o destinacijama na koje planiramo putovati. Gotovo da ovisimo o internetu pa se nameće potreba da pristup kakav imamo kod kuće ili u uredu preko fiksnog širokopoljasnog pristupa očekujemo bilo gdje od širokopoljasnih mobilnih mreža.

Korisnici pioniri svojim zahtjevima i idejama usmjeravaju i podržavaju razvoj širokopoljasnih mobilnih mreža, a u konačnici korist imamo svi. Tako mnogi djedovi i bake neće biti uskraćeni za prve korake svojih unučića te će i oni prihvatiti mobilni pristup internetu kao primjer tehnologije u službi običnog čovjeka.