

Kontakten

Årets
strategi-
expert

SIDAN 4

Nadia Wassef tog sin bokhandel till sociala medier och har i dag 100 000 potentiella kunder.

Smarta affärer

sidorna 16-25

VALERIE FAST HORSE, IT-ANSVARIG FÖR AMERIKANSKA INDIAN-STAMMEN COEUR D'ALENE:

"Bredband kan sägas vara den nya tidens häst"

sidorna 14-15

Så funkar det:
LTE RELEASE 10

sidan 5



Mobila pengar växer i Afrika

sidorna 32-34



ERICSSON

GLOBAL NEWS SUMMARY

Catch up with the top internal news, views and videos with our new global newsletter. It's coming to your mailbox soon.

◀ **FÖRSTASIDAN** Nadia Wasser i sin bokaffär i Kairo. Foto: Shawn Baldwin/Getty Images



Ericssons gamla direktionsrum Ett besök 100 år bakåt i tiden

sidorna 26-30



AKTUELLT

- 8 Safiya – första kvinnliga linjeflygaren i Sudan
- 8 Grönare och skönare kontor i **Johannesburg**
- 9 Georg Kapanke vände förlorad affär till möjlighet
- 11 **Tips:** Så använder du nya intranätet!
- ▶ 12 Mobilteknik bordar **flygen**
- 13 SMS-topparna under OS



TEMA – SMARTA AFFÄRER

- ▶ 16 Bokaffären i **Kairo** som växer tack vare sociala medier
- 22 Mats Renee, marketing manager för Ericssons **m-commerce-erbjudande**: "Ericsson är det enda företaget som kan integrera betalningssystem med tjänster för m-commerce"
- 25 **Shailendra Pandey** på Informa Telecoms & Media: "I dag finns det väldigt få m-commerce-lösningar tillgängliga för mindre butiker"



ÖVRIGT

- 4 Läsarna har ordet
- 5 **Så funkar det:** Vad är LTE release 10
- 14 Valerie Fast Horse, it-ansvarig för **indianstammen** Coeur d'Alene i Idaho. "Bredband kan sägas vara den nya tidens häst"
- ▶ 32 Goda förutsättningar för mobile money i **Afrika**
- 36 Testa din allmänbildning – tävla mot dig själv

Kontakten

Chefredaktör Jenz Nilsson, jenz.xx.nilsson@ericsson.com, 08-588 331 38 **Biträdande redaktör** David Callahan, david.callahan@jgcommunication.se, 08-588 331 84 **Ansvarig utgivare** Helena Norrman, helena.norrman@ericsson.com **Ansvarig interna kanaler (tf)** Roger Tilzey, roger.tilzey@ericsson.com **Skribenter i detta nummer** Hendrik Bergstén, hendrik.bergsten@jgcommunication.se, David Callahan, david.callahan@jgcommunication.se, Sofia Falk, sofia.falk@jgcommunication.se, Anders Jinneklint, anders.jinneklint@jgcommunication.se, Michael Masoliver, michael.masoliver@jgcommunication.se, Nicholas Smith, nicholas.smith@jgcommunication.se, Mark Tuite, mitchcommunication@gmail.com **Art director** Carola Pilarz, carola.pilarz@jgcommunication.se **Grafik Svenska Grafikbyrå** **Adress** Kontakten, Box 49031, 100 28 Stockholm **Fax** 08-522 915 99 **E-post** contact.comments@ericsson.com **Tryck V-TAB** Vimmerby **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> **Adressändring** Prenumerationsärenden och adressändringar görs till hr.direct@ericsson.com



Framtidens plånbok

Jag gillar butiker. Jag tycker om att gå in i en affär och titta och känna på skor och kläder för att se om de verkligen passar mig. Däremot var det länge sedan jag besökte en leksaksaffär under julhandeln. Då föredrar jag att köpa allt på nätet. Jag vill helt enkelt kunna välja när jag handlar i en affär respektive hemma. Det bästa vore dock om dessa båda köpbetenden kunde smälta samman ännu mer.

Jag önskar att alla mina betalkort, kundkort och id-kort fanns elektroniskt i mobiltelefonen och gick att använda obehindrat. Om det är lång kö i affären vill jag kunna betala mina varor med mobilen utan att behöva vänta på min tur. Det vore också praktiskt om min telefon kunde hjälpa mig att få mer information om olika artiklar när jag befinner mig i en butik. Dessutom saknar jag en riktigt bra mobiltjänst som gör att jag kan prova kläder virtuellt hemma.

Relativt snart kan det vara möjligt att handla i en affär med mobiltelefonen som enda betalningsmedel. Ett stort antal pilotprojekt pågår runt om i världen kring m-commerce, ett samlingsnamn för olika betalningstjänster via ett mobilabonnemang.

Ericsson ligger bra till inom det här området, mycket tack vare att många operatörer har integrerat vårt Charging & Billing-system i sina nät. En lösning som gör det möjligt att fakturera och ta betalt via mobiltelefoner. Dessutom tecknade vi tidigare i år ett avtal med operatören MTN om lansering av mobila plånbokstjänster i Afrika och Mellanöstern.

För även om m-commerce hittills har fått störst uppmärksamhet inom de utvecklade marknaderna är det i tillväxtregioner som den snabba utvecklingen sker. I dessa områden har många människor varken ett bankkonto eller ett kreditkort. Saknas det dessutom en fungerande infrastruktur för fast bredband och fast telefoni, blir mobiltelefonen ett naturligt verktyg även för betalning och bankärenden.

Mobilen som framtidens plånbok är ett så pass spännande ämne att vi ägnar en stor del av det här numret åt det och åt hur butikshandeln förändras i takt med att vi blir uppkopplade.



Helena Norrman,
Kommunikationsdirektör



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

GRATTIS RANJIT KUMAR PADHI...

...som arbetar på Ericsson i Indien med teknisk support och som vann Kontakten och intranätets strategitävling. Över 2700 svar kom in och många deltagare hade alla rätt. Med lottens hjälp utsågs Ranjit Kumar Padhi till vinnare och belönas med en surfplatta av modellen Galaxy Tab 10.1 från Samsung. Rätt rad: ABCBBCCCB

Redaktionen



ETT FÖRSLAG

Spaltbredden i magasinet är för smalt, på grund av att antalet spalter på sidorna helt enkelt är för många. Exempelvis är det på sidan 13, i Contact Magazine # 2 2012, nio stycken spalter. I genomsnitt innehåller varje spalt fyra ord innan läsaren får fortsätta läsa på nästa rad. Detta blir trötande och snabbt okomfortabelt. Eftersom tidningen är så pass innehållsrik vore det bra om ni gick ner till sex, vertikala spalter? Jagmeet Singh Hanspal, Indien

SVAR Vi har olika spaltantal på sidorna för att få kontrast mellan uppslagen. Just plocksidorna har fler och smalare spalter, men här anser vi att det fungerar eftersom dessa sidor innehåller kortare artiklar och notiser. Men din synpunkt är värdefull och du har helt rätt i

att vi bör undvika ett alltför stort antal spalter på varje enskild sida.

Redaktionen

EN FRÅGA

Först vill jag gratulera till ett jättebra jobb med magasinet. Men jag har också en fråga: Skickar ni e-mail till alla som vinner läsartävlingen (sidan 13 reds.ansm)? Jag hade själv alla rätt i den senaste tävlingen, men jag är osäker på om jag därmed räknas som vinnare. Vilka är reglerna? Pedro Jimenez, Venezuela

SVAR Alla svar till tävlingen som mejlas in går igenom. Därefter sorteras de rätta svaren för sig och bland dessa dras slumpvis en vinnare. Det är dock bara denna person som får ett mejl från oss om att han/hon har vunnit.

Redaktionen

Läsarbilder



En underbar bild på några blommor, tagen på Alvaret på Öland i juli. Fotot tog jag med min Sony Ericsson Vivaz.

Anne Kristine Ljung, Sverige



Det här togs den 1 juli på Circus Massimo i Rom. Fotbollsfans tittar på livesändningen av VM-finalen mellan Spanien och Italien.

Adam Lloyd, England



Ett foto från min vistelse i Stockholm i vintras. Det blev en båtfärd som slog alla mina förväntningar.

Ekaterina Kukarkina, Ryssland

Webbpoll

71%

... av 110 Ericsson-anställda tycker att den nya startsidan på Ericssons intranät är mer lättanvänd.

Källa: Intranätet

Välkommen...

FOTO: GETTY IMAGES



... till Ericsson, Jason Hsu

... som nyligen började arbeta som Learning and Development Manager i Peking. Han kommer ursprungligen från Los Angeles och flyttade till Kina för tio år sedan.

Vad gjorde du innan du kom till Ericsson?

– Jag jobbade med HR-frågor på Lenovos huvudkontor, där jag hade kontakt med projekt och kontor över hela världen. Det utvecklade

min förmåga att arbeta i ett globalt sammanhang, vilket är väldigt värdefullt för mig i den roll som jag har i regionen nu.

Vad innebär din nya roll och vad arbetar du med just nu?

– Jag gillar framför allt att jag får fokusera på medarbetarnas karriärer och kompetensutveckling som ska hjälpa dem att göra sina jobb ännu bättre än tidigare. Jag jobbar i ett fantastiskt team

och jag trivs verkligen med den mångfald och det engagemang som präglar gruppen. Min första tid här har varit mycket positiv och berikande. Just nu är jag bland annat involverad i onboarding-programmet, som ska ge nyanställda en smidig introduktion till Ericsson. Jag hoppas också att min bakgrund gör att jag kan underlätta för andra när de börjar arbeta här.

Om din granne skulle fråga ...

...LTE RELEASE 10?

LTE release 10 (LTE Advanced)

LTE release 10 är en vidareutveckling av de tidigare release 8- och 9. Med de nya förbättringarna uppnår release 10 "IMT-Advanced kraven".

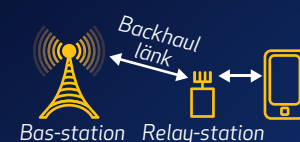
Siffror

	IMT-Advanceds krav	LTE rel-8	LTE rel-10
Transmissions bandbredd	Minst 40 MHz	Upp till 20 MHz	Upp till 100 MHz
Topp spektraleffektivitet • Nedlänk • Uplänk	15 bps/Hz 6,75 bps/Hz	16 bps/Hz 4 bps/Hz	16 bps/Hz (30 bps/Hz)* 8,1 bps/Hz (16,1 bps/Hz)**
Latency • Control plane • User plane	Mindre än 100 ms Mindre än 10 ms	50 ms 4,9 ms	50 ms 4,9 ms

Latency används för att beskriva den tid som det tar för ett skickat meddelande att få ett automatiskt svar.

ms= millisekund

*4x4 antenn (8x8 antenn)
**2x2 antenn (4x4 antenn)

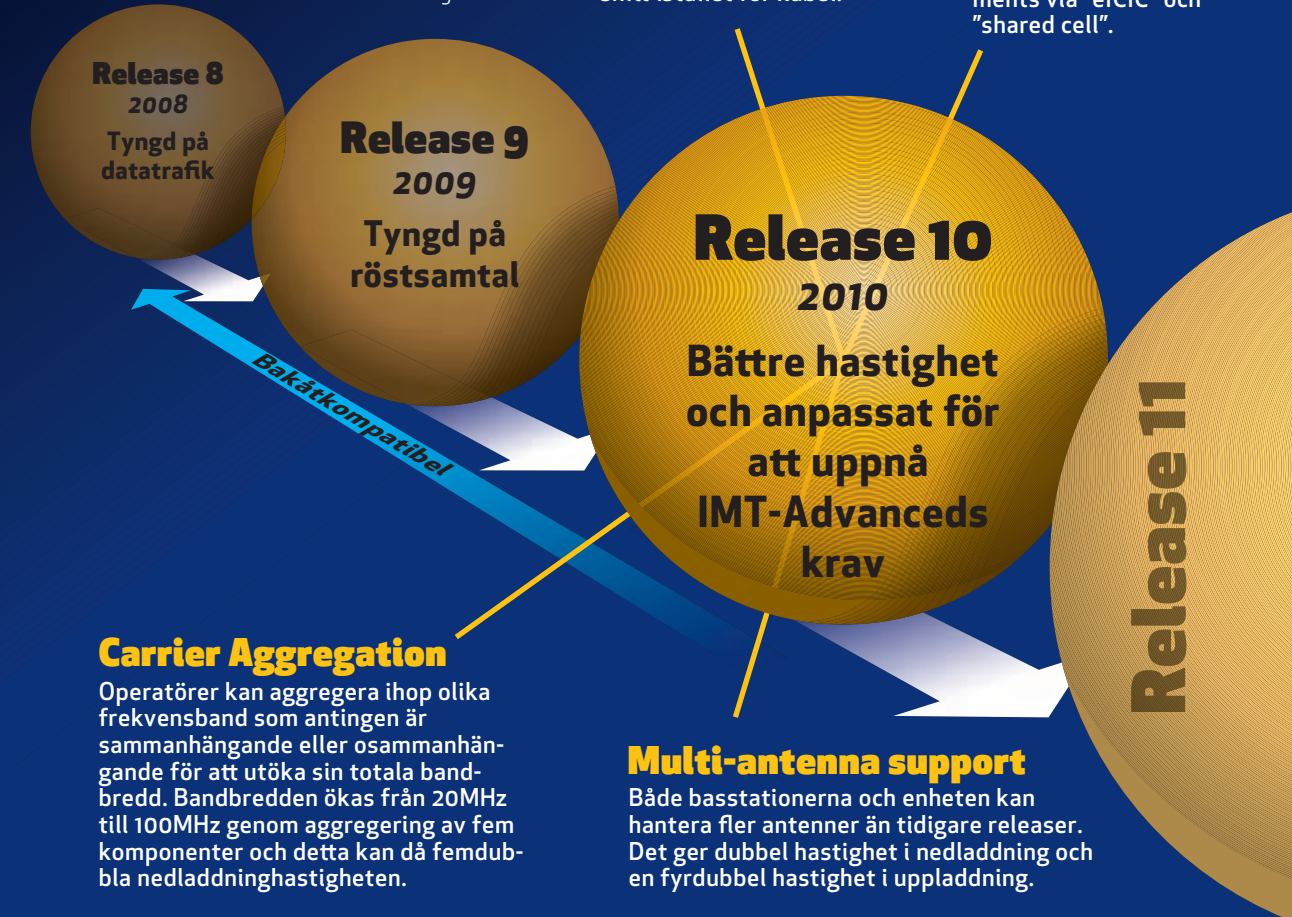


Relaying

Ny lättinstallerad nod då data mellan nätverket och noden går via LTEs luftgränssnitt istället för kabel.

Heterogena deployments

Förbättringar i heterogena deployments via "eICIC" och "shared cell".



Carrier Aggregation

Operatörer kan aggregera ihop olika frekvensband som antingen är sammanhängande eller osammanhängande för att utöka sin totala bandbredd. Bandbredden ökas från 20MHz till 100MHz genom aggregering av fem komponenter och detta kan då femdubbla nedladdningshastigheten.

Multi-antenna support

Både basstationerna och enheten kan hantera fler antenner än tidigare releaser. Det ger dubbel hastighet i nedladdning och en fyrdubbel hastighet i uppladdning.



Wow!

En grupp barn i den brasilianska byn Suruacá fascineras över vad man kan göra med en smartphone. Byn är en del i Ericssons Connect to Learn-projekt, där Ericsson samarbetar med lokala parter för att ge invånarna i avlägsna byar i Amazonas tillgång till mobilt bredband. Projektet startade 2009 och hittills har fler än 50 byar fått uppkopplingsmöjligheter. FOTO: WWW.HANSBERGGREN.SE

► Se också BBC-videon "The mobile internet arrives in the Amazon Rainforest" <http://korta.nu/v8dhn>

Hallå...



FOTO: ERICSSON

... **Safiya Abbadi**, ansvarig för IP Networks i Sudan och landets första kvinnliga, operativa linjeförstaperson. Hon är även den första medarbetaren i Sudan som uppnått Level 1 Assessment, en process som medarbetare måste gå igenom för att bli ledare.

Hur blev du linjeförstaperson?

– När tjänsten blev ledig övertalade min chef mig att söka. Han stöttade mig eftersom mina kollegor brukade lyssna till och lita på mig, och jag lyssnade på dem för att bygga konsensus och skapa harmoni.

Hur är det att vara yrkesarbetande kvinna i Sudan?

– Enligt våra traditioner ska gifta kvinnor helst inte arbeta eftersom de har en viktig roll att fylla i hemmet och i samhället, till exempel genom att ta hand om familjen och hushållet. De senaste åren har det ändrats något, men kvinnor har fortfarande en social roll att fylla. Det är en utmaning, men jag tror att det går att hitta en balans.

Hur påverkas dina karriärmöjligheter av att du är kvinna?

– Det är skillnad mellan Ericsson och andra arbetsplatser i Sudan. Ericsson motiverar kvinnor genom att lita på dem och förvänta sig minst lika mycket av dem.

☒ David Callahan

► Läs mer om ledarskap och mångfald på [Global Employee Info](#).

Johannesburg satsar på hållbarhet

På Ericsson i Johannesburg, Sydafrika, har stora ansträngningar gjorts för att göra kontoret mer energieffektivt. Koncernfunktionen Real Estate ser nu insatserna som ett best case.

MILJÖ Miljöprojektet på kontoret, där drygt 700 personer arbetar, har inriktats på energikonsumtion, avfallshantering och vattenkonsumtion. De största energislukarna visade sig vara belysning, värme, ventilation, luftkonditionering och varmvatten.

Lågenergilampor

En av åtgärderna var att byta ut alla traditionella glödlampor mot lågenergilampor, eftersom



FOTO: ERICSSON

Några av medarbetarna utanför det alltmer energieffektiva kontoret i Johannesburg.

just belysningen ansågs förbruka för mycket energi. Sedan projektet startade 2010 har man sett stora förändringar i energikonsumtionen.

– Resultatet av lampbytet har inneburit att vi under 2011 sparade motsvarande 250 000

SEK (294 000 ZAR), räknat i kilowattimmar, säger Michael Herman på Real Estate & Facilities Management (REFM).

Utöver energisnål belysning har ett toppmodernt vattenledningssystem med nya

energieffektiva sprinklers installerats.

Maskodling

Matavfall från personalrestaurangen komposteras och blir till gödning för rabatterna runt kontoret, och mot slutet av året kommer en maskodling att byggas.

– Vi har klarat av några viktiga milstolpar på vägen mot en hållbar miljö, särskilt inom belysning och luftkonditionering. Men det finns fortfarande mycket att göra och vi jobbar vidare, säger Michael Herman.

☒ Editorial Services

► Läs mer om förbättringarna på intranätet, sök efter artikeln "Greening of Ericsson Campus".

"Det är ju ett steg i rätt riktning."

Jan Uddenfeldt, teknikchef på Sony Mobile och tidigare bland annat teknikchef på Ericsson, kommenterar det faktum att Apple i och med Iphone 5 har producerat sin första mobil med en skärm på 4 tum. Detta jämför han med Sonys senaste modell med 4,3-tumsskärm. Källa: Ny teknik



FOTO: CAROLA PILARZ

Tomas Nylén och Christer Olsson kör elbil till jobbet i Kista varje dag.

Tankar miljövänligt

MILJÖ Sedan en tid tillbaka finns två uttag för laddning av elbilar i ett av parkeringsgaragen vid Ericssons kontor i Kista. Det är ett lokalt initiativ som kommit till i dialog mellan Ericsson, personalen och fastighetsägaren. Två av dem som dagligen kör elbil till jobbet är Tomas Nylén, hårdvaruutvecklare, och Christer Olsson, Senior Specialist inom R&D, som båda arbetar på affärsenheten Networks.

– Det är viktigt för Ericsson att vara framsynt och bidra till att fler vågar köpa elbil. Intresset är stort bland kollegorna, så snart blir vi nog fler som kör elbil till och från jobbet, säger Tomas Nylén.



Georg Kapanke och hans kollegor inom regionen West and Central Europe vände förlust till vinst.

Envishet lönar sig

Med envishet och stark tilltro till affären lyckades Georg Kapanke vända ett förlorat kontrakt till en stor möjlighet hos en dominerande europeisk operatör.

VAR DAGSHJÄLTAR Med det senaste inom produktfamiljen Smart Packet Optical (SPO) kunde Georg Kapanke, Sales Engagement Manager i regionen West and Central Europe, bidra till ett banbrytande avtal med Belgacom.

Förlorade upphandling Belgacom hade tidigare efterfrågat SDH-utrustning (Synchronous Digital Hierarchy) från Ericsson inom ramen för ett betydligt större projekt. Enligt Georg Kapanke skulle det ha inneburit en stor möjlighet att närma sig en dominerande europeisk

operatör, men Ericsson fick inte kontraktet i fråga.

– Vi förlorade den upphandlingen, men slutade aldrig uppverka Belgacom. I stället lyfte vi fram SPO 1410 som en bra lösning i kommande sammanhang, säger han.

Den lösning Belgacom köpte från en konkurrent fungerade inte som tänkt, och därför vände de sig återigen till Ericsson – denna gång för att ge ett proof of concept för SDH-utrustningen. Eftersom upphandlingsprocessen redan var långt framskriden kom man överens om att utrustningen skulle vara färdig redan inom en vecka.

Enorm insats

På bara tio dagar lyckades Georg Kapanke koordinera ett proof of concept, något som fö-

retaget normalt behöver två månaders förvarning för att klara. Genom det kunde Ericsson ta hem SDH-kontraktet i ett mycket sent skede i processen.

– Det krävdes en enorm insats från många medarbetare i olika delar av Ericsson och ett starkt samarbete med det belgiska kundteamet. Jag tror att det var de goda möjligheterna till ytterligare affärer med Belgacom som gjorde att jag lyckades övertyga mina kollegor på affärsenhet Networks om hur viktigt det var att ta hem den här affären, säger Georg Kapanke, och fortsätter:

– Medarbetarna i Ericssonsteamet var verkligen öppna för de goda affärsmöjligheter det här kunde leda till, och var beredda på att effektivisera processen.

Jag hade ett mycket bra samarbete med teamen i Bryssel i Belgien, Genua i Italien och i Kista.

Viktiga referens

Affären har redan bidragit till merköp. Belgacom's beställning har vuxit mycket jämfört med det ursprungliga erbjudandet. Allt sammantaget gör att Ericsson nu har en viktig referens i en av Europas största operatörer inom SPO-lösningar.

☒ Mark Tuite

► Läs andra artiklar med *everyday heroes* på intranätet, sök på "Everyday heroes"

EVERYDAY HEROES är en serie artiklar som lyfter fram inspirerande individer och team som gör det lilla extra i sitt dagliga arbete på Ericsson.

Glad gubbe fyller 30

JUBILEUM Smileyn fyller 30 år. Idén till smileyn kom från professor Scott Fahlman vid Carnegie Mellon University i Pittsburgh, som den 19 september 1982 skickade ett förslag till sina kollegor på hur man skulle kunna markera skämt i en text.



Engagera kunden!

OSS/BSS Ericsson har lanserat Realize Your Tomorrow Today, en omfattande marknadsföringskampanj för att visa sin kompetens och sitt ledarskap inom oss/bss området. Kampanjen pågår till 2015 och fokuserar på tre områden: kundupplevelse, effektivitet och innovation.

Kampanjen riktar in sig på Ericssons kompetenser inom affärsplanering, IT och nät. Till hjälp för att aktivera kampanjen finns en omfattande verktygslåda med customer success stories, oss/bss-evenemang, reklam för tryckta och digitala medier och workshops som kan användas för att engagera kunder.

► Läs mer på [www.ericsson.com/realize](#) eller [internal.ericsson.com/realize](#)

Cykla rätt

TJÄNSTER Nu är det möjligt att söka vägbeskrivningar för cykel direkt i mobilen. Tjänsten är tillgänglig i den senaste versionen av Google Maps för Android. Ruterna skapas med hjälp av flera olika vägar och stigar som visas på kartan. Tjänsten finns på [maps.google.com/biking](#).

Källa: [Mobil.se](#) och [Google](#)

3 FÅR EN FRÅGA

Vi frågade tre Ericsson-anställda: Vad tycker du om det nya gränssnittet på intranätet?

► **Tadenda Mudariki, Payment Specialist, Strategic Sourcing, Australien**



– Jag gillar det, särskilt Feeds-delen som pekar på viktiga

artiklar. Jag gillar också hur webbplatsen integrerar sociala aspekter som möjligheten att kommentera/rekommendera. Det här gränssnittet är ett stort kliv framåt, men det är inte perfekt. Ibland måste man klicka flera gånger för att nå ett verktyg som tidigare låg på startsidan.

► **Stephan Joest, Senior Consultant, Government Verticals, Tyskland**



– Den harmonisering som skett är bra, men användbarhet

måste vara ett primärt mål. Drupal-plattformen tillåter olika visuella mallar så för att uppfylla olika användares behov skulle man kunna ha två portaler, en för ren marknadskommunikation och en med mer snabböverskådlig information.

► **Joseph Jwan, Customer Project Manager, Libanon**



– Det är mycket bättre än det gamla. Det är enklare

och mer användarvänligt, särskilt som de viktigaste frågorna hamnar högst upp och du kan bläddra igenom dem utan att behöva gå längre ner på sidan.



FOTO: KTH

De bilförsäkringstagare som använder appen Moveo får lägre premie redan från början, och ju bättre föraren blir, desto lägre blir premien. Helt naturligt, tycker Peter Händel, som ingår i teamet bakom appen.

En app för säkrare körning

Forskare på KTH i Stockholm har utvecklat en mobilapp för säkrare och mer energisnål bilkörning. Ett försäkringsbolag har redan nappat och lovar rabatt på bilförsäkringspremien för duktiga förare.

APPAR Teamet bakom

Moveo, som är namnet på både appen och spin-off företaget, leds av Peter Händel. Han har tidigare arbetat på Ericsson Research men är nu professor och leder forskningen inom signalbehandling på KTH. Moveo är ett resultat av den forskning han bedriver inom intelligenta transportsystem och ingår i ett metodutvecklingsarbete inom storskaliga mätsystem.

– Undersökningar visar att försäkringsbolag i allt större utsträckning kommer att basera sina premier på mätningar av körteknik. Mätningarna görs med hjälp av smarta mobiler. Redan i dag finns över en miljon förare i Europa som kör med så kallad användarbaserad försäkring (UBI), säger Peter Händel och fortsätter:

Lägre premie

– Mobiltelefonen ersätter allt mer den traditionella mätapparaten. 2017 kommer det uppskattningsvis att finnas över 40 miljoner UBI-användare i Europa. De försäkringstagare som går med på att använda tekniken får redan från början lägre premier och ju bättre

föraren blir, desto lägre blir premien.

– Jag tycker det är naturligt att bilförsäkringspremierna tar hänsyn till faktisk risk och inte bara faktorer som ålder och var du bor. Kör du bra och säkert ska du givetvis ha en lägre premie.

Peter Händel och Moveo-teamet började utveckla tekniken för drygt tio år sedan, men först nu är den mogen för en bredare lansering. Moveo använder den senaste signalbehandlingstekniken och stöds av olika sensorer, framför allt GPS, och beräknar saker som hastighet, acceleration, bränsleförbrukning, vägens höjdprofil och motorns varvtal.

– 15 till 20 procent av

bränsleförbrukningen kan sparas in genom miljövänlig körning. Kör du effektivt och miljövänligt kör du automatiskt säkrare eftersom du har en bättre framförhållning.

Moveo kan köras som ett spel där föraren samlar poäng. Föraren får en stjärna som belöning om fordonet körs energisnålt och miljövänligt, annars delas det ut varningar. Man kan också spela mot andra, som vänner och grannar, och dela data med dem.

– Insamlad data kan även bidra till en mer intelligent hantering av trafiksituationer i storstäder och till exempel förutsäga köbildningar, säger Peter Händel.

► Benny Ritzén

Så navigerar du på nya intranätet

STEG FÖR STEG ► Ericssons intranät fick nyligen en ny kostym. Här får du tips och tricks som gör det lättare att navigera på sidorna.

1. Hur kommer jag tillbaka till huvudsidan?

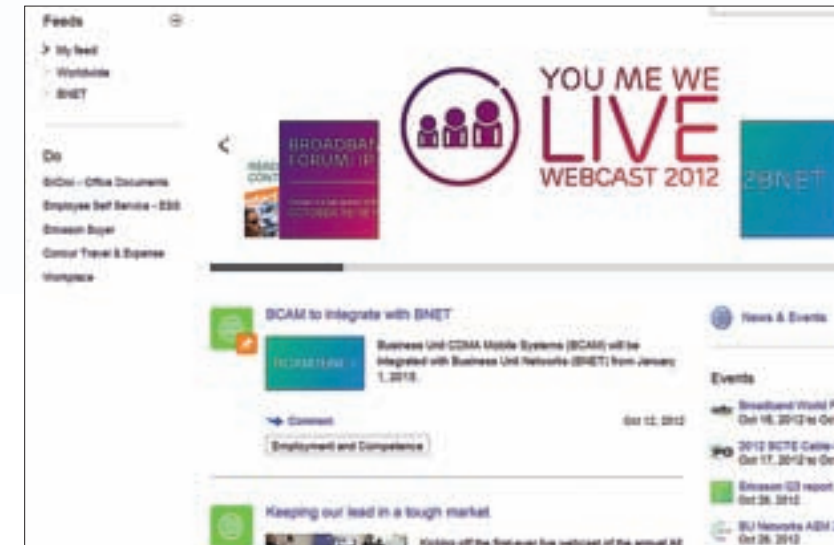
Det finns två sätt. Antingen klickar du på **Ericsson-loggan** högst upp till vänster på skärmen eller på **Choose Site** högst upp till höger och väljer enhet.

2. Vad är syftet med Feeds?

My feed visar både global information (synlig för alla) och information som är specifik för din enhet. **Worldwide** visar den senaste informationen från alla Ericsson-enheter (affärsenheter, regioner och globalt). **UNIT** visar bara information från din egen enhet.

3. Vad är syftet med Do?

Här finns en lista med länkar till några av de mest använda verktygen. Vilka verktyg som



Ericssons nya interna webbplats lanserades den 1 september 2012.

visas beror på vilken affärsenhet/koncernfunktion/region du tillhör. Fler verktyg finns under fliken **Tools** på toppmenyn.

4. Vad står Pin-ikonen för?

Artiklarna med en pin-ikon ligger kvar tills redaktören bestämmer att de ska tas bort

eftersom informationen har extra hög prioritet. Pinnens färg visar var artikeln kommer ifrån. Blå = Global. Gul = affärsenhet/region.

5. Var kan jag lära mig mer?

Instruktionsmaterial finns på intranätet, sök på: **Internal Navigation Guide**

• **Video:** Video and Infographic on the new intranet & How to navigate on new Internal

Relaterade länkar:

- New entry to the Intranet
- Update on new Internal
- BNET – Get ready for a new intranet

Hallå...

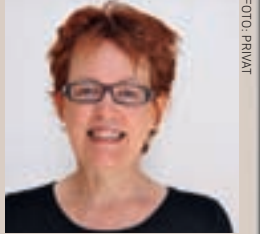


FOTO: PRIVAT

... **Jane McConnell**, en oberoende konsult som under mer än 15 år har varit rådgivare åt globala organisationer i frågor om strategier för och styrning av intranät.

Vad avgör om ett intranät blir effektivt?

– De bästa intranäten kombinerar styrning information med funktioner som bidrar till interaktion och social kontakt och därför gör det möjligt för personer och avdelningar att arbeta bättre tillsammans. Allt för många intranät fungerar bara som bibliotek för olika dokument, vilket kan påverka produktivitet och engagemang väldigt negativt.

Vilka trender ser du när det gäller intranät?

– Skillnaden mellan interna och externa sajter börjar suddas ut. Externa parter får ofta tillgång till intranäten och då är inte intranäten så interna längre. Allt fler organisationer styr sina intranät från molnet. Men den främsta förändringen är nog utvecklingen mot digitala arbetsplatser.

Vad är en digital arbetsplats?

– Det är en enda ingång till en koordinerad värld av digitala resurser som stödjer en organisations affärer. En digital arbetsplats ger anställda tillgång till all information och alla verktyg de behöver i sitt dagliga arbete, och hjälper dem därmed att göra sitt jobb på ett mer effektivt sätt.

► Nicholas Smith

VESTBERG ÖPPNADE NASDAQ



FOTO: ERICSSON

VÄRLDEN Den 25 september öppnade Ericssons vd och koncernchef Hans Vestberg NASDAQ-börsen i New York. I sitt tal berättade han bland annat att Ericsson etablerade sig i USA redan 1902 och att den nordamerikanska marknaden i dag står för 25 procent av företagets omsättning. Öppningsceremonin var en del av hans besök i staden under FN-veckan.

► Sofia Falk

3 FÅR EN FRÅGA

Vilka mobilappar brukar du använda?

► **Ellen Olsson, flygvärdinna, Tui Fly Nordic, Sverige**



– Jag använder appen som hör till tränings-sidan

FunBeat för att dela träningsresultat med mina vänner. Det är också ett sätt för mig att hålla kontakten med mina kompisar hemma. Appen WhatsApp som gör att man kan skicka gratis SMS är också väldigt användbar.

► **Hans Brink, pilot, Tui Fly Nordic, Sverige**



– En fantastisk app som kräver uppkoppling är Flightradar

24, som tar in data från alla flygradarcentraler i världen. Man får upp en världskarta där man kan se alla flygplan som är ute och flyger. När man pekar på ett plan på kartan ser man fart, flyghöjd, destination och flyglinje. Man kan även rikta mobilkameran mot ett flygplan och få veta vad det är för plan.

► **Marina Edvinsson, flygvärdinna på Tui Fly Nordic, Sverige**



– Jag har stor nytta av att ha vårt verktyg för incheckning som app i mobilen. Då kan jag gå in i förväg och se om det är några ändringar som berör min flight, och på så sätt spara jag tid.

✉ Anders Jinneklint



FOTO: HÅKAN LINDGREN

Flygkapten Hans Brink på Tuifly Nordic har numera sina flygkartor på en electronic flight bag. Flygdatorn är på väg att ersätta 45 kilo papper på varje flygning.

Mobilen lyfter flyget

Flygbranschen har länge legat lite efter när det gäller kommunikationsteknik, främst på grund av noggranna regleringar. Snabbare mobilnät och smartare telefoner ger nu nya möjligheter.

EFFEKTIVITET Boeing 737 från bolaget Tui Fly Nordic har just lyft från Stockholm på väg mot Teneriffa. Styrman Carl Olof Lundgren trycker fram några flygkartor på sin electronic flight bag (EFB). I sin smartphone har han flightens färdplan, som han alltid laddar hem i förväg.

– Färdplanen innehåller bland annat väder, beräknad flygtid och bränsleåtgång. Det

underlättar att läsa igenom det hemma eller på hotellet i stället för på flygplatsen, säger han.

Effektiv hantering Hårddiskarna i cockpit innehåller mängder av flygplanskartor, bolagets hela manualsystem och program som gör viktberäkningar för start och landning. De är på väg att ersätta åtta pärmar med sammanlagt 45 kilo papper. För bolagets åtta flygplan innebär det en bränslebesparing på 26 000 liter per år och därmed minskade utsläpp.

Men det är inte det enda som är nytt: Förr gjordes alla uppdateringar på papper. Omkring 100 nya kartor i veckan kördes

ut till flygplatserna, där 170 piloter skulle få pappersmanualerna uppdaterade. Nu har Tui Fly Nordic utvecklat en iphone- och ipad-app som automatiskt synkar alla manualer och operativa dokument. På en data-skärm kan personalen på huvudkontoret följa alla uppdateringar och se till att den senaste informationen verkligen har kommit fram till rätt pilot.

Ett säkrare sätt

Hans Brink, flygkapten på Tui Fly Nordic: – Säkerheten är mycket större nu när det är så enkelt att uppdatera digitalt. Tidigare kunde det hända att någon missade något papper.

En annan ganska ny uppfinning är Quick Access Recorder (QAR), som automatiskt samlar in tusentals parametrar om varje enskild flygning. När flygplanet har kommit fram till gaten och passagerardörren öppnas vaknar tre GSM 3G-moduler som alla provar att koppla upp sig till 3G-nätverket. Den som får den billigaste uppkopplingen vinner, och flygdatorn går automatiskt iväg till central dataservert. Tidigare användes optiska floppydiskar som skickades med bil eller flyg fram och tillbaka mellan huvudkontoret och flygbaserna.

✉ Anders Jinneklint



Fotoelektriskt inbrottslarmssystem

TILLBAKABLICK Ericssons inbrottslarm hade fotoelektriska celler och var på 1930-talet det bästa automatiska skyddet mot inbrott. Platser där pengar eller andra värdeföremål placerades, som banker, kontor, museum, butiker, fabriker och privata bostäder, var precis som i dag i behov av ett effektivt skydd mot inbrott.

Systemet marknadsfördes som "ett skydd som även för den mest vetenskapliga inbrottstjuven är omöjligt att kringgå eller oskadliggöra". En liten projektor, sändaren, sände ut en kägla av strålar mot en ljuskänslig cell. Om strålen bröts av en person eller ett föremål gick larmet igång. De infraröda strålarna var osynliga för det mänskliga ögat och systemet var dessutom enkelt att dölja.

Källa: ericssonhistory.com

"En sak förändras aldrig, de största näten kommer alltid att vinna." Rosabeth M.Kanter, Professor i Business Administration på Harvard Business School.

Tävla och vinn!

TÄVLING Hur väl läser du Kontakten? Svaren på de tre frågorna nedan hittar du i några av texterna i det här numret.



1. Vad heter plattformen som hjälper medlemmar ur den nordamerikanska indianstammen Coeur d'Alene att lära sig mer om sin historia?

2. Vilket är flyttades Ericssons gamla styrelserum från Tulegatan i Stockholm till Tekniska museet?

3. Hur stor är bandbredden (MHz) i LTE release 10?

Skriv ner dina svar efter rätt siffra, döp mejlet till "tävlning" och skicka

uppgifterna i ett mejl till: contact.comments@ericsson.com senast den 23 november 2012. En vinnare belönas med Ericssonboken "Att förändra världen". Får vi fler rätta svar avgör lotten. Lycka till!

Vinnare i förra tävlingen blev Michael Smilios, USA, som svarade:
1. TechWomen
2. 2005
3. 1930-talet

Saker du inte ska missa på ericsson.com

Connected me visar hur människokroppen kan fungera som en del av ett kommunikationsnät. http://www.ericsson.com/connected_me

Networked Society diskuterar hur samhället kan se ut när allt alltid är uppkopplat. The Networked Society Blog följs av läsare över hela världen. <http://www.ericsson.com/networkedsociety>

The Three Ages of Megacities är en uppmärksam rapport från Networked Society som tittar på effekter av och utmaningar för den snabba urbanisering vi ser i många delar av världen. http://www.ericsson.com/res/docs/2012/ns_megacities_report_4.pdf

Under The Social Good Summit i New York samlades ledare från hela världen för att diskutera hur innovationer och teknologi kan lösa globala problem. http://www.ericsson.com/thecompany/events/social_good_summit_2012_957590549_c, <http://mashable.com/sgs/>

På SIME London träffades "the movers & shakers" inom den digitala industrin. http://www.ericsson.com/thecompany/events/sime_london_957590549_c, <http://sime.nu/>



Gröna fingrar - inget krav

TJÄNSTER En ny trådlös sensor hjälper till att sköta dina krukväxter.



Sensorn, som utvecklats av det schweiziska företaget Koubachi, håller koll

på jordens fuktighet, lufttemperatur runt växten och hur mycket sol växten får. Uppgifterna skickas via Wi-Fi till en server som i sin tur sänder ett meddelande till mobilen eller datorn om att växten till exempel behöver vatten.

Källa: nyteknik.se

Olympiska SMS-toppen

SMS Följande sporthändelser under sommar OS i London renderade mest SMS-trafik i de brittiska näten.

1. Ländernas parad under invigningen
2. Det brittiska OS-lagets intåg
3. Det brittiska cykel-lagets guldmedalj
4. Den "engelska drottningens" fallskärmsfärd
5. Britten Andy Murrays singelseger i tennis

Källa: brandrepublic.com

137

... procent fler SMS skickades i Storbritannien under OS invigningen jämfört med en normal eventfri dag i landet.

Källa: brandrepublic.com

Valerie Fast Horse är it-ansvarig för indianstammen Coeur d'Alene i Idaho.

INTERVJU: VALERIE FAST HORSE

Coeur d'Alene är en av flera **indianstammar** i USA som själva tillgodoser sitt behov av uppkoppling och bygger sina egna **bredbandsnät**.

Bredband inspirerar indianer

Valerie Fast Horse, är it-ansvarig för Coeur d'Alene i Idaho. Ett av hennes uppdrag har varit att etablera stammens egen internetleverantör – Red Spectrum Communications – som i dag ser till att 7000 hushåll i det 1500 kvadratkilometer stora reservatet har bredbandstäckning. Hennes team har även utvecklat flera tjänster, exempelvis Rezkast.com, som unga invånare i reservatet kan använda för att lära sig mer om sitt arv och om stammens historia.

Valerie Fast Horse menar att ICT är en möjlighet för Coeur d'Alene att knyta band till både framtiden och det förflutna. Det ger stammen bättre ekonomiska förutsättningar och erbjuder också en möjlighet för hennes folk att stärka banden till sin kultur och sitt ursprungsspråk, något som man till stora delar förlorade i samband med de anpassningsprogram som regeringarna i USA och Kanada drev under den första halvan av 1900-talet.

Har Rezkast lyckats få ungdomarna att intressera sig för sitt ursprung?

– Absolut, unga människor vill ha sitt kunskapsbehov tillgodosett omedelbart. Många av våra ungdomar tar sig inte tid att läsa böcker, i stället besöker de Youtube och konsumerar information på nätet. Därför har vi utformat Rezkast som Youtube. Vår förhoppning är att människor ska ladda upp relevant material och på så sätt hålla kontakten med sitt

förflutna. På Rezkast kan man ta del av alla möjliga saker, exempelvis musik, dans och pow wows (indianska sammankomster).

”Tekniken förändrar vårt sätt att göra affärer och den vidgar vår värld.”

Dessutom har vi ett projekt som vi kallar Names and Places, där äldre medlemmar av stammen besöker platser som har ett starkt symbolvärde för oss. En av våra tekniker följer med och videofilmnar när den äldre berättar om platsen och vilken betydelse den har för vår kultur och vårt ursprung. Dessa filmer läggs sedan upp på en särskild webbplats.

Vilka reaktioner mötte du när du första gången föreslog att ni skulle installera ett mobilnät?

– Det var 1999 och då var efterfrågan på bredband inte så stor. Människor var nöjda med vad de hade och visste inte så mycket om vad som fanns tillgängligt. Därför fick vi trycka på lite och skapa en efterfrågan.

Men hur lyckades du sälja in en efterfrågan på bredband?

– Jag drog en parallell till vår histo-

ria. Innan Coeur d'Alene hade tillgång till hästar gick alla till fots. Allt handelsutbyte, försäljning och sociala kontakter byggde på att man kunde ta sig till och från platser till fots eller med kanot. Hästen förändrade vår värld. Vi fick möjlighet att besöka nya platser, träffa nya människor och bedriva handel längre bort. Bredband kan sägas vara den nya tidens häst. Tekniken förändrar vårt sätt att göra affärer och den vidgar vår värld bortom geografiska gränser.

Vad har tillgången till bredband konkret betytt för er?

– Vi rör oss från en servicebaserad ekonomi, där de flesta jobben finns i vårt lokala kasino, till en ekonomi som bygger på kunskap. Vi är inte där ännu men vi utvecklas i rätt riktning. Jag driver ett datorcenter som erbjuder gratis tillgång till bredband och är öppet dagligen. Totalt finns där 40 datorplatser och vi har en stadig ström med besökare – vuxna på dagarna och ungdomar efter skoltid. På sätt och vis är detta min plantskola. Två av ungdomarna arbetar redan för Red Spectrum och en tredje, som jag har varit handledare för, läser på ett tekniskt institut. Och vi har numera unga människor som pratar om att göra karriär inom spel- och mjukvaruindustrin. Det känns som att vi har lyft fram tekniken i ljuset och att våra ungdomar verkligen har inspirerats av det.

Text: David Callahan Foto: Jerome Polloses



SMARTA AFFÄRER



Ett bokköp avslutas under en hektisk eftermiddag på Diwan Bookstore i Kairo. En affär där traditionell kundkontakt har fått en **modern twist**.

Länge sågs näthandeln enbart som ett hot mot den etablerade butikshandeln. Men faktum är att den **ökande mobiliteten** bland konsumenterna ger traditionella butiksägare möjligheter att nå mängder av nya kunder.

Nya tidens gamla handel



KAIRO, EGYPTEN
AFRIKA

Det är söndagsmorgon i Kairos trendiga Zamalek-kvarter. Inne i bokhandeln Diwan Bookstore råder stor aktivitet. En säljare besvarar en av den förmodligen vanligaste typen av kundfrågor: "Har ni "Grevens av Monte Cristo" av Alexandre Dumas?". "Ja, vi har ett exemplar", svarar säljaren.

Ända sedan tiden då papyrusrullar var det huvudsakliga litterära mediumet i Egypten har ordväxlingar liknande denna utspelats i bokaffärer världen över. Men i den här bokhandeln har scenariot fått en modernare twist: konversationen förs på Twitter inför en potentiell publik på tiotusentals personer.

"Det är nog den som jag beställde förra veckan", svarar kunden. "Jag kommer förbi och hämtar den imorgon."

I en värld där fysiska butiker och nätbaserad handel smälter samman, kan en kund se en boktitel i en butik, kontrollera i mobilen var den finns till bästa pris, beställa den på nätet, följa upp köpet via telefon eller e-post för att bekräfta att den finns inne och sedan hämta upp den personligen.

Detaljhandeln använder begreppet "multichannel" för att beskriva den ständiga växlingen mellan den virtuella och fysiska delen av affärsverksamheten. Konsumenternas växande mobilitet är naturligtvis ►



Ett par studenter rådfrågar butiksbiträdet Yassim Mostafa om en bok.

Visste du att...

... i slutet av 2016 förväntas mer än en miljard mobilabonnenter runt om i världen köpa fysiska varor och tjänster via sin mobiltelefon varje månad?

Källa: Informa Telecoms & Media

► en utmaning för traditionella butiker. Enligt Shailendra Pandey, senior analytiker hos Informa Telecoms & Media, har de flesta återförsäljare en affärsstrategi för detta som bygger på att erbjuda flera olika säljkanaler. Men de måste ändå hantera prisjämförelser och med företag på nätet som erbjuder samma vara. Men, understryker Shailendra Pandey, en ökad mobilitet ger även återförsäljarna möjligheten att locka fler kunder till butiken. Sociala nätverk är effektiva och billiga plattformar för att öka kundlojaliteten. Kunderna kan dela med sig av informa-

tion och feedback och detaljhandlarna kan förbättra kundservicen.

För Diwan Bookstore är den sociala nätverksplattformen mycket betydelsefull.

– Våra kunder ser helt klart det sociala mediet som en förlängning av den fysiska butiken, säger Ismail Fayed som är butikens samordnare av sociala medier

– Det händer ofta att kunder kontaktar butiken via nätet för att de letar efter en särskild bok, vill få en bok rekommenderad eller söker informa-

tion om ett seminarium. Vi använder sociala medier varje dag för att svara på de här typen av frågor, säger han.

Butiken utför en stor del av sin kundservice på sin Facebook-sida och med Twitter-uppdateringar. Frågorna och svaren är synliga för över 80 000 anhängare på Facebook och cirka 24 000 anhängare på Twitter.

Fördelen med att marknadsföra sig gentemot så stora kundgrupper blir uppenbar när köparen av den tidigare nämnda Alexander Dumas-boken lägger upp ett foto av sin nya bok på Twitter med ett offentligt ”Tack” som tillägg.

En av bokaffärens grundare, Nadia Wassef, slår sig ned vid ett bord omgivet av kokböcker i ett hörn av butiken. För 10 år sedan startade hon butiken tillsammans med sin syster. Idag har de 10 butiker runt om i Kairo och Alexandria.



Nadia Wassef

För att vara verksam i en bransch som hotas av stor konkurrens från näthandeln verkar Nadia Wassef osedvanligt lugn.

– Samma sak som hände musiken händer nu med böckerna. Därför är det jätteviktigt att ha en kommunikation

”Sociala medier blev mer intressant efter revolutionen.”

Nadia Wassef

på nätet med kunderna. Det är vägen framåt, konstaterar hon.

Hon är tydlig med att påpeka att de inte kan mäta exakt hur effektiv deras närvaro i sociala medier är för att få kunderna till butiken, men hon är ändå övertygad om att interaktionen med det stora sociala nätverket på webben är värd arbetet som de lägger ned. Dessutom passar nätverket bra ihop med bokhandelns varumärke.

Hon förklarar att affären är en kulturoas där man kan ta sig en kaffe, titta runt, bläddra genom böcker, ta med barnen på särskilda barnaktiviteter, lyssna på föreläsningar eller delta i seminarier om allt från aromaterapi till inredningsdesign. Dessa aktiviteter återges under dagen i företagets uppdateringar i de sociala medierna och man lägger regelbundet in frågetävlingar om litteratur och musik (priset är en bok som vinnaren får hämta i butiken) och information om boksigneringar, föredragshållare, kurser och naturligtvis bokreor. Även sidans anhängare är aktiva och postar frågor, kommentarer, beröm och kritik under dagens lopp.

– Det är mer än en bokhandel. Det är både en fysisk och en virtuell plats. Det är den sortens plats som du alltid kan



ha med dig, säger hon och fortsätter: – Vissa av de som vinner våra frågetävlingar stannar kvar i butiken och köper något annat, säger hon.

Men Nadia Wassef fokuserar även på framtiden. Användningen av smartphones ökar bland unga egyptier. Google uppskattar att 29 % av smartphone-användarna i Egypten surfar dagligen på nätet och att en klar majoritet av dessa besöker sociala medier.

Sociala medier har spelat stor roll för Kairos historiska utveckling på sista tiden, vilket världen bland annat fick bevittna då folket avsatte den före detta presidenten Hosni Mubarek.

– Sociala medier blev mycket mer intressant efter revolutionen, påpekar Nadia Wassef.

Detta sammantaget ger henne magkänslan att det är en bra idé att fortsätta bygga ut Diwan Bookstores ”virtuella samhälle”.

– Det är viktigt att skapa en relation (till kundgruppen på nätet, reds. anm.), det ger oss ett viktigt kapital. Jag har ännu inte kunnat dra ekonomisk fördel av det kapitalet, men med mer tid och erfarenhet kommer vi att lyckas.

För butiker som Diwan Bookstore kräver en satsning på sociala medier relativt små investeringar. Det finns däremot andra detaljhandlare som arbetar med mer sofistikerade lösningar för att knyta mobila kunder till sig.

En skylt vid kassan uppmanar konsumenter att ansluta sig till bokaffärens community på nätet.

Shoppinggallerian thecentre:mk i Milton Keynes i Storbritannien har lanserat en kampanj för Iphone-användare där kunderna kan logga in till det offentliga Wi-Fi-nätet som finns i gallerian.

Med mobilkameran och en så kallad Iballoon-app kan kunderna leta efter augmented reality-baserade varmluftsballonger som ”svävar” framför vissa butiker i gallerian, förklarar Melanie Beck, ansvarig för marknadsföring och kommunikation på thecentre:mk.

– Varje ballong är försedd med ►

FÖRSÄLJNINGEN BLIR MOBIL

VARJE ÅR förlorar butiker i Storbritannien uppskattningsvis 21 miljarder kunder eftersom dessa inte är beredda att köpa till kassan. Det uppger marknadsundersökningsföretaget Yougov. Här följer en lista med existerande lösningar och metoder som detaljhandlare kan använda sig av för att

nå ut och engagera sina kunder.

► **m-commerce** – En förlängning av e-commerce-plattformarna på nätet, där konsumenterna kan logga in på mobilwebbplatser eller använda appar för att köpa varor.

► **Prisjämförelser i butik** – Kunderna kan använda appar för att

skanna streckkoder och på så vis söka efter priser i närliggande butiker.

► **App för shopping-listor** – Kunderna kan skapa sina listor när de kommer på saker de vill köpa, både när de är upp- eller nedkopplade.

► **Social location** – En lösning som bygger på location based services

och som belönar de som har rekommenderat en butik eller besökt en affär regelbundet.

► **Gratis mobilsurf** – Detaljhandlare betalar kostnaden för att användarna besöker deras mobilwebbplatser, ofta efter att användarna först har tagit del av en annons.

Online handel möter offline

När allt fler öppnar upp försäljning enbart på nätet finns det också de som gör tvärt om. Internettgiganten Ebay har insett fördelarna med att också kunna exponera sitt utbud i centralt belägna affärer.

► **EBAY HAR UNDER** flera tillfällen öppnat så kallad pop-up-affärer i centrala London och New York. I pop-up affärerna finns ett urval av Ebays enorma sortiment

och betalningen sker med hjälp av mobiltelefon och QR-koder. Enligt Ebay är det ett bra sätt att visa och demonstrera produkter även offline för stressade kunder som inte vill stå i långa kassaköer.

► **ÄVEN DAGLIGVARUJÄTTEN** Walmart i USA har provat att öppna pop-up butiker centralt för att driva försäljningen. I affärerna kan kunden handla via laptop eller surfplatta. Målet är att

skapa en enhetlig upplevelse där man integrerar online och offline.

► **ETT AV DE SENASTE** och lite mer udda exempel på integration mellan online- och off-linehandel är det försök med ansiktsidentifiering som företaget Redpepper nu provar i Nashville i USA. I butiker har kameror satts upp för att känna igen de som har företagets app och kunderna kan sedan få rabatter utifrån deras

”gilla-statistik” på Facebook.

► **KLÄDESMÄRKESKEDJAN** Burberry slog nyligen upp portarna för sin nyrenoverade butik mitt i London. Företaget säger att man med den nya butiken vill koppla ihop online och off-line-upplevelsen bättre. Bland annat finns interaktiva speglar som kopplar ihop affären med websidan via RFID-chips i kläderna och I-pads för beställningar online.

”Kampanjen hjälper oss att stärka relationerna mellan gallerians hyresgäster och skapa en stark medvetenhet bland våra kunder om varumärket.”

Melanie Beck



FOTO: KARL LILJAS

En app, baserad på augmented reality gör att Jade Hall (till höger) kan utnyttja en rabatt på kosmetika i en av butikerna i gallerian thecentre:mk utanför London.

Visste du att...

... det försvann i snitt 14 större butiker dagligen från den brittiska marknaden under 2011? Detta på grund av att de brittiska hushållens köpkraft var den lägsta på 34 år. Källa: PricewaterhouseCoopers

► logotypen för någon av gallerians butiker. När användaren klickar med fingret på den förvandlas ballongen till en rabattkupong som personalen i kassan kan skanna direkt från telefonkärmen.”

– Kampanjen hjälper oss att stärka relationerna mellan gallerians hyresgäster och skapa en stark medvetenhet bland våra kunder om varumärket för både thecentre:mk och de butiker som har valt att vara med på detta, säger Melanie Beck.

– Programmet gör det även möjligt

för oss att använda branschdata för att testa hur mobila våra kunder är, tillägger hon.

Behovet av sådana åtgärder är tydligt. Analysföretaget Informa har rapporterat att beläggningsnivåerna i brittiska detaljhandelsbutiker nu understiger 20 procent, vilket innebär att om en butik byggdes för att kunna ta emot 100 kunder, drar den för närvarande i genomsnitt bara 20 kunder. Shoppingen på nätet har däremot ökat stadigt och beräknas svara

för 20 procent av all detaljhandel i Storbritannien 2020.

I gallerians mobilstrategi ingår även att förse mobilappen med gallerians egna belöningsprogram, webbplatser och innehållet från gallerians fysiska informationsskärmar. Med den här appen kan kunderna få hjälp att hitta i gallerian, hitta direktlänkar till detaljhandelpartners webbplatser, skanna sig till belöningar och erbjudanden och till och med hålla reda på var de parkerade bilen.

I framtidsplanerna ingår även ett betalningssystem för mobiltelefoner, men Melanie Beck påpekar att den mobila marknadsföringen utvecklas i lugn takt på thecentre:mk.

– Man ska komma ihåg att det finns många olika kanaler att välja på. Man kan inte plötsligt lägga över den största delen av sina marknadsföringsaktiviteter på digitala plattformar och förvänta sig att handeln ökar. Hon avslutar:

– Vi måste lära oss mer om de mobila enheterna och börja acceptera dem som en kraftfull mediekanal.

☒ Text: David Callahan Foto: Shawn Baldwin

► *Fotnot: Augmented reality är en teknik som blandar information från användarens fysiska omgivning med information från en mjukvaruapplikation.*



FOTO: KARL LILJAS

Att anpassa sig till konsumenter som shoppar med hjälp av sina mobiltelefoner blir allt viktigare för butikerna i gallerian thecentre:mk utanför London. Melanie Beck, som ansvarar för marknadsföring och kommunikation på gallerian, ser möjligheter att utöka anläggningens erbjudanden med exempelvis betalningar via mobiltelefoner.

MÖBLERA NYTT ENKLARE

När man handlar möbler kan det vara svårt att avgöra om en viss möbel har rätt mått eller färg för rummet där hemma. För att underlätta för sina kunder introducerar den brittiska möbelkedjan DFS en möblerings-app baserad på augmented reality.

FOTO: KARL LILJAS



Cindy Croucher-Wright och hennes man Simon, testar DFS-appen i sitt hem i sydvästra London.

rikta sin Ipad-kamera mot den aktuella platsen. Appen kan även användas för att skapa

en 3D-modell av ett rum och innehåller verktyg för att ändra färg på golv och väggar.

– Appen ger kunderna större självförtroende. Soffor är dyra och man känner stor press att fatta rätt beslut. Istället för att som förr komma till butiken med ett måttband, är kunderna numera betydligt bättre förberedda och redo att köpa sin soffa direkt, säger Russel Harte.

Hittills har fler än 3 000 användare laddat ned appen.

RUSSELL HARTE, ansvarig för Multichannel Development & Delivery på DFS berättar att mobilappen används för att placera ut bilder av exempelvis soffor på valfri plats i hemmet. Allt man behöver göra är att

En bankställd säljer kontotjänster till kunder via mobiltelefoner på en gata i utkanten av Kapstaden i Sydafrika. Enligt Ericsson har tillväxtmarknader som exempelvis Sydafrika, bäst potential att snabbt växa inom m-commerce-tjänster.



STOCKHOLM
SVERIGE, EUROPA

Ericsson ligger bra till för att ta en ledande position på marknaden för m-commerce-lösningar. Den största potentialen för mobila plånbokstjänster finns i tillväxtmarknader och företaget jobbar nu för att etablera en gemensam systemstandard för tjänsterna.

För sju år sedan fanns bara några få mobila betaltjänster på marknaden. Idag finns det över 145 enligt GSMA, och ingen av dem kan interagera med varandra. Adam Kerr, chef för Ericsson m-commerce, säger att företaget har stora möjligheter att ta en ledande position inom området.

– Vår styrka är den stora spridning som vårt betalningssystem för mobila tjänster och förskotts betalning (pre-paid) fått. Det finns idag hos 175 operatörer världen över med sammanlagt 1,7 miljarder kunder. Allt fler operatörer är nu intresserade av att konvertera dessa förskotts betalnings-konton till mobila plånböcker. Det ger oss en jättebra position att driva på framtagandet av en standard för mobila betalningssystem.

Ericsson har dessutom tagit fram två lösningar inom området: Ericsson M-Commerce Interconnect, som gör det möjligt att genomföra transaktioner i realtid mellan mobila plånböcker, och Ericsson Wallet Platform, som öppnar upp för finansiella tjänster via mobiltelefoner.

– Ericsson är det enda företaget som kan integrera ett mobilt betalsystem med tjänster för m-commerce. Det ger våra kunder en stor fördel eftersom de kan använda befintliga inställningar och verktyg via Ericssons Charging & Billing-system för att starta upp nya tjänster för m-commerce, säger

Mats Renée, Marketing Manager för m-commerce.

Tidigare i år tecknade Ericsson och MTN ett avtal om lansering av mobila plånbokstjänster i Afrika och Mellanöstern. MTN kommer att börja med att rulla ut Ericsson Wallet Platform i två utvalda regioner under 2012 och året därpå fortsätta utrollningen på flera marknader.

– **MTNärnog** den operatör som kommit längst inom m-commerce. Eftersom de vill ta sitt erbjudande till en ny nivå har det varit viktigt för dem att jobba med en partner som har bevisat att man kan klara av en snabbt ökande efterfrågan av de här tjänsterna, säger Adam Kerr.

Dessutom har Ericsson en fördel av att ha en leveransorganisation av betydande storlek och som klarar av att supporta alla MTN-relaterade företag i Afrika och Mellanöstern.

MTN och Ericsson har under det senaste året arbetat tätt ihop för att definiera arbetsprocesser och krav på exempelvis säkerhet och support.

Jan Hallberg, som ansvarar för marknadsföringen av m-commerce säger:

– Vi förhandlar just nu också med flera olika operatörer om liknande lösningar. De är både operatörer som börjar från noll och de som är inne i en andra investeringsomgång.

Adam Kerr menar att det är i tillväxtmarknaderna som den största potentialen för en snabb utrollning finns.

– Även om den största uppmärksamheten kring m-commerce just nu finns på de redan utvecklade marknaderna så är det på tillväxtmarknaderna som den största efterfrågan och de bästa förutsättningarna finns. Många människor där saknar både bankkonto och

Mobila plånböcker växer

SÅ HÄR SER ERICSSONS ERBJUDANDE INOM M-COMMERCE UT:

- ▶ Ericsson M-Commerce Interconnect gör det möjligt att överföra pengar direkt mellan mobila plånböcker.
- ▶ Ericsson Wallet Platform skapar möjlighet att utföra bank- och andra finansiella tjänster med en mobiltelefon.

MER ÄN 1,7 MILJARDER slutanvändare är idag uppkopplade mot Ericssons Charging & Billing system. Systemet möjliggör en konvertering till mobila plånbokstjänster och gör att operatörer kan erbjuda kombinationslösningar tillsammans med röst- och datatjänster.

Några exempel på tjänster är elektronisk överföring av pengar person till person, betalning av företagstjänster, och betalning av tjänster i realtid.

Många innehållsleverantörer och återförsäljare vill också marknadsföra varor direkt till konsumenterna och behöver därför ansluta olika typer av betalningslösningar till sitt befintliga utbud. Detta kan leda till att operatörerna får en helt ny roll.

kreditkort. Fortfarande fattas också viktig infrastruktur som bredband och fast telefoni och tillgången till en egen dator är begränsad. Istället är det mobiltelefonen som används för att hantera många av de tjänsterna.

Adam Kerr menar att den Kenyanska tjänsten M-Pesa är ett bra exempel på en lyckad m-commerce-satsning. M står för mobil och pesa ▶

”Många operatörer i både USA och Europa pratar idag om att lansera m-commerce.”

Adam Kerr

Visste du att...

... mobila plånbokstjänster förväntas hantera mer än 800 miljarder dollar 2016.

Källa: Ericsson



Ledningen för Ericssons m-commerce-erbjudande, från vänster Jan Hallberg, Adam Kerr och Mats Renée.

► är Swahili för pengar. Via M-Pesa kan användare skicka pengar och betala med mobilen. Tjänsten startade för fem år sedan i Kenya och Tanzania och har blivit en stor framgång.

– Den startade som ett sätt att behålla fler kunder hos en operatör. Idag har tjänsten växt och omsätter över två miljarder dollar per kvartal i Kenya. Det är lika mycket som 16 procent av landets bruttonationalprodukt. Många operatörer i regionen lanserar nu liknande tjänster. Dessa är ofta sms-baserade för att kunderna inte ska behöva ha en smartphone för att kunna använda dem.

Ett bra sätt att få kunder att nappa snabbt på mobila plånbokstjänster är att marknadsföra dem tillsammans med röst- och datatjänster, menar Adam Kerr.

– **Röst och data** har höga marginaler och olika typer av mobila plånbokstjänster kan subventioneras via dem. Ett av de senaste exemplen är en operatör i Ghana som lanserade försäkringar för människor med låg inkomst. Exempelvis saknar många invånare i Ghana en livförsäkring och genom att erbjuda en sådan gratis, vid tecknande av mobilabonnemang, fick man många nya kunder.

Tittar man på USA och Europa-marknaden kommer utrullningen av m-commerce gå betydligt långsammare än i tillväxtmarknaderna, även om det finns en del intressanta möjligheter, säger Adam Kerr.

– Många operatörer i både USA och Europa pratar idag om att lansera m-commerce. I USA finns en stor

potentiell målgrupp av 60 miljoner människor som inte har tillgång till vare sig bankkonto eller kreditkort. Ett konkret exempel på Ericssons inblandning på den här marknaden är samarbetet med Western Union som blev klart tidigare i år. Western Union är världens största företag inom tjänster för överföring av pengar med över en halv miljon kontor världen över. Vi har börjat koppla upp dem via Ericssons Wallet Platform så att deras kunder kan överföra pengar från lokala Western Union-kontor till mobila plånböcker.

Adam Kerr och hans team uppmanar alla regioner att börja prata med kunderna om Ericssons m-commerce-erbjudande och att höra av sig till teamet om de behöver mer information.

– Vi ser stora möjligheter att snabbt bli ledande inom m-commerce. Samtidigt förväntas marknaden växa snabbt när operatörerna nu ligger i startgroparna för att rulla ut nya tjänster.

☒ **Hendrik Bergstén**

”Mobilitet stärker traditionell handel”

Nätthandelns framväxt innebär stora möjligheter för både operatörer och butiker i stadskärnor. Det hävdar Shailendra Pandey, senior analytiker på Informa Telecoms & Media.

Hur kan telekomoperatörer hjälpa den traditionella butikshandeln att vinna nya kunder och öka sina vinster?

– Genom att erbjuda managed services-lösningar till större återförsäljare och säkerställa att nätkvaliteten i butikerna är god. Dessutom är de flesta mobiloperatörer angelägna om att deras kunder ansluter sig till mobila tjänster för marknadsföring och annonsering. En bra relation med återförsäljare gör att operatörerna kan utveckla sina erbjudanden till slutanvändarna, exempelvis genom att tillhandahålla elektroniska rabattsystem i samarbete med populära affärskedjor.

Hur ska en operatör agera för att bli en del av denna utveckling?

– Många återförsäljare har begränsade kunskaper om mobilteknik. Operatörerna behöver därför ha kompletta, managed services-baserade erbjudanden, som innefattar terminaler, nät i butiken samt lösningar som gör att affärsinnehavarna kan ta emot betalningar via mobiltelefoner. De bör därför samarbeta med mobiltillverkare, banker och företag som erbjuder betalningstjänster och även med kreditkortsföretag, så att de kan utveckla sina lösningar inom m-commerce.

Finns det inte redan tillräckligt med plattformar för de mindre butikerna?

– De flesta mindre butiker gör fortfarande en stor del av sina affärs- och transaktioner i kontanter. Detta är förenat med högre kostnader för risk och kontanthantering. Många butiksägare kan förlora så mycket som 2 procent av omsättningen på grund av stöld eller misstag i kontanthantering och redovisning. I dag finns det väldigt få m-commerce-lösningar tillgängliga för mindre butiker. Men företag som hanterar elektroniska betalningar för butiksbetalningar, som exempelvis Square och även PayPals intåg på marknaden för butiksbetalningar, leder till att även mindre återförsäljare kan dra fördel av mobila betalningar.

Vilken typ av företag kommer att vinna mest på utvecklingen under de närmaste åren?

– För närvarande är nätbutiker som Amazon, Ebay och företag med attraktiva erbjudanden, som exempelvis Groupon, mest framgångsrika. Detta eftersom människor använder deras tjänster och utför betalningar med hjälp av mobiltelefonen, även när de inte har fast uppkoppling. De större varuhuskedjorna i stadskärnorna har sannolikt bäst förutsättningar att vinna framöver. Lösningar för m-commerce kan hjälpa dem att hitta en större kundbas – inte bara för att möjliggöra mobila betalningar utan också för att driva mobila marknadsföringskampanjer och samla in kunddata.

☒ **Text: Michael Masoliver Foto: Karl Lilja**



Shailendra Pandey, senior analytiker på Informa Telecoms & Media.



Direktionsrummets paneler och balkonger är utförda i mahogny.

L. M. Ericssons direktionsrum från 1903 för numera en stillsam tillvaro bakom en låst dörr på Gärdet i Stockholm.

Stora delar av rummet är tillägnat de samtida tekniska landvinningarna, som amorinerna med sina telefonlurar.



1903 låter L. M. Ericsson uppföra ett praktfullt **direktionsrum** som anstår ett bolag med internationella framgångar.

DET GAMLA DIREKTIONSNUMMET

Slutet rum öppnas

Ett besök i Ericssons gamla **styrelserum** är en fascinerande resa mer än 100 år bakåt i tiden. Planer finns nu på att väcka lokalerna ur sin slummer och låta fler besökare ta del av alla de **fantastiska** detaljerna.



STOCKHOLM
SVERIGE, EUROPA

Början av 1900-talet drar sig grundaren Lars Magnus Ericsson tillbaka som företagsledare på L.M. Ericsson för att så småningom avveckla sina engagemang fullt ut. Detta påverkar dock inte bolagets internationella expansion, som fortsätter i oförminskad takt under ledning av den tidigare kontorschefen Axel Boström. Bland annat i Ryssland, Storbritannien och Mexiko.

Vid den här tidpunkten är fabrikslokalerna på Tulegatan i centrala Stockholm själva hjärtat i den världsomspännande verksamheten. På Tulegatan är L.M. Ericssons ledning och merparten av bolagets anställda verksamma, och det är där man tar emot delegationer från utlandet.

Det är också där som ledningen

bestämmer sig för att låta uppföra ett direktionsrum som anstår ett bolag med internationella framgångar. Ett rum där man kan visa upp montrar, diplom och prisbelönta produkter från världsutställningar. Ett slags showroom av 1903 års modell, om man så vill.

Resultatet blir en praktfull skapelse, helt i linje med tidens smak, som också kommer att tjäna som direktionsrum under en lång rad av år. Men åren går, och med tiden börjar den tidstypiska inredningen från 1900-talets början uppfattas som omodern. När L.M. Ericsson efter hand växer ur lokalerna på Tulegatan fungerar direktionsrummet närmast som lagerlokal.

I samband med bolagets flytt till ►



Direktionsrummet med sina 1 500 inventarier är en svensk kulturskatt som speglar Ericssons ursprung.

Visste du att...

... en av scenerna i den svenska komedifilmen Yrrol från 1994 spelades in i direktionsrummet, liksom senare en reklamfilm för gratistidningen Metro?

► Telefonplan 1943 övertar Stockholms stad hela fastigheten. I samma veva överläts rummet som museum till Stockholms stadsmuseum. Därefter sover rummet någon form av Törnrosasömn fram till 1971, då hela inredningen med uppemot 1 500 inventarier flyttas till det dåvarande Telemuseum, som senare ska komma att bli en del av Tekniska museet på Gärdet i Stockholm.

I dag för det gamla rummet en stillsam tillvaro bakom en låst dörr i ett undanskymt hörn av byggnaden. En av dem som har tillträde är intendenten Anders Lindeberg-Lindvet, som till vardags hanterar erbjudanden till Tek-

niska museets samlingar och emellanåt guidar eventuella besökare i direktionsrummet.

Anders Lindeberg-Lindvet visar runt bland direktionsrummets montrar, mässingslametter och bokskåp.

– Det är uppenbart att allt är återuppbyggt in i minsta detalj, säger han. Till och med skruvarna har dragits in enligt de ursprungliga instruktionerna.

Väggpaneler och balkonger är utförda i mahogny, och ovanför de jacquardvävda sidetapeterna på övervåningen har man låtit gjuta in avtryck av medaljonger. På de mest oväntade



Anders Lindeberg-Lindvet

ställen möter vi utsmyckning som refererar till L. M. Ericssons verksamhet, bland annat i form av hörtelefoner, isolatorer, taltrattar och ringklockor. Till och med amorinerna i gips som skjuter ut från takstukturen bär på telefonlurar och elektriska trådar.

Det är knappast en tillfällighet att tekniska apparater har fått en så framträdande plats. Merparten av den teknik som finns representerad var helt ny när rummet uppfördes. Sannolikt ville L. M. Ericsson på det här sättet understryka sin framskjutna position på teknikområdet. Eller så var det bara ett uttryck för den tidens starka tilltro till teknikens möjligheter och betydelse för oss människor.

Däremot är det numera höljt i dun- kel varför rummet ser ut som det gör i övrigt. Till exempel följer inte inredningen strikt den tidens rådande stilideal. Man kan anta att hantverkarna på L. M. Ericssons snickeriverkstad, som vid tiden var en av landets största, fick förhållandevis fria händer.

Rummet är unikt på flera sätt, säger Anders Lindeberg-Lindvet. Men det är också representativt för sin tid. Det är ett minne från den tid då Sverige gick från att vara ett fattigt jordbruksland till ett rikt industriland som sökte sig ut i världen.

Vad betyder historien för ett företag?

– Man kan inte leva bara på det som har varit. Men vi vet att gamla objekt

har en stark laddning och att rötterna är viktiga inom näringslivet. Den som saknar ett förflutet måste själv skapa sin historia.

Kjell-Åke Rydén, som arbetar med Ericssons varumärke hos koncernfunktionen Communications, är inne på samma linje.

– Det här rummet är enastående, säger han. Det speglar sin tid och ger en stark känsla av vårt ursprung. Men det är inte bara en kulturskatt för oss, utan även för hela den svenska industrihistorien.

Sedan några år arbetar Kjell-Åke Rydén för att rummet ska återbördas till Ericsson, för att på så sätt öka tillgängligheten. Tanken är att rummet

ska få en ny hemvist i Ericsson Experience Center i Kista, där det ska bli en del av en utställning om Ericssons historia, nutid och framtid.

– Där skulle vi också kunna under-teckna kontrakt och ta emot prominenta gäster, precis som vi gjorde i början av 1900-talet, säger Kjell-Åke Rydén. Min dröm är att vi även kan ordna middagar i rummet, och till och med duka med Lars Magnus Ericssons egendesignade silverbestick. Det skulle vara fantastiskt.

Text: Michael Masoliver Foto: Per Myrehed

► *Fotnot: Missa inte videon "On the line" om Ericssons historia: <http://korta.nu/yv/pj2>*

Några nyckelår

1903. L. M. Ericsson låter uppföra ett praktfullt direktionsrum i anslutning till sin produktionsanläggning på Tulegatan 15-19 i centrala Stockholm. Bland annat bereds plats för den

imponerande montern från 1897 års Allmänna konst- och industriutställning i Stockholm som bland annat kan spela upp de nordiska ländernas nationalsånger och ett antal andra

kompositioner.

1943. L. M. Ericsson överlämnar sina fastigheter på Tulegatan till Stockholms stad i utbyte mot en större industrifastighet vid Telefonplan i de

sydvästra delarna av staden. Därmed hamnar även det gamla direktionsrummet i stadens ägo.

1971. Direktionsrummet flyttas till dåvarande Telemuseum vid Tekniska

museet på Gärdet i Stockholm. I dag ligger direktionsrummet inklämt mellan Polismuseet och Riksidrottsmuseet på den tidigare stallbyggnaden.

2001. Inför Ericssons 125-årsjubileum låter Telemuseum och Ericsson bygga upp en mindre utställning i anslutning till direktionsrummet. Bland annat bygger museet upp interiören

från en av Lars Magnus Ericssons första instrumentverkstäder. **2012.** Arbetet med att flytta direktionsrummet till Kista fortsätter.

Visste du att...

... i direktionsrummet finns flera föremål med anknytning till Ericssons historia? Bland annat montrar, medaljer och utmärkelser från utställningar runt om i världen.

Stockholm, Sverige, 1954. Foto: ericssonhistory.com



Etiopiens kejsare Haile Selassie (till vänster) besöker Ericsson under sitt **statsbesök i Sverige 1954**. På bilden demonstrerar Ericssons vd Sven Ture Åberg företagets första telefon från 1878, för Haile Selassie och sveriges kung Gustaf VI Adolf. Ericssons relation med Etiopien går långt tillbaka i tiden. Redan 1894 började man sälja telefoner i landet. På 1950- och 60-talet skedde något av ett genombrott för Ericsson i landet när företaget började leverera växelsystemet 500-väljaren. 1961 beställde Etiopien sitt första koordinatörväljarsystem och fem år senare togs ett större växelsystem med 10 000 abonnentlinjer i bruk i huvudstaden Addis Abeba.

Källa: ericssonhistory.com

Afrika öppnar den mobila plånboken

Regionen Sub Saharan Africa har hittills varit en stark marknad för **mobile money**. Och det finns förutsättningar för vidareutveckling. Det visar en färsk studie från Ericsson ConsumerLab, genomförd i de afrikanska länderna **Ghana, Sydafrika och Tanzania**.

I dag använder människor i de tre länderna i första hand mobile money till att köpa samtalstid och att överföra pengar till andra personer som befinner sig långt borta. I viss utsträckning betalar man även elektricitet och andra räkningar med mobilen. De områden som ligger närmast till hands för en utvidgning av mobile money-området är betalning i butiker, löneutbetalningar och sparande, enligt rapporten.

En stor utmaning för branschen är att få pengarna att stanna kvar längre i det mobila systemet. För en stor majoritet av befolkningen är pengar synonymt med kontanter, och även de som har pengar på banken tar ut kontanter för

att betala varor och tjänster. Bankkort används främst i uttagsautomater. Detta innebär att de som använder mobile money ofta tar ut hela summan direkt när de får en mobil överföring.

Det är därför viktigt att uppmuntra och stimulera användandet, till exempel genom att möjliggöra betalning i butiker. För att lyckas krävs dock att tjänsterna blir billigare, snabbare och enklare att använda. Konsumenterna ställer fördelar mot kostnader och kommer att hålla fast vid kontanter tills de hittar ett alternativ de ser som mer fördelaktigt, skriver ConsumerLab.

Redan i dagsläget är tillgänglighet och snabbhet viktiga faktorer, eftersom de som använder mobile money slipper köa och passa öppettider för att göra sina bankärenden. Mobila överföringar går också snabbt i jämförelse med traditionella banktransaktioner. I takt med att användningsområdet för mobile money utvidgas minskar också behovet av att bära omkring stora mängder kontanter. Detta är positivt för grupper som resenärer och affärsinnehavare som annars löper stor risk att bli rånade.

Alla som har intervjuats i studien svarar att de i någon mån planerar för framtiden. Även om många säger sig vara dåliga på att budgetera försöker de åtminstone hålla en viss buffert för oväntade utgifter. En av de vanligaste sparförhållningarna är att förvara pengar någonstans i hemmet. För personer som får lön regelbundet är bankkonto i princip nödvändigt, men syftet med att ha pengar på banken är annars framför allt att undvika att spendera dem för snabbt. Här skulle mobile money kunna fylla en funktion. Genom att spara på ett mobilt konto är pengarna i säkert förvar, samtidigt som de är mer tillgängliga än på ett traditionellt bankkonto.

Eftersom många emellertid saknar tillgång till banker, fastslår studien att konsumenterna i regionen är i stort behov av en pålitlig infrastruktur för ekonomiska transaktioner. Till mobile money-systemets nackdel talar att många icke-användare fortfarande ser det som opålitligt, trots att befolkningen i allmänhet hyser stort förtroende för sina respektive mobiloperatörer och deras tjänster. Nätets pålitlighet är ►

Visste du att...

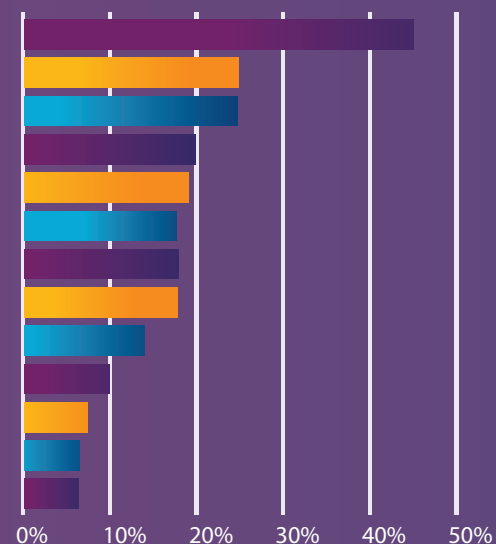
... det oftast är kvinnan som har huvudansvaret för hushållsekonomi i de hushåll som delas av en man och en kvinna i Ghana, Sydafrika och Tanzania? Därför är kvinnor en extra viktig målgrupp i marknadsföringen av mobile money.



Hinder för konsumenterna

ConsumerLab frågade konsumenter i Tanzania, Ghana och Sydafrika: Varför är du inte intresserad av att använda banktjänster via din mobiltelefon?

Det är inte säkert
Mobiltelefoner kan lätt komma bort
Jag vet inte hur sådana tjänster fungerar
Jag föredrar att tala med någon personligen
Jag litar inte på mobilnät eller leverantörer
Det är dyrt
Det finns ingen som kan hjälpa mig om något blir fel
Mobiltelefoner har nätverksproblem
Jag känner att jag inte har kontroll över processen
Det är inte privat eller konfidentiellt
Systemet hanterar inte kontanter
Det tar för lång tid
Systemet hanterar inte checkar



”Eftersom många emellertid saknar tillgång till banker, fastslår studien att konsumenterna i regionen är i stort behov av en pålitlig infrastruktur för ekonomiska transaktioner.”

► en viktig fråga, då människor måste kunna vara helt säkra på att en transaktion verkligen genomförs. I studien fick intervjupersonerna svara på frågan varför de inte är intresserade av banktjänster i mobilen. Bland dem som inte använder eller inte vill använda mobile banking, uppgav 44 procent att de inte upplever det som säkert. Därefter följde i tur och ordning att mobiltelefoner lätt kan komma bort, att man inte vet hur man använder sådana tjänster och att man föredrar att tala med någon personligen (se tabell).

För att övertyga fler konsumenter om fördelarna med mobile money framför kontanter, drar ConsumerLab slutsatsen att operatörer och andra aktörer måste öka konsumenternas kännedom om funktionalitet och säkerhet. Traditionell annonsering är inte tillräckligt i det här fallet, utan man bör satsa på personliga

möten. Här blir agenter och affärsinnehavare nyckelpersoner i dubbel bemärkelse. Dels måste de övertygas att acceptera mobile money som betalningsmedel i sina butiker, dels bör de fungera som utbildare och ambassadörer

för tjänsterna, eftersom de har en nära kontakt med konsumenterna.

Text: Anders Jinneklint Illustration: Ebba Berggren

► Läs hela rapporten på: <http://korta.nu/qavjn>

FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

STUDIEN genomfördes i Ghana, Sydafrika och Tanzania, tre länder med olika nivåer av infrastruktur och välfärd samt användande av och intresse för mobile money. Rapporten är baserad på kvalitativt fältarbete och djupintervjuer med konsumenter, både användare och icke användare av mobile

money. Studien har kompletterats med kvantitativa data från Ericsson ConsumerLabs analytiska plattform för 2012. De kvantitativa data som använts för denna rapport innehåller ett representativt underlag av befolkningen mellan 16 och 60 år. De baseras på personliga intervjuer med 526

personer i Ghana, 502 personer i Tanzania och 1020 personer i Sydafrika.

Ansvariga för studien och rapporten är Anders Erlandsson och Rebecka Cederling Ångström, båda Senior Advisor, Consumer Insights på Ericsson ConsumerLab.



30,000

WITH 30,000 PATENTS AND 90 LICENSE AGREEMENTS, WE HAVE THE INDUSTRY'S STRONGEST WIRELESS INTELLECTUAL PROPERTY PORTFOLIO.

THINKING AHEAD

To enable the networked society, we need to be more than just market leaders. We need to be thought leaders.

We make sure that the knowledge we gain is shared with our people. This keeps our thinking – and our business – one step ahead.

Bit för bit Kommunikation

Så här gör du: Läs ämneskategorin/frågan. Börja därefter med 5-poängsnivån och fortsätt åt höger tills du har ett svar. När du gått igenom samtliga sex ämnen och gissat ett årtal på bilden nedan räknar du ihop din totalpoäng och jämför med maxpoängen som är 35.

Ämne / Poäng	5 poäng	4 poäng	3 poäng	2 poäng	1 poäng
Näringsliv Vilket företag?	Grundat i Boston, USA, 1914, men numera baserat i Paris, Frankrike.	Företaget är världsledande inom medie- och underhållningsbranschen.	Vd:n Frédéric Rose är chef för fler än 20 000 anställda.	I mars 2012 förvärvade Ericsson detta företags Broadcast Services Division.	Företaget har samma namn som en välkänd process-teknik för färgfilm.
Geografi Vilket land?	På dess nationsflagga finns en karta över landet.	Ett av endast fyra länder inom EU med vänstertrafik.	Landet blev självständigt från Storbritannien i augusti 1960.	Landets ledande operatör bildades 1961 och heter CYTA.	Landet är delat i en grekisk och en turkisk sektor. Huvudstaden heter Nicosia.
Historia Vilket år?	Idi Amin blir Ugandas president.	Storbritannien och Irland övergår till så kallade decimala valutor.	The Doors sångare Jim Morrison avlider i sin lägenhet i Paris, Frankrike.	Intel lanserar världens första microprocessor, Intel 4004.	Ericsson tillverkar sina första bildtelefoner.
Underhållning Vilken artist?	Han var med om att grunda filmproduktionsbolaget Hand-Made Films 1978.	En ny iPad-app erbjuder en virtuell visning av hela hans samling med gitarrer.	Han organiserade en omtalad välgörenhetskonsert för Bangladesh 1971.	Föddes i Liverpool, England, 1943, och blev senare den yngste medlemmen i en berömd kvartett.	The Beatles leadgitarrist, som dog i lungcancer 2001.
Sport Vilken sport?	Parisbaserade FIA är högsta beslutande organ.	Årets säsong pågår från 18 mars till 25 november.	Under 2012 anordnas 20 lopp i totalt 19 länder.	Operatören SingTel har sponsrat tävlingen i Singapore sedan 2008.	Regerande världsmästaren Sebastian Vettel hoppas kunna försvara sin titel 2012.
Kultur Vilken film?	En av filmens två huvudpersoner ringer med en Sony Ericsson K750.	Filmen, som är den första i en trilogi, regisserades av Niels Arden Oplev.	Hela filmtrilogin håller på att spelas in på nytt, i engelskspråkiga versioner.	Filmens svenska namn är Män som hatar kvinnor.	Boken som filmen bygger på skrevs av den svenske författaren Stieg Larsson.

Bilden
Vilket år togs den här bilden?
Rätt år = 5 poäng
± 1 år = 4 poäng
± 2 år = 3 poäng
± 3 år = 2 poäng
± 4 år = 1 poäng

**RÄTT SVAR
- VÄND PÅ TIDNINGEN**

Näringsliv: Technicolor. Geografi: Cypern. Historia: 1971. Underhållning: George Harrison. Sport: Formel 1-racing. Kultur: The Girl with the Dragon Tattoo. Bilden: Nästinställation i Aten, Grekland.



FOTO: CENTRUM FÖR NÄRINGSLIVSHISTORIA