

# Kontakten

5 sidor  
Response  
SIDORNA 26-30

Nya kommunikationssätt:

## Dela med flera

sidorna 16-25



Web 2.0



**HERMAN STENSTRÖM,  
PRODUKTÄGARE MOBIL-TV:**  
"Många tjänster inom mobil-tv  
lanseras utan engagemang"

sidan 34

**Värt att veta:**  
ABC OM IMS

sidan 5

USA i patent-  
toppen



sidan 15



**SAY THIS IS  
YOUR ENTERPRISE  
MOVING AHEAD**

**AND TODAY'S  
OPPORTUNITIES  
STRETCH FURTHER  
THAN EVER**

**WE'LL HELP  
YOUR PEOPLE  
REACH OUT AND  
TAKE THEM**

Today's business landscape is truly global. To maximize the huge range of opportunities you need mobility. Your people must be free to react instantly. Processes must be streamlined to the point of optimum efficiency. Communications and IT must be dynamic and fully integrated with your overall business. Talk to us now and discover how developing your communications can unleash business and help you reach new heights.

**[ericsson.com/enterprise](http://ericsson.com/enterprise)**

TALK TO US ABOUT  
**MOBILIZING THE ENTERPRISE**

**ERICSSON**   
TAKING YOU FORWARD



Volontär för Ericsson Response

## Sarah arbetar för att få chansen att hjälpa

sid 26-30



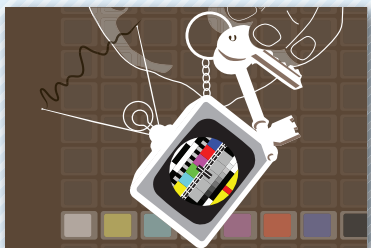
### AKTUELLT

- 8 Jonas Roupé, Greenwich Consulting: "Telekombranschen är ganska dålig på miljö."
- 9 **Första, andra, tredje...** Frekvensauktionen i USA är avgjord.
- 10 **Ericsson fiskar nya affärer** och hjälper samtidigt Lake Victorias fiskare.
- 12 **Brassar** på besök i Gävle.
- 12 John, 10 år, har ritat framtidens mobil.



### TEMA - DELA MED FLERA

- 16 Guildford. Alan Dix brinner för de nya kommunikations-verktygen
- 19 **Maria Serra:** "Vi vill att det ska vara högt i tak"
- 19 **Hans Bergström:** Vi gör ett mycket bättre jobb med de här verktygen"
- 22 Så gjorde operatören BT för att engagera anställda
- 23 **Sugen på Web 2.0?** Tänk på det här
- 25 Andrew McAfee, Harvard Business School "Företag kan tjäna både tid och pengar"



### ÖVRIGT

- 4 **Brev** från läsarna
- 5 Så funkar **IMS**
- 26 Ericsson Response
- 32 Martin Garner från Ovum om **mobil-TV**
- 35 Känner du till "**kaffekvarnen**"?
- 36 Kontanter på nolltid

## Kontakten

**Chefredaktör** Jenz Nilsson, jenz.nilsson@citat.se, 08-588 331 38 **Ansvarig utgivare** Henry Sténson, henry.stenson@ericsson.com **Ansvarig interna kanaler** Malin Nordén, malin.norden@ericsson.com, 08-585 33 917  
**Biträdande redaktör** Jonas Blomqvist, jonas.blomqvist@citat.se, 08-588 330 13 **Skribenter i detta nummer**  
**Jonas Blomqvist**, jonas.blomqvist@citat.se, **Lars Cederquist**, lars.cederquist@citat.se, **Helena Jansson**, helena.jansson@citat.se, **Karyn McGettigan**, contact.magazine@ericsson.com, **Gunilla Tamm**, gunilla.tamm@citat.se, **Staffan J Thorsell**, staffan.thorsell@citat.se **Art director** Pelle Bouveng, pelle.bouveng@citat.se, **Layout** Carola Pilarz, carola.pilarz@citat.se, **Åsa Hansson**, asa.hansson@citat.se **Grafik** Svenska Grafikbyrån

**Adress** Kontakten, Box 1042, 164 21 Kista **Fax** 08-522 915 99  
**E-post** contact.magazine@ericsson.com **Tryck** Colorprint AB, Borlänge  
**Distribution** Strömberg, SE-120 88 Stockholm, tel: 08-449 89 57  
**Kontakten på webben** [http://internal.ericsson.com/page/hub\\_inside/news/magazines/kontakten/index.html](http://internal.ericsson.com/page/hub_inside/news/magazines/kontakten/index.html)  
**Adressändring** Prenumerationsärenden och anställdas adressändringar görs till [hr.direct@ericsson.com](mailto:hr.direct@ericsson.com)



Mixed Sources  
Product group from well-managed  
forests and other controlled sources  
www.fsc.org Cert no. SGS-COC-1059  
© 1996 Forest Stewardship Council

## Kommunicera mera

**J**ag startade nyligen en video-dagbok på intranätet för alla kommunikatörer globalt. Mest för att jag ville hitta ett personligare och mera direkt sätt att kommunicera än ett månadsbrev. Att en bild säger mer än tusen ord blir man snabbt varse när man arbetar med video. Görs det halvhjärtat riskerar man att snabbt förlora tittarnas intresse. Är innehållet däremot bra disponerat och budskapet uppriktigt blir resultatet ofta starkt. Framför allt om mottagaren har möjlighet att kommentera informationen. Det kan resultera i en dialog som inte sällan leder till lösningar på ett problem eller att man lär sig se saker ur en annan synvinkel.

**Man ska naturligtvis** inte underskatta det personliga mötet, men ibland tar det onödigt mycket tid att arrangera träffar mellan människor. Ett antal personers kalendrar ska synkas och man ska enas om en agenda. I dessa fall kan nya kommunikationsverktyg som bloggar, communities eller wikis vara ett utmärkt komplement. De möjliggör blixtnabb kontakt och omedelbar respons från en eller flera kollegor. Det som krävs är att man har tillgång till intranätet och ett fungerande nätverk.

**Några av er** kanske undrar, "vad ska jag med en blogg eller en wiki till?". Det är en berättigad fråga som egentligen bara ni själva kan besvara. Allt bygger förstås på frivillighet men också på att det finns en vilja hos er att dela med er av era kunskaper och samtidigt lära er av kollegorna.

Finns den viljan rekommenderar jag att ni söker upp Eri Coll på intranätet. Det är Ericssons första plattform för Web 2.0 och ett hjälpverktyg för alla Ericsson-anställda. Därifrån kan den nyfikne söka sig vidare och själv utforska bloggar, communities och wikis för att se vad som skrivs och är på gång.

**I dag kan de** flesta anställda kommunicera obehindrat med arbetskollegor, partner eller kunder. Så fort vi har löst ett antal säkerhetsaspekter och legala krav blir detta möjligt för ännu fler. Vem vet, kanske är det du som skriver nästa inlägg...



**Henry Sténson,**  
Informationsdirektör  
och ansvarig utgivare

## Tyck till!

Skriv till oss om vad du vill! Ställ öppna frågor till Ericssons ledning. Kommentera artiklarna i tidningen. Skicka en kul bild du tagit med mobilen till oss!

[Mejla.contact.comments@ericsson.com](mailto:Mejla.contact.comments@ericsson.com)

### WIMAX EN DRIVKRAFT

Angående förra månadens fråga på intranätet: Upplever du Wimax som ett hot mot HSPA? så tycker jag den frågan är fel ställd. Wimax är inte ett hot utan en drivkraft för HSPA att bli allt bättre. Konkurrens är alltid nyttig, och om Wimax inte utvecklas kommer även de som utvecklas kommer även de som utvecklas och marknadsför HSPA att slappna av och inte behöva göra sitt yttersta. Därför går det inte att svara vare sig ja eller nej på frågan om det är ett hot. Skulle man svara

nej kommer det att tolkas som att man inte tror att Wimax har någon chans att vinna kampen om kunderna, och det är inte alls säkert att det är vad som menas.

Mats Rimborg, Sverige

### EN FRÅGA TILL VD

Tror du det finns en framtid för Ericssons R&D-center i högkostnadsländer, exempelvis i Europa?

John Morrissey, Spanien

**SVAR** Jag ser definitivt en framtid för R&D i Europa. Men det förutsätter att vi arbetar och organiserar oss på ett så smart och effektivt sätt som möjligt och att vi är innovativa. Det kostar i dag ungefär dubbelt så mycket att bedriva R&D i Europa jämfört med att göra det i lågkostnadsländer, men

så länge vi arbetar effektivare än våra konkurrenter kan vi hantera den prisskillnaden.

Carl-Henric Svanberg, vd och koncernchef.

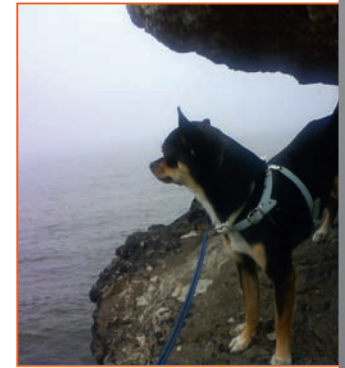
### LEDARSKAP SOM TEMA?

Varför gör ni inte ledarskap som ett tema i nästa nummer av Kontakten? Det är ett brett och viktigt ämne och kan belysas från olika vinklar, exempelvis Ericssons kunskaper på området genom Leadership Communication och Empowerment, eller koppla det mänskliga ledarskapet till det tekniska. Kompetenta ledare är det som leder oss till framgång.

Daisy Dagher, USA.

**SVAR** Vi hade ett tema om ledarskap i Kontakten hösten 2005 som

### Läsarbilden



"En bild på vår hund på en rauk på Gotland. Tagen med min K610!"

Anna Pellnäs, Sverige

faktiskt baserade sig på ett par av dina föreslagna vinklar. Men det kanske är dags att planera för en ny artikel med tanke på att så många nya anställda har kommit till företaget. Ett bra förslag som vi får ta och överväga. Det kommer inte att bli något i nästa nummer dock.

Redaktionen

### KONKURRENTER HÖJER KVALITETEN!

Det jag gillar mest med Kontakten är att ni även inkluderar konkurrenter och låter dem kommentera Ericsson i artiklarna. Det tycker jag är helt i linje med Ericssons öppenhet och företagets acceptans för nya utmaningar.

Suneel Kumar, Sudan

### LÄTTLÄST!

Bra artiklar, lättläst och lätthanterlig. Jag har jobbat här över 20 år och det är första gången jag har läst tidningen från pärm till pärm.

Lena Janssen, Sverige

### Webbpoll

45,5

...procent av 1849 stycken Ericsson-anställda svarar ja på frågan om de tror att mobil-tv blir framgångsrikt bland slutanvändarna.

## Välkommen...

FOTO: HELENA JANSSON



### ...Pinar Şerbetçi, som i januari började på Ericsson i Istanbul

#### Vad ska du göra?

- Turkiet, Israel och Palestina ingår i marknadsenheten och jag ska ansvara för allt från rekryteringar till utvecklingssamtal. Jag har redan börjat arbeta med IPM, individual performance management, för nästa år och jag hoppas kunna bidra med lite nya idéer.

#### Vad gjorde du innan du började på Ericsson?

- Jag arbetade med personalfrågor på ett internationellt läkemedelsföretag. Även om telekom är en helt annan bransch med andra förutsättningar finns det många likheter i hur stora företag handskas med personalfrågor.

Jag tror dessutom att ingenjörer, oavsett bransch, är rätt lika.

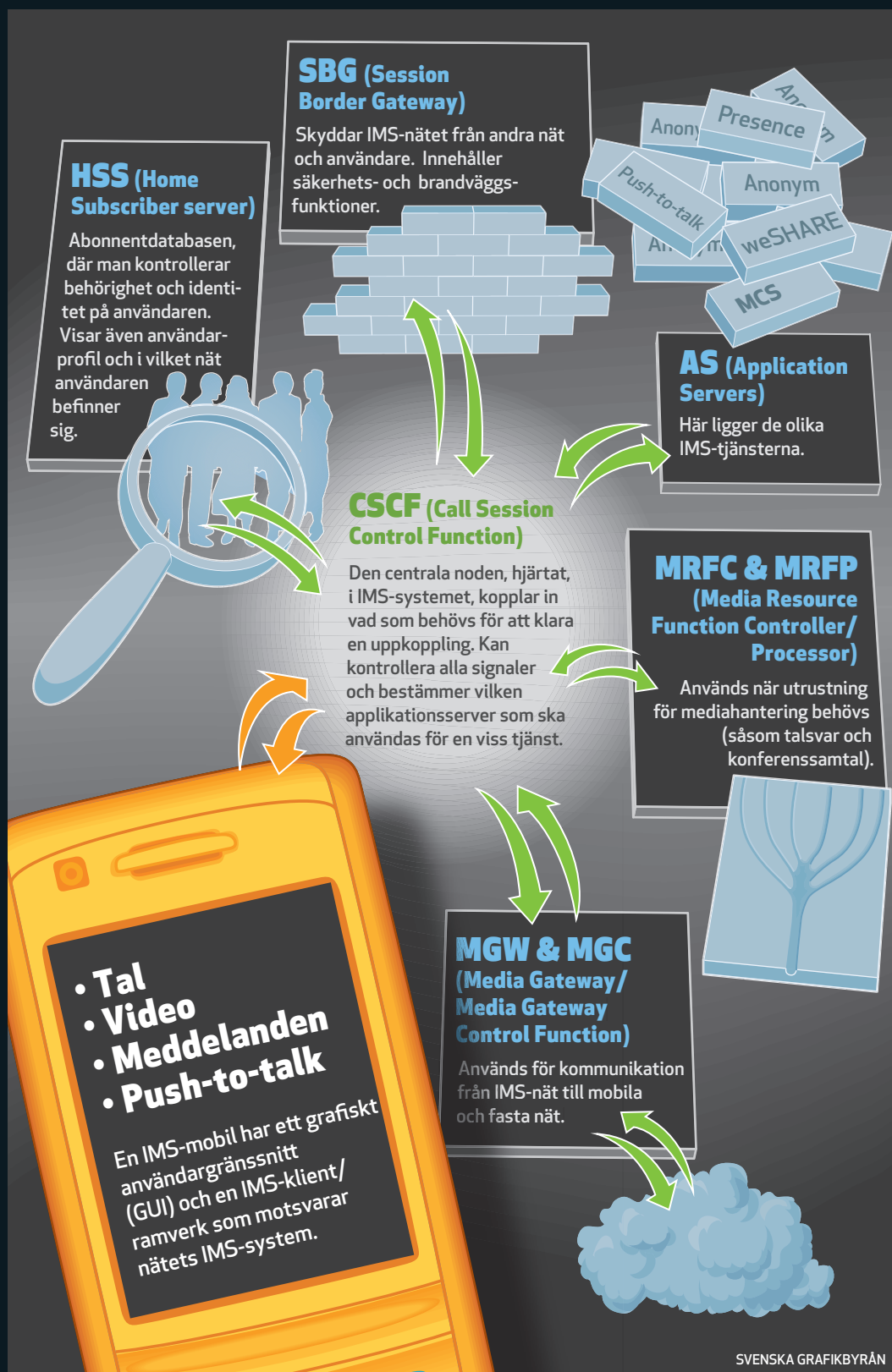
#### Vad gör du när du inte jobbar?

- Jag tillbringar mycket tid med vänner och med min bror som jag delar lägenhet med. Jag gillar att resa, och bodde ett tag i London. Min familj kommer från Adena i södra Turkiet, så dit åker jag ofta.



# Om din granne skulle fråga...

## ...VAD ÄR EGENTLIGEN IMS?



**IMS knyter ihop telekomvärlden med internet. IMS står för IP (Internet Protocol) Multimedia Subsystem och är en plattform med nya noder och ny programvara.**

Drivkrafterna för IMS är utrollningen av bredband och operatörernas strävan efter att införa nya tjänster och sänka sina driftkostnader. En operatör som inför IMS kan stegvis gå mot ett nät där all trafik bärs av IP.

### VAD ÄR BRA MED IMS?

Operatören kan erbjuda en rad multimediatjänster där man kombinerar tal, data, video med mera. För varje ny tjänst som anpassas till IMS ökar operatörens avkastning på investeringen. I framtiden kommer ett helt "eco-system" byggas kring IMS där tredjepartstillverkare av applikationer på ett smidigt sätt kan lansera tjänster över öppna gränssnitt.

IMS säkerställer att tjänsterna fungerar oberoende av terminal och operatör. IMS identifierar användaren så att operatören kan ta betalt av rätt person och hindra skräppost och virus.

### VAD GÖR ERICSSON?

Ericsson uppfattas av analytiker som ledande inom IMS. Inte minst när det gäller att integrera IMS i dagens system. Ericsson har lanserat 50 sålda system varav 22 i kommersiell drift.

Fungerande IMS-tjänster är i dag Enterprise and Residential Telephony, Push-To-Talk, weShare, Presence. På GSMA Mobile World Congress lanserades MCS (Multimedia Communication Suite), en tjänst som på ett integrerat sätt gör att man kan chatta, visa tillgänglighet och skicka filer.

☒ Lars Cederquist







### **Efter kundmötet**

Raymond Poon kliver ur taxin utanför Ericssons kontor på Hong Kong Island efter ett kundbesök. Han är kundansvarig för operatören China Mobile Peoples Telephone, som är en av Ericssons fem mobilkunder i Hong Kong. Under fjärde kvartalet förra året fick Ericsson en beställning på produkter för att uppgradera Peoples mobilnät. Dessa ingår som en del i Peoples treåriga projekt för att utveckla sitt kärn- och radio-nät för GSM/EDGE, till vilket Ericsson är ensam leverantör.

FOTO: TIMOTHY OROURKE

## Fransoserna i täten

**TV** Frankrike är inte bara bäst på vin, ost och baguetter. Det är även världens ledande nation när det gäller IP-tv-abonnemang. France Telecom, Free, Neuf och Alice har lockat fem miljoner abonnenter till tjänsten. Det skriver nyhetsbrevet Telecoms.com och anger World Broadband Information Service som källa. Totalt i världen fanns 12,3 miljoner IP-tv-abonnenter vid årsskiftet.

## Gott nytt SMS

**HÖGTID** Här är de dagar på året när svenskarna sänder flest SMS.

### ▼ ANTAL SMS I MILJONER

Nyårstafton	16,5
Julafton	15,4
Alla hjärtans dag	12,5

Källa: Telia

## Siter stängs

**EFFEKTIVISERING** Affärsenheten Networks har annonserat sammanslagningar av R&D-siter i Europa. Förhandlingar pågår om stängning av siten i Beeston, England, och utfasning av R&D-verksamheten i Backnang, Tyskland. Åtgärder har också presenterats för Networks' R&D-anläggning i Rom. Eurolab Aachen/Herzogenrath kommer också att påverkas av kostnadsbesparingarna. Konsolideringen är resultatet av en översyn av produktportföljen och site-strukturen inom R&D som affärsenheten har gjort. Networks ser också över antalet konsulter och sina partnerstrategier. Besparingen är en del av de fyra miljarder kronor som Ericsson tidigare har annonserat att man ska spara för att behålla sin ledande position.



Alternativa energikällor som solceller är en start för telekombranschen att bekämpa klimathotet.

# Telekom kan göra mer för miljön

**Telekombranschen kan vara med och bekämpa klimathotet, men än så länge är det mer snack än verkstad. Det säger Jonas Roupé, telekomexpert med miljöinriktning.**

**ANSVAR** Klimat- och miljöfrågor är hetare än någonsin. Kontakten undrade hur telekombranschen sköter sig. Jonas Roupé hos konsultföretaget Greenwich Consulting och före detta Ericsson-strateg, ger här sin syn.



Jonas Roupé

### Hur är telekomföretag ur miljösynpunkt?

– De är ganska dåliga. Generellt sett finns det

två typer av företag som ligger i framkant. Det är de som har gjort bort sig och fått skämmas och aldrig vill vara med om det igen, och det är privatägda bolag med en ensam ägare som brinner för miljöfrågor. Telekomföretag är noterade bolag och har inte fått skäll. Mycket händer i industrin, men det är mer prat än verkstad. Det gäller å andra sidan alla branscher.

– Men telekomföretag har en enorm möjlighet att ge positiva bidrag till hållbara samhällen, eftersom deras tjänster och produkter är en del av vår livsstil. Telekomlösningar kan ge oss miljövänliga alternativ till transporter med bil och flyg, till exempel videokonferenser.

Kommunikationslösningar kan minska utsläppen av växthusgaser i världen med två till fem procent på några år och med upp till 20 procent fram till 2050.

### Vilka operatörer ligger längst fram?

– AT&T, Deutsche Telekom, Telia och Orange i Frankrike. De har börjat sälja lösningar med hjälp av miljöargument till sina kunder, och har miljö och klimatfrågan högt upp på dagordningen. Telia är ett bra exempel på företag som försöker leva som de lär – de har minskat sina koldioxidutsläpp med 70 procent, bland annat genom att använda sina egna kommunika-

tionstjänster i stället för att flyga kors och tvärs.

### Hur är det bland leverantörerna?

– Ericsson är mycket bättre än sina konkurrenter, men att vara bäst betyder inte betyda att man är bra. Alla leverantörer har en bra bit kvar att gå innan de kan säga att de är miljömedvetna. Att Ericsson jobbar för energisnåla lösningar och alternativa energikällor för siter är bra, men miljöfrågan är fortfarande begränsad till en liten skara experter. Den behöver integreras i verksamheten. Och man borde göra upp med allt flygande, både när det gäller tjänsteresor och flygtransporter.

☒ Jonas Blomqvist

## Roupés skala för företags miljöstrategiarbete

**1.** Minimera den egna miljöbelastningen, bland annat genom minskad energiåtgång i tillverkning och minskade antal flygresor inom företaget och vid leveranser.



**2.** Minimera kundernas miljöbelastning genom att minska deras behov av resor, bland annat genom satsa på tjänster som gör det möjligt.

**3.** Företaget sätter naturens villkor – inte bara aktiemarknadens – i centrum genom att till

exempel göra produkter återvinningsbara.

**4.** Steg ett till tre, plus att jobba för koalitioner som gör att företaget och samhället klarar till exempel naturkatastrofer och oljeprischocker.



# Första, andra, tredje...

**AT&T och Verizon Wireless blev de stora vinnarna i den upphausade spektrum-auktionen i USA. Ericssons Mark Racek säger att detta är goda nyheter för Ericsson.**

**USA** 700 MHz-auktionen har varit föremål för spekulation och debatt i månader. Spektrumbandet anses vara attraktivt av flera anledningar. Det är enkelt att rensa och många branschbedömare menar att det perfekt för bredbandsaccess och tjänster som tal, SMS, streaming, filöverföring och mobil-tv.

## Bra budgivning

Dessutom var en stor bit spektrum ute till försäljning. Det sålda radioutrymmet förväntas nu komma till användning för att förbättra mobil täckning och kvaliteten i

såväl tätort som landsbygd.

– Prislappen landade på nästan dubbelt så mycket som förväntat, säger Mark Racek som jobbar med spektrumfrågor på marknadsenheten North America.

AT&T och Verizon Wireless tog tillsammans hem 30 procent av licenserna som auktionerades ut, licenser som möjliggör byggande av landsomfattande nät.

## Satsar på 700 MHz

– Det här är bra för Ericsson. AT&T är vår största kund i USA. Att Verizon också blev en stor vinnare ger oss intressanta möjligheter eftersom de tänker använda LTE för sin nästa generations mobilnät. Och Ericsson har valt att satsa på LTE i 700 MHz, säger Mark Racek.

☒ Benny Ritzén



FOTO: SCANPIX

Nej, mannen på bilden har inget med spektrum i USA att göra.

## Drog in 19 miljarder dollar

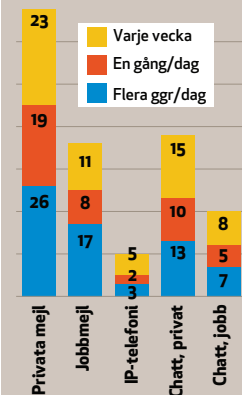
### ▼ FAKTA OM AUKTIONEN

- ▶ Totalt var 62 MHz till försäljning i 698-806 MHz-bandet.
- ▶ 1090 licenser delades ut.
- ▶ 101 av 214 budgivare vann licenser.
- ▶ Spektrumet blir ledigt i februari 2009.
- ▶ En del av spektrumet är avsatt för public safety-ändamål, men minimipriset uppnåddes inte. Spektrumet auktioneras ut igen vid ett senare tillfälle.

## Privata mejl är vanligast

**VANOR** Privat mejlande är utan tvekan den flitigast använda kommunikationstjänsten för folk som använder internet på sina datorer. Det är mycket vanligare att mejla och chatta privat än i jobbändamål.

### ▼ INTERNETANVÄNDNING VIA DATOR (1 PROCENT)



Källa: Global Infocom Study 2007, Consumer Lab

## Motorola delas

**BRANSCH** Motorolas division för mobiltelefoner har brottats med problem en längre tid. I mars meddelade företaget att det ska dela verksamheten i två bolag, Mobile Devices och Broadband&Mobility Solutions. Delningen förväntas ske under 2009. Enligt Greg Brown, Motorolas vd, är ambitionen att Mobile Devices med telefonerna, ska återta en ledande ställning på mobiltelefonmarknaden.

## Världens första LTE-plattform

**PRODUKT** Nyheten kom den första april, men var långt ifrån något skämt. Ericsson offentliggjorde då m700, världens första mobilplattform som stödjer LTE. Den klarar datahastigheter upp till 100 megabit per sekund i nedlänken och upp till 50 megabit per sekund i upplänken.



FOTO: KRISTINA PALTÉN

Kristina Paltén (till vänster) på toppen av Aconcagua.

## Toppen Kristina!

**UTMANING** Att ta sig upp på ett berg på 6962 meters höjd där det är dåligt med syre och vädret kan vara extremt, är en verklig utmaning. Bara 30 procent av dem som försöker klarar det och det var precis vad Kristina Paltén på Ericsson i Kista gjorde. Berget, som heter Aconcagua, är det högsta i Sydamerika och det högsta utanför Himalaya. Eftersom det inte var klättersäsong i Himalaya när Kristina Paltén besteg berget så var hon högre upp än någon annan i världen när hon var på toppen.

## "Glöm vad du vet om teleföretag, tv, internet och 'bundling' - IP-tv förändrar allt."

Analysföretaget Yankee Group i rapporten "From gorillas to guerrillas, iprv changes everything."

## NYA KONTRAKT

- ▶ **Saudiarabien.** Ericsson har skrivit sitt största managed services-kontrakt i Mellanöstern. Det är Mobily, en del av Etsilat-koncernen, som har valt Ericsson som partner.
- ▶ **Storbritannien.** Napster och Ericsson har tecknat det största europeiska avtalet för den gemensamma Napster Mobile-lösningen. Kunden är o2 UK.
- ▶ **Paraguay.** Ericsson ska leverera ett landsomfattande WCDMA/HSPA-nät till Personal.
- ▶ **Taiwan.** Fareastone har kontrakterat Ericsson för en HSPA-utbyggnad.
- ▶ **Mocambique.** Mcel har valt Ericsson att bli ensam leverantör till dess utbyggnad och uppgradering av Mobile Packet Backbone-lösning.
- ▶ **Taiwan.** Fareastone har kontrakterat Ericsson för en HSPA-utbyggnad.

## Hallå...



FOTO: JONAS BLOMQUIST

### ...Pär Gunnarsson,

säkerhetschef på Ericsson. Hittills har 85 procent av de anställda tagit utbildningen Security Sally II. Målet är 100 procent.

### Är vi rusligt bra på säkerhet?

– Vi måste bli bättre, men vi märker ett ökat intresse för säkerhetsfrågor och ett ökat säkerhetsmedvetande. Utmaningen är att i det dagliga arbetet också agera på ett sätt som skyddar våra viktigaste tillgångar, till exempel konfidentiell information.

### Hur gör man det som anställd?

– Bekanta dig med de råd och instruktioner som bland annat finns på Securitys webbplats. Ett annat tips är att delta i säkerhetsutbildningar, agera förebyggande och rapportera säkerhetsbrister och incidenter. Vi har en global säkerhetsorganisation som alltid snabbt ställer upp med råd och stöd, ta redan på vem i den egna organisationen som sysslar med säkerhetsfrågor (se Securitys webbplats).

### Säg tre saker du skulle vilja att alla anställda tänkte på för säkerheten?

– Läs på om säkerhetsläget innan ni åker på tjänsteresa och notera vårt larmnummer som är +46 8 24 10 10. Skydda Ericssons konfidentiella information genom att ha god ordning och följa rådande anvisningar. Rapportera risker och säkerhetsincidenter till din chef och den lokalt säkerhetsansvariga.

☒ Jonas Blomqvist

# Sjönära lösning för fiskare

**Världens näst största sjö ska få bättre mobiltäckning. Tack vare det får Lake Victorias fiskare en tryggare vardag.**

**PROJEKT** Den afrikanska sjön som ligger vid Tanzania, Kenya och Uganda, är viktig för många människors överlevnad. Men för de fiskare som har sjön som arbetsplats är det farliga vatten. Varje år dör uppskattningsvis 5000 personer till följd av olyckor och sjöröveri.

Nu pågår ett projekt som ska göra livet bättre och säkrare för fiskare och de som bor runt sjön. Celtel-operatören Zain, Ericsson

och organisationen GSM Associations utvecklingsfond ska förbättra mobiltelefonin på och runt Lake Victoria genom bättre täckning och fiffiga tjänster.

### Två mils räckvidd

Basstationernas kapacitet kommer att fördubblas, vilket leder till att signalerna kommer att nå två mil ut på sjön. Det innebär att 90 procent av den yta där fisket sker får täckning. Ericssons Mobile Positioning System ska också installeras så att räddningstjänster kan få fram positionen på fiskare i nöd, förutsatt att de har mobiltelefon. På tjänstesidan är till



FOTO: ERICSSON

**Med mobiltelefoni blir livet för fiskare och boende runt Lake Victoria bättre och säkrare.**

exempel väderrapporter och uppdateringar om säkerhet och risker på sjön givna inslag. Andra tjänster för fiskeri-

närningen ger till exempel fiskarna uppgift om rådande priser för deras fångst hos olika köpmän.

☒ Carmen López-Clavero

## ”2008 tror jag blir året då vi i mycket hög grad lämnar e-posten.”

Jan Svårdhagen, it-forskare till tidningen Metro.

## Vad hände det här halvåret för...

### ...25 år sedan

**1983 Telebolaget** Communications Authority of Thailand beställde en internationell telefonstation av typen Axe 10. **Värdet var ungefär** 34 miljoner kronor.

Ericsson Information Systems, koncernens företag för personatorer och terminaler, tecknade ett samarbetsavtal med SAS Data om utveckling av ett nytt terminalsystem.

I början av året fick Ericsson en ny organisation som bestod av åtta affärsområden och sex serviceenheter.

### ...10 år sedan

**1998 Ericssons första** globala varumärkeskampanj, ”Make yourself heard”, lanserades. Det var den första stora kampanjen som handlade om koncernens värderingar.

Initiativet till kampanjen togs av dåvarande affärsområdet Mobiltelefoner och Terminaler. Att sikta in sig på **värderingar** i stället för

produkter skulle göra kampanjen tidlös.

I april tecknade Ericsson kontrakt med Globalstar, ett satellittelefonföretag som byggde ett globalt satellitnät. Kontraktet gällde både bärbara och fasta telefoner.

### ...5 år sedan

**2003 På en** presskonferens under GSM World Congress i Cannes visade Jan Wäreby, i dag chef för affärsenheten Multimedia men då marknadschef på Sony Ericsson, upp företagets första 3G-telefon, Z1010. I Ericssons monter på mässan var telefonen den stora attraktionen.

Ericssons stora mobilkund **Vodafone** fick en ny vd och koncernchef, amerikanen Arun Sarin. Han efterträdde Christopher Gent som varit koncernchef sedan 1997 och Vodafone-anställd sedan 1985.

Vid bolagsstämman i april valdes Carl-Henric Svanberg in i styrelsen. Samtidigt tog han över som vd och koncernchef efter Kurt Hellström.





För framgång med mobil-tv krävs lite ansträngning. Till exempel att få till bra teknisk kvalitet, rimliga priser, attraktivt innehåll och tjänster som är enkla att använda.

## Mobil-tv kan bära sig

**Trots att användarna har varit avvaktande till mobil-tv har en del företag fått god respons. Vad krävs för att framgångsrikt lansera tv i mobilen? Vodafone i Spanien har svaret.**

**TV** En undersökning från Consumer Lab visar att så många som 70 procent av mobil-tv-användarna är antingen missnöjda med sin mobil-tv-tjänst eller tycker den är sådär.

Men tjänsterna kan bli framgångsrika. Det vet spanska Vodafone.

Företaget var bland de första att erbjuda kunderna nedladdningsbara applikationer till mobilen. Tack vare applikationen räcker det med ett knapptryck för att byta kanal.

**Priset avgörande** – De är mycket mer aktiva än WAP-användarna och står för 64 procent av alla tv-sessioner, säger David Martin på Ericssons spanska Vodafone-konto.

Det är inte den enda förklaringen till att det gått bra för tv-satsning-

en. En annan anledning är innehållet. Vodafone gick ihop med satellit-tv-bolaget Digital Plus och erbjöd ett paket fyllt med kanaler som dessutom var gratis i flera månader.

Vad tjänsten kostar är viktigt för användarna. Enligt Consumer Lab-rapporten sa 60 procent av de svarande att de skulle använda mobil-tv mer om det inte var så dyrt. Vodafone tar en fast månadsavgift på sex euro och sedan är det fritt fram för användaren att titta hur mycket

hon vill. Operatören får in extra pengar genom korta reklamklipp.

Tom Sullivan

### Här är vägen till tittarnas hjärtan

ATT TÄNKA PÅ ►

1. Mobil-tv ska vara lätt att använda.
2. Mobil-tv ska bestå av bra program som fungerar på liten skärm.
3. Mobil-tv får inte kosta skjortan.
4. Mobil-tv-bilden får inte hacka, pixla eller låsa sig.

## Kina största marknaden

**FÖRSÄLJNING** Kina har detroniserat USA som Ericssons största marknad 2007. Indien var den stora klättraren på topp-tio-listan, från 2006 års sjundeplats till en delad andraplats. Japan är enda nykomlingen, medan Australien hamnade utanför till skillnad från 2006.

▼ LÄNDERNAS ANDEL AV DEN TOTALA FÖRSÄLJNINGEN

Kina	7%
USA	6%
Indien	6%
Italien	5%
Spanien	5%
Sverige	4%
Storbritannien	4%
Indonesien	3%
Japan	3%
Brasilien	3%

Källa: Ericssons årsredovisning



## Med kunden i pisten

**SLOVENIEN** Sedan tio år tillbaka är det tradition att Ericsson i Slovenien och den största kunden Mobitel ordnar en träff där skidåkning står i centrum. I år var det 34 deltagare i slalomtävlingen. De som inte deltog i tävlingen kunde gå i skidskola i stället.

Ericssons Sasa Mihajlovic (bilden) vann damklassen och Mobitels Jure Cuderman herrklassen.



## Bredbandsprofilen bör bli bättre

**Ericsson är alltså före konkurrenterna när det gäller hur varumärkets kärnvärden uppfattas av kunderna.**

**MARKNADSFÖRING** Varumärket ska uttrycka att Ericsson är ett innovativt och visionärt företag med gott rykte. Det ska signalera att

Ericsson är en bra partner som förstår slutanvändarna och skapar intäkter för kunderna.

Den årliga undersökningen Imtrack mäter hur väl denna önskan stämmer överens med hur kunderna ser på varumärket Ericsson. 2007 års mätning visar att Ericsson generellt

sett har starkare varumärke än konkurrenterna. Nokia Siemens Networks följer rätt efter och utmanar Ericsson inom framför allt innovation och förståelse för slutanvändarna. Inom specifika områden är det främst bredband Ericsson måste bli bättre.

– Här uppfattas både Alcatel-Lucent och Cisco som starkare än vi. Vi måste göra bättre ifrån oss för att etablera oss som en av de största spelarna på bredbandsarenan, säger Rene Francis som jobbat med undersökningen.

Rajya Sjunnesson Rao

## OMX Disciplin-nämnd gav Ericsson rätt

**BESLUT** Ericsson har friats av Disciplinnämnden vid OMX Nordiska Börs Stockholm i det ärende som gällde om företaget offentliggjort information på ett felaktigt sätt vid en analytikerträff den 20 november i fjol.

## Löparens nya vän

**PRYL** Adidas och Samsung släpper i april träningsmobilen Micoach för dem med spring i benen. Utvecklingen tog drygt två år. Micoach är den första produkten företagen tagit fram gemensamt. Fler lär komma.



## Alcatel-Lucent i LTE-samarbete

**KONSOLIDERING** Genom att slå sina påsar ihop i ett joint venture, ett samarbetsföretag, hoppas Alcatel-Lucent och NEC uppnå en ledande position inom LTE (Long Term Evolution) och snabba på utvecklingen av LTE-lösningar. De första releaserna ska släppas under 2009, skriver de i ett pressmeddelande. Bolagen kommer dock att leverera, ge support och driva kundprojekt på varsitt håll. Alcatel-Lucent och NEC ser detta som ett första steg i vad som kan bli ett bredare samarbete.

# 100

Antalet kunder som Ericsson har levererat HSPA-releasen WCDMA RSN P5 till.

Källa: Globala intranätets nyhetsportal.

# På lektion i Gävle

**Mauricio Correia Silva, Carlos Alberto Broder och Luciano Magno Rabelo från Brasilien bytte både arbetsplats och årstid när de för ett tag sedan var på "on the job training" i Ericssons fabrik i Gävle.**

**KOMPETENS** För de tre medarbetarna från fabriken i São José dos Campos gällde Gävlebesöket transfereringen av WCDMA-produkten RNC 3810 från Gävle till São José dos Campos. Radio Network Control är kontrollenheten för radionätet.

– Bland det viktigaste för oss var att lära oss produkten RNC 3810, som ju är helt ny för fabriken i Brasilien, säger Mauricio Correia Silva, projektledare och ansvarig för överföringen till São José dos Campos.

Han och kollegorna tillbringade tiden både ute i produktionen och på möten med bland andra processingenjörer och testare i Gävle.

– Vi fick information om vilka material som används, hur tillverkningen sker och om olika arbetsprocesser. Att träffa rätt kontaktpersoner och

prata med dem ansikte mot ansikte var mycket värdefullt. Nu vet jag precis vilka jag ska kontakta i olika frågor och jobbet här hemma har blivit lättare, förklarar Mauricio Correia Silva.

### Nära samarbete

– En bra hjälp är också de månadsmöten på telefon som vi infört mellan fabriken, fortsätter han.

Mauricio Correia Silva har haft ett mycket nära samarbete med Christian

Nyberg på Gävlefabriken. Han är projektledare och ansvarig för 3G-transferringar från Gävle.

### Liknande till Indien

Gävlefabriken är en så kallad "master-fabrik" och har som sådan huvudansvaret för WCDMA-produkterna. Överflyttningen av vissa WCDMA-produkter har skett i omgångar, berättar Christian Nyberg.

– RNC 3810 var den sista WCDMA-produkten

som flyttades härifrån till Brasilien och tillverkningen där har kommit igång nu. Tidigare har vi gjort en liknande transferering av WCDMA-produkter till fabriken i Indien, säger han.

Även om det inte var första gången Mauricio Correia Silva var i Sverige var det första besöket i Gävle.

– Våra svenska vänners gästfrihet är något som vi inte glömmer, säger han.

☒ Gunilla Tamm



Mauricio Correia Silva från Ericsson i São José dos Campos tycker det har varit lärorikt att träffa kollegorna i Gävle. Här jobbar han tillsammans med Björn Sundström.

FOTO: JENNIFER MURPHY



## 10-ÅRINGENS DRÖMLUR

**TÄVLING** Så här kanske den ser ut. Det tror i alla fall 10-åriga Jack Moore på Irland. Han vann en tävling för skolbarn i åldern 8-16 år som Ericsson och Sony Ericsson utlyste i samband med Irlands ingenjörsförenings kampanj "Engineered! A week of wonder" som syftade till att öka intresset för ingenjörskapet.

Jack döpte sin telefon till Sony Ericsson 50/50 Vision. Den har bland

annat en tolv grams kamera som fästes på kläderna, en lins för ögat och örönsnäcka. Runt tummen har man ett band där man väljer om man vill se genom kamerans lins eller som vanligt.

Telefonens knappatsats finns på en lös platta som man ska ha i fickan. Vem vet, kanske någon av Jacks alla finesser blir verklighet så småningom?





Samma arbetsplats, delvis samma uppgifter – men ändå andra jobb. Jeff Chow och Pricilla Wong var två av de 120 personer som blev Ericsson-anställda när Hutchison outsourcade applikationsutveckling och det mesta av it-systemen.

## Som förr, fast ändå inte

**Jeff Chow och Pricilla Wong kom till Ericsson genom en managed services-affär med Hutchison Telecom Hong Kong för två år sedan. Kontakten frågade vad som skiljer nu från då.**

**HONG KONG** Jeff Chow hade arbetat åtta år på Hutchison när han bytte arbetsgivare. Han jobbade, och jobbar, med lösningar för applikatio-

ner inom mobiltelefoni, har fortfarande arbetsplatsen på operatörens huvudkontor och har dagliga kontakter med sina gamla kollegor.

### Mer ansvar

– Därför känns jobbet egentligen inte så värst annorlunda mot tidigare, säger han innan han går in på den stora skillnaden:

– En viktig del i min roll är att vara en stra-

tegisk partner till min gamla arbetsgivare.

Pricilla Wong hade arbetat nio år på Hutchison. Hon är ansvarig för en grupp på 18 personer som jobbar med fast telefoni. Även hon framhåller det strategiska samarbetet mellan leverantör och operatör som en viktig skillnad jämfört med förr. Hon berättar att på Hutchison tillhörde hon it-avdelningen

och jobbade med utvecklingen av betalsystem för fast telefoni. På Ericsson är hon ansvarig för allt som gäller it inom fast telefoni.

– Mitt arbetsområde har alltså blivit större och det känns stimulerande. Och jag uppskattar att jobba i ett globalt företag samt möjligheterna till kompetensutveckling, säger Pricilla Wong.

☒ Gunilla Tamm

## Olga – en grymt bra säljare

**Olga Meshinovich är en av 115 vinnare i Top Sales Competition 2007. Att vara resultatorienterad och jobba med duktiga kollegor har hjälpt henne till att bli en bra säljare menar hon.**

**TÄVLING** Olga Meshinovich har arbetat på Ericsson i Ryssland i tre år. Hon jobbar med

försäljning av 2G/3G-accessnät på kundkontor med armeniska Armenitel. Att ta hem ett kontrakt för ett konvergerat nät för fast och mobil telefoni rankar hon som sin hittills största framgång som säljare. Kontraktet var ett



Olga Meshinovich

av Ericssons största inom konvergerade nät.

När 2007 års vinnare i Ericssons säljtävling offentliggjordes var Olga Meshinovich ett av namnen.

– Att hela tiden lära sig av kollegorna och dra nytta av deras erfarenheter är viktigt för att bli en bra säljare. Det är nog tack vare det dagliga

samarbetet inom arbetsgruppen som jag blev en av vinnarna, säger hon.

Utmaningen i jobbet är att arbeta fram en offert och sedan arbeta för att få kontraktet, tycker hon.

– Det roligaste är att förhandla med kunderna och bygga upp bra personliga relationer.

☒ Gunilla Tamm

## Ny 3G-kund

**AUSTRALIEN** Ericsson ska uppgradera Vodafone Australias nationella



HSPA-nät.

3G-täckningen kommer att utökas till att omfatta 95 procent av landets bebodda yta från dagens 55 procent. Affären är en av inbrytning hos kunden, och innebär att tre av fyra mobiloperatörer i landet kommer att ha 3G-nät från Ericsson. Målet är att uppgraderingen ska vara klar i december.

## Älska lärandet

**KOMPETENS** Många på Ericsson gillar webbaserade kurser. Här är de som flest anställda tagit.

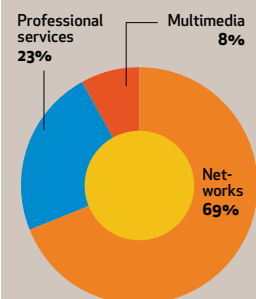
### ▼ FLEST KURSDELTAGARE

- 1 Security Sally II
- 2 Anti-corruption
- 3 IPM
- 4 Moving to a software business

## Infrastruktur störst

**FÖRSÄLJNING** Fasta och mobila nät står för över två tredjedelar av Ericssons försäljning. Märk att siffrorna inte går att jämföra med de interna affärsenheternas försäljning, eftersom utrustning externt ingår i affärssegmentet Networks och inte i segmentet professionella tjänster.

### ▼ AFFÄRSSEGMENTENS FÖRSÄLJNING



(Källa: Ericssons årsredovisning.)

## Sony Ericsson vinstvarnade

**FÖRSÄLJNING** Sony Ericsson med vd Dick Komiyama gick den 19 mars ut och sa att försäljningen och vinsten för det första kvartalet



Dick Komiyama

2008 ser ut att bli lägre än förväntat. Den 23 april kommer kvartalsrapporten. Samsung har, enligt nyhetsbrevet Wireless Week, sänkt sin försäljningsprognos för helåret, men man tror fortfarande att vinsten ökar.

## Zappa in CNN

**MARKNADSFÖRING** Samarbetet som Ericsson och CNN International inledde förra året med kampanjen "Just Imagine" fortsätter. Fem Ericsson-sponsrade program kommer att visas i tv-kanalen och på dess webbplats med start den 12 maj. I programmen ger fem visionärer sin syn på hur världen kan se ut i framtiden inom deras respektive expertområden. Partnerskapet med CNN innehåller mycket mer än så, bland annat traditionella reklamfilmer, gemensamma PR-aktiviteter, kundevent och en global intern Ericsson-kampanj. Partnerskapet avslutas i oktober.



## Populär läsning

**NYHETER** Dessa artiklar hade flest träffar på Ericssons globala intranät under mars.

- 1 RD site consolidation announced
- 2 RD meets lead time reduction target
- 3 The value of support
- 4 Swap-out sweeps out Nokia
- 5 Keeping the lead, but can do better



FOTO: SCANPIX

Anslagstavlan var en gammal reklamplats. I dag tappar tv och tryckta medier i andel av reklamkakan i takt med att företaget satsar mer på internet. Det kan bana väg för mobilen som reklamkanal.

# Mobilen allt viktigare som reklamkanal

**Det pratas mer än någonsin om mobil marknadsföring, men det finns fortfarande hinder för den mobila reklamkanalen. Ett är förstärkt, enligt Laura Marriott, vd på Mobile Marketing Association.**

**MARKNADSFÖRING** Företag satsar allt mer på digitala medier på bekostnad av tv- och tryckt reklam. Det kan öppna dörren för mobilen som reklamkanal. Telekombranschen har pratat om mobil marknadsföring i flera år, men än så länge har boomen uteblivit. Annonsörerna har hittills inte lagt reklampengar på den nya kanalen i någon större skala.

– Mobil marknadsföring är fortfarande ganska nytt för de flesta varumärken, men de som går i bränschen börjar nu investera stora summor,

säger Laura Marriott.

Konsumentvarumärken har varit först ut, till exempel Coca Cola, Procter&Gamble, bil-tillverkare, mobiltelefonföretag och resebolag. Men även "osexiga" branscher är på gång.

**Samverkande kanaler** Försäkringsbolaget AMF Pensions hade en MMS-kampanj i fjol som vid årets Mobile World Congress i Barcelona utsågs till 2007 års bästa mobila marknadsföringskampanj. AMF pension integrerade MMS-kampanjen med sin varumärkesbyggande tv-kampanj. Exemplet visar på en viktig insikt för företag som funderar på att använda den mobila kanalen.

– Man ska inte se



Laura Marriott

mobilen som en isolerad kanal. Den används bäst om den integreras med annan marknadsföring, som radio, tv, internet eller andra kanaler, säger Laura Marriott.

### Inte påtvingande

En avgörande fråga för om mobil marknadsföring ska bli framgångsrik är utbildning, menar hon.

– Det handlar inte bara om att företag och reklambyråer ska förstå hur de bäst använder den mo-

bila kanalen, utan också om att konsumenterna vet hur de använder mer avancerade funktioner i sina telefoner, säger hon.

– Konsumenterna är i vissa fall också funderade om hur de använder mer avancerade funktioner i sina telefoner, säger hon. De vill inte att marknadsföringen i mobilen ska vara påträngande eller efterhängsen. Här är utbildning viktigt så att mobil marknadsföring blir något konsumenterna vill ha och delta i.

Jonas Blomqvist

## Laura Marriotts syn på mobil marknadsföring och operatörer

"Operatörerna har en unik position för att utbilda både varumärken och konsumenterna om fördelarna med mobil marknadsföring. De har också möjlighet att säkra så att kampanjer får ett sammanhang och är relevanta för konsumenterna. Operatörerna har exempelvis tillgång till positionsinformation som inte varumärken själva har, vilket gör en operatörsstödd tjänst mer användbar och potentiellt mera värdefull för konsumenten. Operatörerna är en del i värdekedjan."



# Ny karriärmodell berör 29 000 anställda

**Ericssons första globala karriärmodell är på plats. Global Services 29 000 anställda omfattas av modellen, som ska stärka affärsenhetens strategiska arbete med kompetens.**

**KOMPETENS** Global Services' karriärmodell beskriver vilka olika roller som finns inom affärsenheten, samt vilken respektive kompetens

som krävs för rollerna. Modellen är viktig ur ett företagsperspektiv. I och med att alla Global Services-anställda har fyllt i sina kompetensprofiler i systemet Human Resources Management System, vet affärsenheten i dag vilka kompetenser som finns. Detta är en bra grund för att planera inför framtiden.

Säg till exempel att en marknadsenhet ser

att den behöver fler lösningsarkitekter för att klara av sina framtida kundprojekt. Med den kunskapen kan enheten vidta åtgärder – vidareutbilda sin egen personal, se var i koncernen anställda med kompetensen finns och försöka locka dem till sig, eller gå ut och rekrytera.

– Ytterst handlar karriärmodellen om att förbättra Ericssons

konkurrenskraft och kvalitet i leverans. Genom att den är på plats kan vi snabbare se till att ha rätt kompetens på rätt plats i god tid, något som varit ett problem tidigare. Modellen är en pusselbit i att utveckla Global Services till en global organisation, säger Karin Stjernedahl, som är ansvarig för arbetet med karriärmodellen.

☒ Jonas Blomqvist

## VAD BETYDER KARRIÄRMODELLEN FÖR DIG?



**Armando Peduto**, integrationsingenjör i Italien  
– Jag tycker att karriärmodellen ger alla

anställda en tydlig bild av vilka möjligheter och karriärvägar som finns. För mig är det viktigt att veta vilka färdigheter och vilken kompetens som krävs för olika roller, det gör att jag får chansen att verkligen försöka förverkliga min personliga utvecklingsplan och fylla de kompetensluckor som finns. Karriärmodellen gör det enklare att se vilken kompetens som behövs inom vår egen organisation och hur var och en kan bidra till att uppnå de gemensamma målen.



**Maria Rosaria Bonifacio**, HR-chef på marknadsenheten South East Europe (tillträder i maj som HR-chef för Global Services)

– Modellen är ett kraftfullt verktyg på flera sätt. Internt ger den stöd till alla den berör: medarbetare, chefer och HR-personal. Den tydliggör vilka kompetensbehov som finns och vilken väg organisationen ska ta för att utvecklas. Den kan även ge stöd åt cheferna när de ska ha 1PM-samtal med sina medarbetare. Ur ett affärsmässigt perspektiv så är den en hjälp i anpassningen av organisationen till kundernas behov, och den ger oss en möjlighet att vara redo för framtida kundbehov.



**Valter D'Avino**, ansvarig för tjänster på marknadsenheten South East Europe  
– Vi är mer än 2000

personer som jobbar med leverans av tjänster på marknadsenheten. Modellen ger oss en möjlighet att kartlägga all den kompetens som vi har. Det hjälper oss stå redo att leverera med rätt personer, rätt kompetens och till rätt kostnad, i tid. På så sätt är modellen ännu ett steg mot operational excellence. Den ger oss en bas att stå på, vilken är nödvändig för att vi ska kunna utforma bra strategier för vår kompetensutveckling, som går i linje med affärsbehoven.

## USA toppar patentligan

**UPPFINNINGAR** Ericsson var det svenska företag som lämnade in flest internationella patent i världen i fjol, skriver Dagens Nyheter. Med 597 ansökningar hamnade företaget på 21:a plats i världen. Sony Ericsson fördubblade antalet ansökningar till 360 stycken och kom på 31:a plats, vilket var en rejäl klättring från 83:e plats 2006. Globalt ökade antalet ansökningar med 4,7 procent till 156 100.

USA var det land som ansökte om flest internationella patent. Sverige slutade på tionde plats för andra året i rad med 3533 ansökningar, före bland andra Italien, Kanada och Finland.

### ▼ PATENTSÖKARE

1. USA
2. Japan
3. Tyskland
4. Sydkorea
5. Frankrike
6. Storbritannien
7. Kina
8. Nederländerna
9. Schweiz
10. Sverige

Källa: Awapatent/  
Dagens Nyheter

## GENOMBROTT FÖR IP-TV

**Ericsson ska leverera en helhetslösning till grekiska OTE, som har 70 procent av telekom-marknaden i landet. Det är det första stora IP-tv-kontraktet med en stor regional europeisk operatör.**

**GREKLAND** Operatören planerar att lansera IP-tv till nästan 110 000 grekiska abonnenter i två steg. Tanken är att erbjuda "triple play" (telefoni, tv och bredband) över bredbandsnätet. OTE vill därigenom stärka sin konkurrenskraft.

– Med den här nya tekniken hoppas OTE göra så att abonnenterna vill vara kvar som kunder, vilket de har svårigheter med i dag. De hoppas

även vinna tillbaka kunder som de har tappat, säger Ericssons kundansvarige, Christos Xanthopoulos. OTE är en betydande regional aktör i sydöstra Europa med verksamhet även i Albanien, Bulgarien, Makedonien, Rumänien och Serbien. Dessutom vill OTE expandera ytterligare.

– Det här är Ericssons största IP-tv-affär hittills med en stor operatör som finns i flera länder. Samarbetet är en referens när vi pratar med andra stora operatörer, plus att vi har chans att ta hem nya kontrakt med OTE i andra länder, säger Christos Xanthopoulos.

☒ Rajya Sjunnesson Rao



FOTO: SCANPIX

Får snart IP-tv.

## Pris från Bharti

**INDIEN** För andra året i rad har Indiens största operatör, Bharti Airtel, tilldelat Ericsson utmärkelsen "Distinguished Partner Award". Mats Granryd, chef för Ericsson i Indien, och Bimal Dayal, kundansvarig för Bharti, tog emot priset.

# 154 %

Så mycket ökade användningen av mobilbrettband i USA under 2007, enligt en undersökning från Comscore.



Web 2.0 är viktigt för Alan Dix på Ericsson i England. Men han tycker inte att företaget har **insett värdet** med de nya kommunikationssätten än.



# DELA MED FLERA

## NYA SÄTT ATT KOMMUNICERA

Bloggar, wikis och communities vinner terräng i företagsvärlden. Allt fler inser att det går att spara både **tid och pengar** när anställda delar information och byter kunskap med kollegor, kunder och allmänhet. Frågan håller på att **bli het** även inom Ericsson.

“Vi har varit för gammalmodiga”

**GUILDFORD**  
ENGLAND, EUROPA

**Alan Dix är frustrerad. Han säger att Ericsson har 74 000 begåvade medarbetare men att de mesta av kunskapen sitter fast i de anställdas huvuden eller i deras datorer. Han vill släppa ut den.**

**N**är Cisco lanserade ”Video Datasheets” på webbplatsen – korta videoklipp om företagets produkter – utlöste det vad som närmast kan beskrivas som en flod av konsumenter. Klippen är i dag de mest välbesökta länkarna på webbplatsen. På den externa bloggen berättar man för kunderna om sin ”click-to-chat” – där kan man kontakta Ciscos anställda genom instant messaging – och om var konsumenterna kan lägga upp sina kommentarer. Konsumenter och kunder kan välja vilken information de vill ha skickat till sig genom RSS (se faktaruta sidan 24) och de kan även prenumerera på Ciscos podcasts via iTunes.

– Vi borde mäta oss med de ledande

företagen i industrin och med de bästa globalt, inte bara Ericssons direkta konkurrenter. Ericsson vill vara industriledande och ska vara en ”prime driver in an all-communicating world”. Men när det gäller Web 2.0 så håller Ericsson precis på att lära sig gå, säger Alan Dix, som arbetar med strategisk marknadsföring på Ericssons marknadsenhet North Western Europe.

**Han anser att Ericssons** kommunikationsmaskineri består av envägskanaler, vilket är utmärkt för monologer, men katastrofalt för konversationer.

– På Ericsson drar sig många för att dela med sig av sin kunskap, säger han.

Han kom till Ericsson från Marconi 2006 och har sett Ericsson utifrån. Han säger att i dag är Web 2.0 lika stort och viktigt för honom som internet var när det kom, men att Ericsson ännu inte har insett värdet med de nya kommunikationssätten.

– Jag hade förmånen att få sitta med i Ericssons ”pre-GMC-team” 2007 och ►

# DELA MED FLERA

NYA SÄTT ATT KOMMUNICERA



Med Web 2.0 kommer givande samtal med arbetskamrater även att kunna hållas digitalt.

## ”Utan RSS känner jag mig avstängd från verkligheten”

Alan Dix

- ▶ såg att man började diskutera Web 2.0 på allvar. Under själva GMC-konferensen presenterade vi Web 2.0 för att öka medvetenheten hos cheferna. Det var ett viktigt steg och jag tror att de flesta tyckte att det såg ganska intressant ut, men därefter kände jag att utvecklingen stannade av.

**Hansäger att Ericsson** måste lära sig att dela med sig – av erfarenheter, kunskap och åsikter.

– Med undantag för community-grupperna inom det nyss lanserade Knowledge Base (*se faktaruta sidan 21*) pågår det väldigt få konversationer och deltagandet på intranätet är lågt. Det är mycket synd. Vi måste använda de senaste Web 2.0-verktygen för att samla all intelligens i organisationen.

Web 2.0 innebär helt nya kommunikationssätt och Alan Dix säger att om företaget tar de till sig så kommer så kallad ”knowledge sharing” att leda till helt nya arbetsätt.

– Om de anställda får en röst blir

de förmodligen mer motiverade, engagerade och de skulle nog vara mer delaktiga än någonsin tidigare.

**Följer man** Alan Dix under en arbetsdag så ser man vad han menar. Hela hans arbete är byggt kring Web 2.0. Hans bas är i Manchester i Storbritannien men i dag är han i Guildford, sydväst om London.

Han kopplar upp sin dator på ett par sekunder och har strax därefter fått över 100 RSS-uppdateringar till en särskild mapp i sin Microsoft Outlook – han har en RSS-läsare som är integrerad med e-posten – och där ligger nu information från webbplatser och bloggar över hela internet som han anser sig ha nytta av i sitt jobb. Det kan handla om vad konkurrenterna gör, nya lagar, nyheter om operatörerna eller om utvecklingen inom Web 2.0.

– Det är så här det ska fungera. Allt kommer till mig – tips från kolleger, extern information och nyheter. Utan

RSS känner jag mig avstängd från verkligheten, säger han.

**Han slipper** ödsla tid på att hoppa runt mellan oändligt många webbplatser för att hitta viktig information. Med RSS kommer allt till honom så fort det lagts upp på en webbplats. Alan Dix använder alltså samma applikation som för sin e-post men all information via RSS håller han separat. Det gör att han snabbt kan få en överblick över mängder av källor, han kan organisera informationen precis som han vill, markera den för uppföljning eller vidarebefordra den.

På sin egen blogg, ”MUNWE Web 2.0 Blog”, där han skriver om Web 2.0 Blog och om vad Ericsson och dess konkurrenter gör på området, kan han se vilka som gått in och kommenterat det han skrivit. Med två klick kommer samtliga kommentarer upp, med namnet på den kollega som kommenterat, och med ett par klick till har han sorterat kommentarerna. Han visar

### Visste du att...

...det finns en Ericsson-grupp på Facebook som har cirka 7 000 medlemmar. I juli 2007 hade gruppen drygt 1 600 medlemmar. Är du med?



## HELENA NORRMAN: "NU GÅR DET FORT"



Helena Norrman

**Helena Norrman, Ericssons chef för internkommunikation om att Alan Dix tycker att Ericsson är för långsamt inom Web 2.0.**

### Har han rätt?

– Vi har inte varit ett av de första företagen som tagit till sig de nya möjligheterna, men när vi väl bestämde oss så gick det fort. Nyligen etablerades Web 2.0 "på riktigt" på Ericsson med lanseringen av Eri Coll. Med Eri Coll kan alla anställda samarbeta med hjälp av bland annat bloggar och wikis.

### Vad kan Ericsson vinna på genom att

### ta till sig Web 2.0?

– Det är riktigt spännande att se hur vi kan skapa affärsnytta med Web 2.0. Man brukar prata om "Enterprise 2.0" för att beskriva denna del av Web 2.0. Men verktygen är bara början. Utmaningen ligger i att hitta arbetssätt som gör att vi kan använda dem. Det handlar om att dela med sig av information men också om att hantera säkerhet och personlig integritet.

### Vad innebär det för Ericssons kommunikationspersonal?

– Det kommer innebära förändringar.

Redaktionellt material kommer inte att försvinna från intranätet, men i framtiden får vi även en ännu viktigare roll som informationsrådgivare och interna opinionsbildare. Jag har redan stor glädje av min blogg och av vår "Internal Communications Community", en del i Knowledge Base, för att hålla kontakten med alla som jobbar med internkommunikation världen över. Jag har även haft stor hjälp av de projektsiter vi har för att ta fram Ericssons nya kommunikationsstrategi, och de som finns för oss i "GMC 2008 core team".

hur lätt det är att svara på en kommentar genom att skriva ett inlägg på Ericssons chef för internkommunikation, Helena Norrmans, blogg.

Inom Ericsson är det marknadsenheten North Western Europe som ligger längst fram när det gäller bloggande och enheten står för en tredjedel av Ericssons bloggar. På enhetens intranät finns ett lokalt bloggbibliotek med information om bloggarna och tips på hur man kan skapa sin egen.

– Det har varit till stor hjälp att vår chef för internkommunikation, Adam Lloyd, helt tagit till sig Web 2.0. Utan hans hjälp hade vi inte kunnat göra dessa framsteg, säger Alan Dix.

Han vill att Ericssons anställda ska få möjligheten att samtala, engagera sig och bli delaktiga via företagets intranät. Det handlar om att prova på de verktyg som finns tillgängli-

ga – att experimentera. Enligt Alan Dix är detta också avgörande för att Ericsson i framtiden ska kunna attrahera de bästa medarbetarna.

– Föreställ dig en ung människa som kommer direkt från en högskoleutbildning i dag. De är vana vid att kommunicera genom wikis, RSS, bloggar och andra verktyg inom Web 2.0 och skulle förvänta sig tillgång till dem på Ericsson.

**Ett känt** begrepp på Ericsson är just "digital natives", de som vuxit upp med digital media och Web 2.0. Så hur klarade en man i 40-årsåldern, som Alan Dix, av att ta sig an social media? Han säger att man provar, gör misstag, provar igen och lär sig vilka verktyg man vill använda och kan dra nytta av.

– Det tog mig ett år från att inte veta någonting till att ha en egen blogg. Om

jag var nervös när jag skulle skriva mitt första blogginlägg? Det kan du lita på. Jag känner mig inte som en "bloggare" men jag insåg att för att förstå det var det bara att kasta sig in i det.

Alan Dix vill dock betona att det faktiskt händer saker inom Web 2.0 på Ericsson. Han ser hur det "bubblar under ytan" och hur organisationen börjar få upp ögonen för Web 2.0, även om det inte sker i den takt han skulle vilja.

– Väntar vi ett år till blir jag mycket orolig. Det finns massor av eldsjälur i företaget som inser värdet av det här, men de är utspridda.

Först handlar det om att förbättra intranätet, att göra verktygen tillgängliga och visa de anställda hur man använder dem, och sedan upprepa detta med Ericssons externa webbplats, ericsson.com. Och här spelar, enligt ▶

## HANS BERGSTRÖM: "DET FÖRBÄTTRAR VÅRA RESULTAT"



Hans Bergström

**Hans Bergström arbetar inom Open Source (öppen källkod), bland annat med att utveckla, förbättra och rätta kod.**

### Vad gör din grupp inom Ericsson?

– Vi jobbar med teknikstrategi, men också med "collaborational ways of working", alltså arbetssätt där vi vill öka kollaborationen internt och externt.

### Vilka verktyg använder ni i ert arbete?

– Vi använder en egen wiki och e-Forge för den interna utvecklingscommunityn. Dessutom använder vi, bland annat, Sametime för möten

online, Knowledge Base och RSS.

Bloggar använder vi inte ännu, men vi undersöker hur det kan användas i en extern Ericsson-community.

### På vilka sätt har det hjälpt er i ert arbete?

– Det ökar öppenheten och förbättrar våra resultat eftersom vi kan få fler att bidra med sin kunskap i enskilda utredningar. Det sparar tid om man får hjälp från andra än de som ingår i teamet.

### Vad tror du att det beror på att det inte går fortare med utvecklingen av Web 2.0?

– Det är i allra högsta grad en kulturfråga. Det här är ett nytt sätt att jobba på och kräver nya "ways of working", nya sätt att mäta och nya sätt att jobba ihop. Det sker dock en förändring underifrån och jag hoppas på alla chefers support, uppmuntran och att de ser till att verktygen finns på plats.

### Vad tror du om framtiden när det gäller detta?

– Jag är övertygad om att vi inom Ericsson kommer att använda oss av dessa metoder. Det är nog till och med så att de behövs för att möta den hårdnande konkurrensen.

## ”Nu finns Eri Coll, plattformen som möjliggör för anställda att exempelvis starta en wiki eller en blogg”

► Alan Dix, företagets kommunikationspersonal en viktig roll.

Han menar att de måste ta till sig Web 2.0 och lära sig hur de kan öka interaktiviteten med sina läsare. Det gäller för intranät, externa webbplatser, all annan digital media som podcasts och video samt intern- och kundtidningar.

– Vi har varit för gammalmodiga i hur vi kommunicerar både externt och internt. Flera av de längsta och mest paketerade texterna på intranätet läses inte av särskilt många och bloggarna har varit svåra att hitta. Vi skulle aldrig acceptera att våra produkter ligger efter konkurrenternas så varför har vi tillåtit det när det gäller Web 2.0?

**Mats Renée**, ansvarig för webbfrågor på Ericsson, har förstäelse för Alan Dix åsikter.

– Han har rätt i mycket. Men jag tror det är viktigt att vi inte stirrar oss blinda på tekniska aspekter av frågan utan i stället tittar på affärsnyttan. Frågan bör lyftas från att handla

om funktioner till att handla om strategier. Jag uppskattar verkligen att vi på Ericsson har människor som hela tiden ifrågasätter och experimenterar. Men i just det här fallet ska vi också titta på vilken nytta just vårt företag kan ha av den här typen av kommunikation.

Mats Renée säger att det handlar om att inte betrakta Web 2.0 som en ”cool grej”. Man måste i stället fråga sig vad man kan vinna på att ta till sig det nya ”tänket”.

I april och maj kommer Ericsson att upprätta RSS-tjänster på den externa webbplatsen, och man jobbar även med ny design som är mer ”Web 2.0-mässig”.

– Ericsson har aldrig varit ledande när det gäller den här typen av utveckling, men vi är alltid bra. Web 2.0 och social media av olika slag är inte så mycket en teknikutveckling som en kulturförändring. Där ska vi självklart vara med, säger Mats Renée.

☒ Text: Staffan J Thorsell Foto: Kit Fanner



Mats Renée



## MARIA SERRA: ”VI VILL ATT DET SKA VARA HÖGT I TAK”



Maria Serra

**Nu finns Eri Coll, plattformen som möjliggör för anställda att exempelvis starta en wiki eller en blogg. Vilka är fördelarna för en Ericsson-anställd med Web 2.0?**

– Genom mer interaktiva tjänster som bloggar och wikis kan alla inlägg göras av dig personligen och du får dessutom direkt feedback. Snart (under det andra kvartalet) blir det också möjligt att lägga upp mer information om dig själv, säger Maria Serra som är processansvarig för Online Collaboration på Ericsson.

**Finns det några regler för hur en anställd ska bete sig på nätet?**

– Vi vill att det ska vara högt i tak. Förhoppningen är att fler och fler anställda ska kommentera, diskutera och vara aktiva på de digitala mötesplatserna. Men självklart gäller samma regler för uppförande och etik på intranätet som i vanliga arbetslivet.

**Varför lanseras den här plattformen först nu?**

– Det tar tid för nya arbetsformer att mogna i stora organisationer. Förut var vi mer inriktade på envägskommunikation och struktur, inte på interaktiva tjänster. Parallellt med Eri Coll fortsätter det som redan är igång, till exempel Sametime, där antalet online-möten

ökade med 60 procent i januari jämfört med december. (Läs mer i faktarutan sidan 21).

**Vilka tekniska begränsningar ser du i dag?**

– Det finns risker kring informations-säkerhet, integritetsfrågor och juridiska aspekter. Samtidigt kan det vara problem med prestandan när många använder den här typen av interaktiva tjänster samtidigt. Sedan finns det fortfarande dåliga uppkopplingsmöjligheter på en del Ericsson-kontor i världen, vilket också begränsar användandet.



Adam Lloyd och Alan  
Dix vill få fler att  
använda Web 2.0.



## BRA VERKTYG FÖR WEB 2.0

**FEM ANVÄNDBARA TIPS** ▶ Gå  
in på Ericssons intranät och  
testa...

- 1.** Eri Coll – en central plattform och ett hjälpverktyg för alla anställda.
- 2.** e-Forge – intern sajt för mjukvarudesigners.

**3.** Knowledge Base – samlingsplats för Community of practice. Planen är att Knowledge Base ska konsolideras med Eri Coll under 2008

**4.** Sametime – Ericssons verktyg för chat och möten online.

**5.** Ericsson Project Place (EPP) – en samlingsplats för olika projekt för att diskutera, publicera och dela information. EPP kommer att finnas tillgänglig i den nya plattformen Eri Coll under det andra kvartalet 2008.

### Visste du att...

...det finns cirka 30 interna bloggare på Ericsson? Flest bloggare har marknadsenheten North Western Europe. Bloggarna listas i ett blogg-bibliotek.

»» **”Web 2.0 gör de anställda lyckligare och mer produktiva”** »»



# DELA MED FLERA

NYA SÄTT ATT KOMMUNICERA



Richard Dennison  
och Ross Chestney  
har kämpat länge för  
att få BT, före detta  
British telecom, att  
använda Web 2.0.



# Alla kopplas ihop på BT



**Det har inte varit lätt att få anställda och ledningen på ett av världens ledande telekomföretag att se värdet med Web 2.0. Men i dag har BT ett av de största och mest framgångsrika intranäten i världen.**

**R**oss Chestney, chef för kommunikationstjänster på BT kallas för pionjär av The British Association of Communicators in Business, en organisation för anställda inom internkommunikation.

– Web 2.0 har gjort BT mer transparent. Som chef här har man en överblick och en skarpare insikt om hur man kan lösa problem. Anställda blir kopplade till varandra så att de kan dela med sig av sina kunskaper och åsikter och bli mer innovativa, säger han.

I dag har BT:s intranät flera wikis – den största är BTpedia. Vem som helst kan bidra med material och hitills finns över 700 artiklar om allt från system och produkter till arbetstider och kaffemaskiner. Vem som helst kan redigera allt som ligger uppe.

Här finns även ”Månadens ämne” och de anställda uppmuntras att skriva om, till exempel, vad företagets kärnvärden betyder för just dem. Samtidigt är det en tävling, och BT ger ett ekonomiskt bidrag till en valfri välgörenhet i vinnarens namn.

**På BT:s ”Blog Central”** finns runt 30 affärsbloggar och över 12 000 personliga bloggar – både höga chefer och anställda har sina egna. Här kommenterar man BT:s produkter, arbetsförhållanden och organisation. Resultatet blir enligt Ross Chestney ett rakt, öppet och mänskligt flöde av information.

– Vi kan göra oss av med onödig information och undvika brister i kommunikationen. Vi frigör kunskap och gör det möjligt för samtliga i företaget att kommunicera med varandra utan

att en mellanhand ska ha åsikter om människors syn på verkligheten, säger han.

BT:s intranät har även funktioner för podcasting och My Pages, en egen version av Facebook där anställda bland annat kan skapa en profil, lägga upp bilder och organisera kontakter.

Richard Dennison, strategichef för BT:s intranät, säger att det är just kombinationen av det personliga och det mer traditionella företagsinnehållet som Web 2.0 handlar om.

– Web 2.0 gör det möjligt för anställda att vara mänskliga i sitt yrkesliv, de kan uttrycka sina känslor och åsikter och känna att de är delaktiga. Det gör dem lyckligare och mer produktiva. Det handlar om interaktivitet och om samarbete.

**Han tycker att** dagens företag har avhumaniserats. Anställda ”stänger av” när de kommer till jobbet – de förvandlas till tysta, lydiga arbetare. BT:s vision är att alla ska uttrycka sig och ha ständig och omedelbar tillgång till all den oändliga information och kunskap som finns i företaget.

– Det ger ett mer flexibelt yrkesliv, och det är en viktig fråga för oss. Varför skulle jag inte ha möjlighet att gå ut och shoppa en timme på förmiddagen, och i stället jobba lite längre om jag vill det. Anställda ska bedömas efter vad de utträttar, inte när eller var. Naturligtvis har vi deadlines och möten, men det handlar om mogenhet och om sunt förnuft, säger Richard Dennison.

Web 2.0 innebär inte att anställda ständigt måste jaga information på wikis och läsa bloggar på intranätet – det skulle ha motsatt effekt i form av ökad stress. Men allt ska finnas där. Och säger Richard Dennison, kittet som håller samman Web 2.0 är RSS – allt kommer till användaren (*se faktaruta sidan 24*). Nyckelordet har varit expe- ▶

## TIPS TILL FÖRETAG SOM VILL ANVÄNDA WEB 2.0

GÖR:

- ▶ ...det lätt för personalen genom att introducera lättanvända verktyg. Börja med något som tar några sekunder att lära sig, något som **tydligt visar på enkelhet** med att bidra och delta.
- ▶ ...så att andra inspireras. Hitta en redan ”frälst” inom företaget, som andra anställda kan ha nytta av.
- ▶ ...chefsbloggar, **låt ledningen föregå med gott exempel.**

GÖR INTE:

- ▶ ...misstaget att tro att bara för att nya, digitala verktyg introduceras av företaget, så kommer de automatiskt att användas av personalen. Det tar tid, **ett företag får inte vara otåligt.**
- ▶ ...så att man tror att verktygen i sig gör skillnad. Det gör de inte, de är bara teknik. Det viktiga är om och hur de anställda använder dem.
- ▶ ...deltagande och bidragande till ett måste. **Låt den anställde själv avgöra** när och hur han eller hon ska använda verktygen. Tvång tar bort själva poängen med förekomsten av Web 2.0.

**Källa:** Andrew McAfee, Harvard Business School. (Se intervju nästa uppslag).

## Visste du att...

...företagskultur anges som det största hindret mot ökat samarbete inom organisationer? Det visar en undersökning från c10 Insight. Övriga hinder är, i fallande ordning, bristfällig utbildning, bristfälligt stöd från chefer, bristfällig it-infrastruktur, brist på skydd av information och tekniska brister i samsarbetsverktyg.

## ”Bloggosfären är som månens yta - full av sprickor, berg och ojämnheter.”

Ross Chestney

► rimentering och de anställda har provat sig fram.

Flera anställda bloggar även externt på internet. Men vägen från internt till externt bloggande har inte varit utan utmaningar. Det tog nio månader och massor av arbete för att externt bloggande skulle godkännas. Planen var att först undersöka vilka inom BT som redan bloggade, vad bloggvärlden sa om BT och vad andra liknande företag gjorde. I dag måste BT:s externa bloggare klargöra att de inte representerar företaget, men nyligen kommenterade en konsument ett av inläggen: ”Jag trodde att ni var ett telefonföretag. Men ni förstår ju vad allt handlar om och skriver om riktiga saker i stället för bara om era produkter.”

– ”Bloggosfären” är som månens yta – full av sprickor, berg och ojämnheter. Och så ska det vara, allt passar inte alla. Men allt finns där och man kan hitta sin kulle med likasinnade och byta erfarenheter.

– Vi föredrar att de anställda

smälter in i bloggvärlden genom sin kompetens och erfarenhet i stället för att de ska skylta med att de är bloggare från BT. Att de jobbar här är inte riktigt relevant – de läses tack vare sin kunskap och inte för att de jobbar på BT, säger Ross Chestney.

**Han berättar** att det har krävts mycket mod och envishet. På ett sätt har det handlat om att inte pracka på människor något för tidigt. Strategin har inte varit att tala om för de anställda att de måste blogga eller att de måste skriva på BTpedia. Man har bara talat om för dem att det finns, och föreslagit att man provar.

Det har tagit lite längre för vissa att anpassa sig till den nya kulturen. Särskilt kommunikationsanställda kan vara svåra att övertyga eftersom de är ”vana vid paketerade texter som bara kastas upp på intranätet”.

– De måste vakna och inse att deras roll kommer att förändras, säger Richard Dennison. De måste

ta till sig Web 2.0 om de inte ska bli överflödiga i framtiden.

– Ett exempel är vår chatt med BT:s vd Ben Verwaayen. Var sjätte vecka chattar han med de anställda och svarar själv på frågorna, rakt och ärligt med stafvel och allt. Han har visserligen en kommunikator med sig men hon gör egentligen ingenting under just dessa sessioner.

**BT:s ledning** kanske inte officiellt godkänner allt som genomförs inom Web 2.0, men de tolererar det, förklarar Richard Dennison. Det är vanligt att chefer reagerar starkt över ämnen som diskuteras öppet på BT:s intranät och de kan instinktivt tycka att vissa diskussioner är olämpliga.

– Men sedan tänker de ofta ett steg längre och tar till sig vad de anställda faktiskt säger, berättar han.

Text: Staffan J Thorsell Foto: Kit Fanner

### Så kan det funka:

**Vid ett** tillfälle fick alla anställda en av BT:s produkter som en förmån, vilket gjorde att alla upptäckte produktens brister.

Produktchefen hade tidigare bloggat om produktens fördelar och kommentarerna rasade på BT:s bloggcentral. Produktchefen tog åsikterna till produktteamet och kunde sedan berätta för de anställda på sin blogg hur produkten förbättrats, tack vare deras kommentarer.

## KONTAKTEN REDER UT BEGREPPEN

Både **Web 2.0** och **social media** används som samlingsnamn för kommunikationssätt och verktyg för öppen, webbaserad kommunikation. Vem som helst kan delta, till skillnad från information från sändare till mottagare. Web 2.0-verktyg är till för att ge folk en röst och underlätta utbyte av kunskap, även mellan okända människor.

**Enterprise 2.0:** Web 2.0 i företagsvärlden.

**rss:** Står för Really Simple Syndication och gör att du slipper surfa. Genom rss får du nyheter, blogginslag och andra webbuppdateringar till din e-postlåda eller rss-läsare. rss underlättar omvärldsbevakning.

**Blogg:** Förkortning av webb-logg,

en enklare sajt där oftast en person skriver om ett ämne. En viktig skillnad mot vanliga sajter är att användarna kan skriva kommentarer, vilket gör bloggen till en plats för konversation. Kan ligga innanför ett företags brandväggar. Chefer kan använda bloggar för kommunikation med sina medarbetare.

**Wiki:** Kommer från hawaiianskans ”wiki wiki” som betyder snabbt. Alla användare kan skriva in egen text och redigera andras på sajten, och användarna har alltså kontrollen. Företag använder wikis som samarbetsverktyg för projekt och dokumhantering.

**Sociala nätverkssajter:** Webbplatser där folk möts, som Facebook och My Space. Företag kan ha sina egna interna nätverkssajter.



**Community:** En digital mötesplats för folk med något gemensamt intresse.

**Social bookmarking:** Även ”tagging”. Man delar med sig av sina webb-bokmärken med andra.

**Podcasting:** Video och ljud för bärbara enheter och datorer. Kan användas internt inom företag och externt gentemot olika målgrupper.



# "Släpp ut de anställda"

**Företag blir mer effektiva och lönsamma om anställda aktivt deltar på digitala plattformar. Det menar Harvard-professorn Andrew McAfee, som studerar hur framväxten av Web 2.0 eller social media påverkar företagsvärlden.**

– Numera är det inte längre dyrbart att dela med sig av information, så företag kan kosta på sig att ha mer än en officiell kanal. Släpp ut de anställda på nätet, säger han.

Andrew McAfee är ekonomiprofessor på Harvard Business School i Boston i USA och har specialiserat sig på hur chefer kan använda it för att nå sina affärs mål.

Han menar att Web 2.0 gör att anställda på egen hand hittar information och personer de har nytta av i sina jobb, dessutom kan de bidra med egna förslag. Rätt använt sparar Web 2.0 både tid och pengar, menar Andrew McAfee. I stället för att inboksen fylls av cc:ade mejl man inte har någon nytta av eller att man ringer tio personer i jakt på ett svar, kan man själv hitta svaret i kollegans blogg eller chatta med kollegor om problemet.

**Andrew McAfee** delar in den anställdes kontakter inom och utom företaget i "actual ties" (de du jobbar mycket med), "weak ties" (de som du bara vagt vet vad de gör) och "potential ties" (de du inte vet finns, men som du har nytta av i ditt jobb). De två senare kategorierna hittar man genom Web 2.0.

Några statistiskt säkerställda siffror på ökad lönsamhet med Web 2.0 finns inte, forskningen

har ännu inte kommit så långt. Men Andrew McAfee har flera exempel från sina fallstudier. Ta till exempel avdelningsschefen som på en internblogg hittade lösningen på ett annat teams problem, vilket sparade företaget flera miljoner kronor.

– Företagen pekar på att de blir mer lyhörda, reagerar snabbare och att många potentiella kontakter blir faktiska kontakter, säger han.

Just framväxten av de kollektiva insatserna är betydelsefulla för att informationsflödet ska vara aktuellt och nå de rätta personerna. Både internt och externt.

**Liteöverraskande** nämner Andrew McAfee amerikanska underrättelsetjänsten CIA som ett föregångsexempel inom Web 2.0. Efter terrorrådet den 11 september 2001 blev det uppenbart att hanteringen av information måste förbättras – rätt personer måste få rätt information, i rätt tid. Inom CIA används numera social media i olika former. Trots att CIA hanterar minst sagt känslig information tycker man att organisationen tål, och blir bättre, när alla anställda kan bidra med, och söka efter, information.

Men vilka risker finns då med att ha ett sådant informationsflöde? Tänk om de anställda läcker olämplig information, eller betar sig illa på de digitala plattformarna?

– Det är mycket ovanligt, chefer säger ofta att de litar på sina anställda och ser dem som sin största tillgång. De chefer vi pratat med menar att de här verktygen stärker personalen, säger Andrew McAfee.

Text: Helena Jansson Foto: Tsar Fedorsky



Andrew McAfee, professor på Harvard Business School i Boston, USA.







## ERICSSON RESPONSE

# Sarah är alltid beredd

Sarah Gannon är volontär inom Ericssons hjälpverksamhet Response och har upplevt saker som hon aldrig kan glömma. Men hon vet att **hon gör skillnad** och ångrar inte för en sekund sin medverkan.



**S**arah Gannon kommer ursprungligen från Irland, men bor och arbetar sedan sex år tillbaka i Stockholm. Hon har en ingenjörsutbildning i bagaget och en bakgrund inom fysik. I dag arbetar hon som forsknings- och utvecklingschef för CPP-support (Connectivity Packet Platform). Men hon har samtidigt alltid velat att hennes arbete på Ericsson också ska bidra till att hjälpa människor i nöd. Genom Ericsson Response har hon fått den möjligheten.

**Det började med** att hon läste på en hemsida om verksamheten. En tanke slog rot och växte sig med tiden starkare. En dag bestämde hon sig.

– Jag skickade in en ansökan och det visade sig att man behövde någon med it-bakgrund för ett projekt i Schweiz, säger hon.

Hon blev därmed en del av Response volontärteam.

Bara några veckor senare åkte hon till Genève för att presentera Wider, trådlös LAN för katastrofsituationer, för staben för FN:s högre kommission

för flyktingar, UNHCR. Wider gör det möjligt för UNHCR-personal att hjälpa till med kommunikation och informationsöverföring i katastrofområden. Sarah Gannon kände att hon fick tillfälle att omsätta sin kompetens i praktisk handling.

Den 26 december 2004 blev det skarpt läge. Sarah minns att hon befann sig på en pub på Irland med sin bror när hon såg traumatiska tv-inslag från den stora förödelsen efter tsunamin i Indonesien. En flodväg dödade hundratusentals människor i bland annat Indonesien, Sri Lanka och Thailand. Sarah lämnade omedelbart Irland och åkte tillbaka till Stockholm för att planera inför en resa till Sumatra på Indonesien.

Representanter för Ericsson Response åkte först ut till Jakarta för att installera ett GSM-system. Inom en vecka befann sig Sarah i indonesiska Banda Aceh med en delegation från FN.

– På flygplanet dit kommer jag ihåg att jag kände mig oförberedd. Självfallet måste man ha baskunskaper ►

Sarah Gannon har aldrig långt till en resväska. Som volontär för Ericsson Response är hon ständigt redo att packa sina tillhörigheter och bege sig iväg till ett katastrofområde.

# "Jag ville inte åka därifrån men upplevelsen var så intensiv att man bara kunde stanna en kortare tid." Sarah Gannon

FOTO: ERICSSON RESPONSE



Arbetet i Banda Aceh sköttes under väldigt spartanska förhållanden. Det viktigaste var att hela tiden se till att ha rätt information. Här sitter Sarah Gannon och några av hennes kollegor på golvet i sin sporadiskt upprättade sambandscentral.

och självinsikt men man kan aldrig föreställa sig det man kommer att få se, säger hon.

Vid sin ankomst till Banda Aceh blev Sarah omtumlad och bedrövad av tsunamins följder. Det enda som gav ett visst stöd var det varma välkomnandet hon fick av FN-personalen.

– De var fantastiska och jag fick mig snabbt tillräkta, säger hon.

Sumatras befolkning gjorde också ett starkt intryck på henne.

– Det var en ofattbar förödelse. Alla hade förlorat någon, men ändå var människor fyllda av hopp och ville hjälpa till och gå vidare. Samtidigt var min enda tanke: "Hur orkar de?"

**Sarah Gannon** sattes i arbete omedelbart. Hon började med att upprätta radiokommunikation och ett nät som gjorde det möjligt för räddningsteamet att använda walkie-talkies. Någon tid för vila eller att bearbeta sina intryck fanns inte just då.

– Det kändes fantastiskt att ingå i en grupp med en så bred kompetens. Varje kväll, vid kvällsmåltiden, satt vi

tillsammans och talade om hur vår dag hade varit. Det var intensivt, utmattande och inspirerande, allt på en och samma gång, säger hon.

**En svårighet var** att hantera sin egen frustration över att känna sig otillräcklig och inte riktigt veta hur hon bidrog till biståndsinsatsen i dess helhet.

Ericsson Response såg till att samliga FN-organ som arbetade i området hade kommunikationsmöjligheter och de kontrollerade att radiosystemet var säkert. Detta gjorde det i sin tur möjligt för biståndsarbetarna att ringa baslägret och meddela att de var välbärgade. Även räddningsteamet försågs med kommunikationsutrustning och möjligheter till informationsöverföring.

– Men jag önskar att jag hade kunnat göra mer än så, säger hon.

Sarah Gannon och hennes kollegor lärde sig att det absolut viktigaste var att hela tiden se till att få rätt information. Det allra viktigaste var att få tillgång till kartor över området, korrekta rapporter om de drabbade och fakta om den aktuella statusen på räddningsinsatsen.

– Det enda sättet att få denna information i Banda Aceh var att köra med bil ett tiotal mil rakt igenom förödelsten, försöka få tag på en dator med internetuppkoppling och kopiera informationen på ett USB-minne för att sedan köra tillbaka till baslägret och dela med sig av informationen till de andra, säger hon.

Hon tänkte ofta på hur mycket tid som gick förlorad.

– Det skulle ha varit mycket effektivare om det hade funnits ett trådlöst

nätverk så att man kunnat få fram informationen via internet.

Men hon tillägger att det mitt i detta kaos framgick tydligt att fungerande kommunikation var ett oerhört viktigt verktyg för överlevnad.

– Nu har vi lärt oss att planera bättre för framtiden. I Banda Aceh såg vi hur vi kunde göra saker på ett mer ordnat sätt och bygger nu kontinuerligt upp ett system för att vara förberedda inför nästa katastrof.

Enligt henne är Response den bästa delen av Ericssonkoncernen.

– Jag känner mig stolt över att arbeta åt ett företag som ser det här som en så viktig del av verksamheten, säger hon.

Fem veckor efter det att hon för första gången landade i Banda Aceh var Sarah på väg tillbaka till Stockholm och sitt vanliga arbete på Ericsson.

**Ett år senare** satt hon åter på ett flygplan till ett annat katastrofområde. Denna gången var det till Pakistan för att hjälpa de som drabbats av en omfattande jordbävning. Det kan kanske tyckas länge mellan insatserna men i programmet för Ericsson Response finns en regel som säger att en period på tolv månader måste gå innan man kan ge sig ut på fältet igen. Det tror Sarah Gannon är nödvändigt för att kunna återhämta sig.

**Hon återkommer** under intervjun till Banda Aceh och menar att arbetet efter tsunamin har förändrat hennes liv.

– Jag ville inte åka därifrån men upplevelsen var så intensiv att man bara kunde stanna en kortare tid. Döden fanns överallt omkring oss.

– UNHCR åkte runt och samtalade med alla för att hjälpa oss hantera vad vi sett, men man kan aldrig riktigt glömma.

Ett av hennes starkaste minnen är från en kväll då teamet pratade om att göra en dokumentär om sitt arbete.

– Det blev så sorgligt att det nästan blev komiskt, säger hon och konstaterar att de var tvugna att skratta för att inte börja gråta.

– Förödelstens omfattning förde oss på något sätt väldigt nära varandra.

✎ Karyn McGettigan

## Ericsson Response i korthet

▶ Ericssons hjälpverksamhet Response är ett globalt initiativ som har till uppgift att utveckla bättre och snabbare krishantering för att minska det mänskliga lidande som orsakas av katastrofer. Inom programmet används telekommunikation för humanitära och sociala ändamål. Ericsson är unikt inom telekom-

branschen genom sitt sätt att arbeta med anställda som volontärer. Andra telekomföretag deltar också vid biståndsinsatser, men då handlar det oftast om att skänka bidrag eller deltagande i enstaka hjälpinsatser. Genom att aktivt arbeta med ledande biståndsorganisationer uppmuntrar Response till samarbete

mellan olika telekomföretag och andra företag. Dessutom syftar programmet till att få fram större kunskap om katastrofer och krishantering. Är du intresserad av att få kontakt med Ericsson Response? Mejla till [ericsson.response@ericsson.com](mailto:ericsson.response@ericsson.com)





Banda Aceh 2004. Överallt syntes förödelsen efter tsunamin.

»» En insats kan göra skillnaden mellan liv och död »»



"Den mest givande delen av arbetet är att få höra berättelser från volontärerna", säger Rima Qureshi, huvudansvarig för Ericsson Response.

# Volontärerna präglar arbetet

**Världskatastroferna fortsätter att växa i antal och omfattning. Ofta spelar kommunikation och informationsöverföring en viktig roll i räddningsaktionerna. En snabb och effektiv insats kan utgöra skillnaden mellan liv och död.**

Rima Qureshi har det övergripande ansvaret för Ericsson Response. I hennes ledningsgrupp ingår Stig Lindström

(som ansvarar för insatserna), Bengt Herberner (operativchef för Ericssons hjälpverksamhet Response) och Dag Nielsen (som ansvarar för de olika partnerskapen). Samtliga anser att programmets volontärer ger verksamheten dess särskilda prägel.

– Den mest givande delen av arbetet är att få höra berättelser från volontärer på plats eller från de som hjälper till på distans, och se hur medar-

betarna använder sin kunskap i arbetet, säger Rima Qureshi och fortsätter:

– **Idén med** Ericsson Response bygger på ett samarbete med internationella hjälporganisationer – FN, Röda Korset, Rödahalvmånefederationen och svenska räddningstjänsten. Detta är skillnaden mellan oss och de olika lokala initiativen på marknadsenheterna, säger hon.

☒ Text: Karyn McGettigan Foto: Arkiv

## VISSTE DU ATT...

... Ericsson Response har tagit emot utmärkelsen "Community Advancement through Project Management Award" från The Project Management Institute (PMI).

► I utmärkelsen betonas Response bidrag till hjälpinsatserna efter jordbävningen i Muzaffarabad i Pakistan den 8 oktober 2005. Volontärerna från Response kunde hjälpa de

humanitära organisationerna tack vare att de fick ett krishanteringssystem på plats. Det var första gången alla baserade sitt arbete på en och samma telekominfrastruktur.

## ERICSSON RESPONSE

Ericssons hjälpverksamhet Response har gett bistånd vid följande katastrofer:

2006

► **Libanon**

Biståndsinsatser som gjordes efter Israel/Hizbollah-konflikten.

► **Sydasien/Pakistan**

Kommunikation och informationsöverföring efter jordbävning.

2005

► **Beringia i Arktis**

GSM-system för forskningsexpedition.

2004

► **Asien**

Var delaktiga i arbetet efter den jordbävning som orsakade tsunamierna i Indonesien, Sri Lanka, Indien, Maldiverna, Thailand, Malaysia och Östafrika.

► **Panama**

Arbete med Internationella Röda Korset före, under och efter de orkaner som drabbade flera karibiska öar.

► **Nordpolen**

Stöd till den miljöforskning som bedrivs av Arctic Coring Expedition.

► **Sudan**

Partnerskap med FN:s globala matprogram.

► **Dominikanska Republiken**

Bistånd efter omfattande översvämningar.

2003

► **Iran**

Kommunikation och informationsöverföring efter jordbävning i Bam.

► **Liberia**

Partnerskap med FN:s globala matprogram.

► **Algeriet**

Hjälp efter jordbävning i närheten av Algiers.

► **Irak / Dubai**

Hjälp i arbetet med det globala matprogrammets biståndsinsatser.



**IMAGINE  
THIS IS YOU  
READY FOR NEW  
EXPERIENCES**

**THEN HERE  
WE ARE WITH  
A WORLD OF  
OPPORTUNITIES**

**MOVE YOUR  
CAREER AHEAD**

You feel passionate about communication. And you have bold, visionary ideas for the future. So do we. Now we are looking for great minds to build an all-communicating world. Let's move ahead together.

[www.ericsson.com/careers](http://www.ericsson.com/careers)

**TALK TO US ABOUT  
CAREER OPPORTUNITIES**

**ERICSSON**   
**TAKING YOU FORWARD**

# Tv

## veksamt tycker experten

Marknaden för **mobil-tv** växte med 36 procent mellan januari och november förra året. Men enligt Martin Garner, telekom-analytiker på Ovum, bör man vänta med jubelropen. För en särskild konsumentgrupp har, enligt analysfirman M:Metrix, vuxit med 68 procent: de som tröttnat på mobil-tv.

### **Varför tror du inte att mobil-tv tar fart?**

– Jag tror inte att tillräckligt många användare vill betala för direktsänd (linjär) tv i mobilen. De kanske vill ha vissa mobila tv-tjänster i särskilda situationer, men det finns ingen stark vilja att betala för det. Jag tror också att mycket av marknadsföringen kring mobil-tv har byggt på att man som användare får tillgång till sina favoritprogram när de inte har tillgång till traditionell tv. Men hittills har det inte fungerat bra, och oftast har kvaliteten varit för dålig.

– Fler skulle använda tv i mobilen om det vore möjligt att hitta ett särskilt program precis när man vill se det, som med IP-tv. Men änså länge fungerar det inte så.

### **Men visionen för mobil-tv handlar ju om mer än direktsänd tv?**

– Visst, men dessutom har jag den senaste tiden sett en användarstudie som visat att konsumenter lägger sin mobiltelefon bredvid sig hemma i vardagsrummet och lyssnar på innehållet, som på en radio. Men i dag händer så mycket när det gäller beteendet inom tv-konsumtion tack vare internet, och vi tror att



**Martin Garner**

konsumenter med tv i mobilen kommer att följa dessa internettrender i stället.

### **Du låter skeptisk?**

– Ja. Jag tror starkt på att konsumenter kommer använda video i sina mobiler, det är innehåll som passar mobiltelefonen väl och som lockar många. Men jag tror inte att direktsänd mobil-tv någonsin kommer att bli en tjänst som kommer att masskonsumeras. Jag tror helt enkelt inte att tillräckligt många kommer att vilja betala för det. I stället kommer konsumenterna att vilja betala för IP-tv i mobilen, alltså tjänster där man lyfter in internetvärlden i mobilen, hellre än för mobil-tv. Om tio år tror jag att direktsänd mobil-tv mer eller mindre har dött ut.

### **Vad är viktigast för att mobil-tv ska överleva?**

– Man måste skapa rätt affärsmodeller. Man måste fördela spektrum, bygga tillräckligt branät, få till avtal när det gäller "roaming" och tillverka mobiler som klarar tjänsterna. När det gäller innehållet måste det vara personligt och tillåta interaktivitet, vilket gör samarbetet mellan telekomleverantörerna, medieindustrin och operatörerna avgörande.

**Ericsson, Sony Ericsson och Tandberg – är**

### **det en kombination som du tror kan fungera när det gäller mobil-tv?**

– Ericsson, Sony Ericsson, Tandberg och Sony är en ovanlig kombination. Få företag har en sådan möjlighet till samarbete över så många områden för att skapa nya tjänster och produkter. Ericsson visade också under Mobile World Congress i Barcelona i år tydligt sin förståelse för personligt tv-innehåll, och det stämmer väl överens med vad som händer inom tv på internet. Det är långt kvar tills vi har framgångsrika tv-tjänster i mobilen, med denna kombination av företag har möjlighet att spela en stor roll i utvecklingen.

### **Men du tror ändå att det blir en tuff utmaning att lyckas inom mobil-tv?**

– Ja. Jag var på den årliga FT Digital Media and Broadcasting Conference, en mässa vars syfte är att diskutera viktiga trender och gemensamma strategier bland aktörer från hela den digitala medieindustrin. Mobil-tv och annonsering nämndes knappt, men när det kom på tal var det frustration som var den allmänna känslan kring tjänsterna.

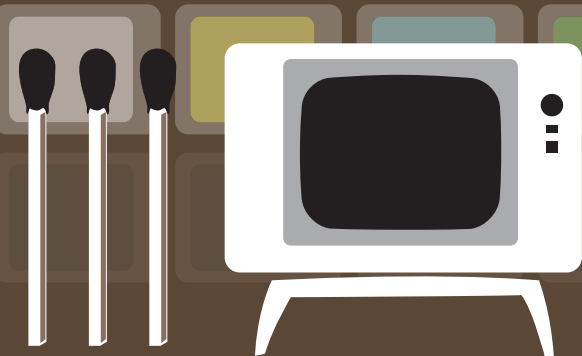
✉ Text: **Staffan J Thorsell**

Illustration: **Ebba Berggren**





"Om tio år tror jag att  
direktsänd mobil-tv mer  
eller mindre har dött ut"



# "Mobil-tv kommer att slå igenom"

**Visst är mobil-tv en utmaning. Men det gäller alla nya tjänster. Det säger Herman Stenström på Ericssons affärsenhet Multimedia.**

På Ericsson ser man inte bara behovet av att arbeta mycket nära operatörerna, utan även av att nå ut till medieindustrin. Man förbiser inte heller det faktum att många konsumenter snabbt kan tröttna på mobil-tv om de rätta förutsättningarna inte finns där.



**Herman Stenström**

Några operatörer har lyckats lansera mobil-tv och har många användare, medan andra operatörers lanseringar har lågt användande och låga intäkter. Några av utmaningarna är kvaliteten på tjänsterna, tillgänglighet till terminaler och fungerande affärsmodeller.

– Felet är att många tjänster inom mobil-tv lanseras utan engagemang eller uppföljning. Vår strategi är att gå till våra kunder och definiera deras utmaningar och tillsammans komma fram till vad som bör göras. Vi jobbar nu genom hela kedjan, från medie- och innehållsområdet ända ut till konsumenterna.

Enligt Herman Stenström glömmar man i debatten ofta bort att mobil-tv handlar om så mycket mer än direktsänd tv.

## **Två världar som möts**

– Vi har sett hur konsumenternas beteende förändrats på internet, och vi följer samma linje när det gäller mobil-tv för även här förändras de. Men det är inte intressant att debattera om något är mobil-tv eller internet-tv, det är två världar som kommer att gå samman. Innehållet ska finnas till hands när som helst, var som helst.

Ericsson har satsat på ett helhetserbjudande med tre pelare: traditionell direktsänd tv, tv och video "on-de-

mand" och podcast-tv. Alla dessa är tillgängliga via ett användargränssnitt – en mobil-tv-klient – i den mobila terminalen som innehåller, till exempel, personliga bibliotek och möjligheten att byta mellan kanaler via ett enkelt tryck på en tangent. Konsumenten får interaktiviteten genom att, till exempel, rösta eller chatta. Operatören i sin tur kan använda flera affärsmodeller, såsom annonsering.

– Vår styrka ligger i just helheten. Vi har klienter för mobil-tv, konsumentapplikationer, "back-end"-system, utrustningen för näten samt professionella tjänster såsom konsulttjänster, systemintegration och support, säger Herman Stenström.

Han fortsätter:

– Vi har en bred kompetens. Vi arbetar nära Ericsson

**"Till stor del handlar det om timing – man måste vara försiktig med hur och när man lanserar tjänsten"**

Consumer Lab och har visat våra kunder att vi har unik konsumentinsikt. Vi förstår mobiltelefonitillverkning genom samarbetet med Sony Ericsson och vi har kunskap inom medie- och tv-området genom vårt köp av Tandberg TV och vårt samarbete med medieindustrin.

Till stor del handlar det om timing – man måste vara försiktig med hur och när man lanserar tjänsten och hur man tacklar utmaningarna för att få nöjda konsumenter, tror Herman Stenström.

– Men mobil-tv kommer att slå igenom. Det råder det inga tvivel om.

✉ Text: Staffan J Thorsell Illustration: Ebba Berggren

## **ERICSSON OCH NRK LADE GRUNDEN**

### **► Redan under**

2007 genomförde Ericsson och Norsk Riks Kringkasting (NRK) världens första försök med mobil-tv och personlig annonsering. Resultatet visade att så många som 13 procent av konsumenterna klickat sig vidare genom de anpassade annonserna och att tiden de tittade på tv i mobilen mer än fördubblades.

### **► Kurt Sillén på**

Ericsson Mobility World sa då att grunden var lagd till affärsmodeller inom mobil-tv, och att försöket visade att operatörer och medieföretag kunde öka trafiken, interaktiviteten och därmed sina intäkter med mobil-tv.





Visst är den vacker, LM Ericssons bords-telefon från 1893? **I folkmun kallades den "kaffekvarnen"** och den blev mycket populär, speciellt på den kinesiska marknaden.

Tillsammans med en vägghörsel från 1880 fanns "kaffekvarnen" kvar i företagets produktkatalog ända fram till 1930. Det blir en produktlivslängd på ungefär 40 år, verkligen inte illa!

Foto: Arkiv



# Mobile Adventures

av Jola Cederschiöld

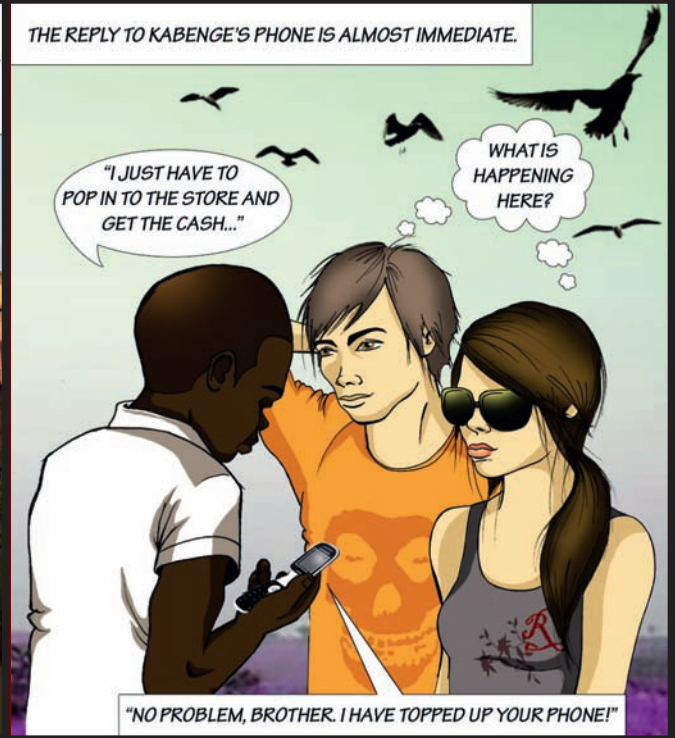
ERIC@ AND HER FRIEND MOBY ARE ON THEIR FIRST BACKPACKING TRIP EVER. THEY ARE GOING TO TRY WHITEWATER RAFTING ON THE NILE IN UGANDA, BUT FIRST, THEIR FRIEND AND GUIDE KABENGE WANTS TO TREAT THEM TO A TYPICAL AFRICAN DINNER IN A RESTAURANT. THEN KABENGE REALIZES...



KABENGE QUICKLY TEXT-MESSAGES THE TOP-UP FROM HIS BROTHER ON TO THE STORE OWNER'S PHONE. THE STORE OWNER KEEPS 15 PERCENT OF THE TOP-UP ON HIS PHONE AND GIVES THE REST REST IN CASH TO KABENGE.



THE REPLY TO KABENGE'S PHONE IS ALMOST IMMEDIATE.



THE THREE HEAD OFF FOR SOME TASTY, TRADITIONAL FOOD, WHILE THE STORE OWNER CAN SELL THE EXCESS AIRTIME FROM CUSTOMERS AND CONTINUE TO OFFER CHEAP COMMUNICATION OPPORTUNITIES...

