

kontakten

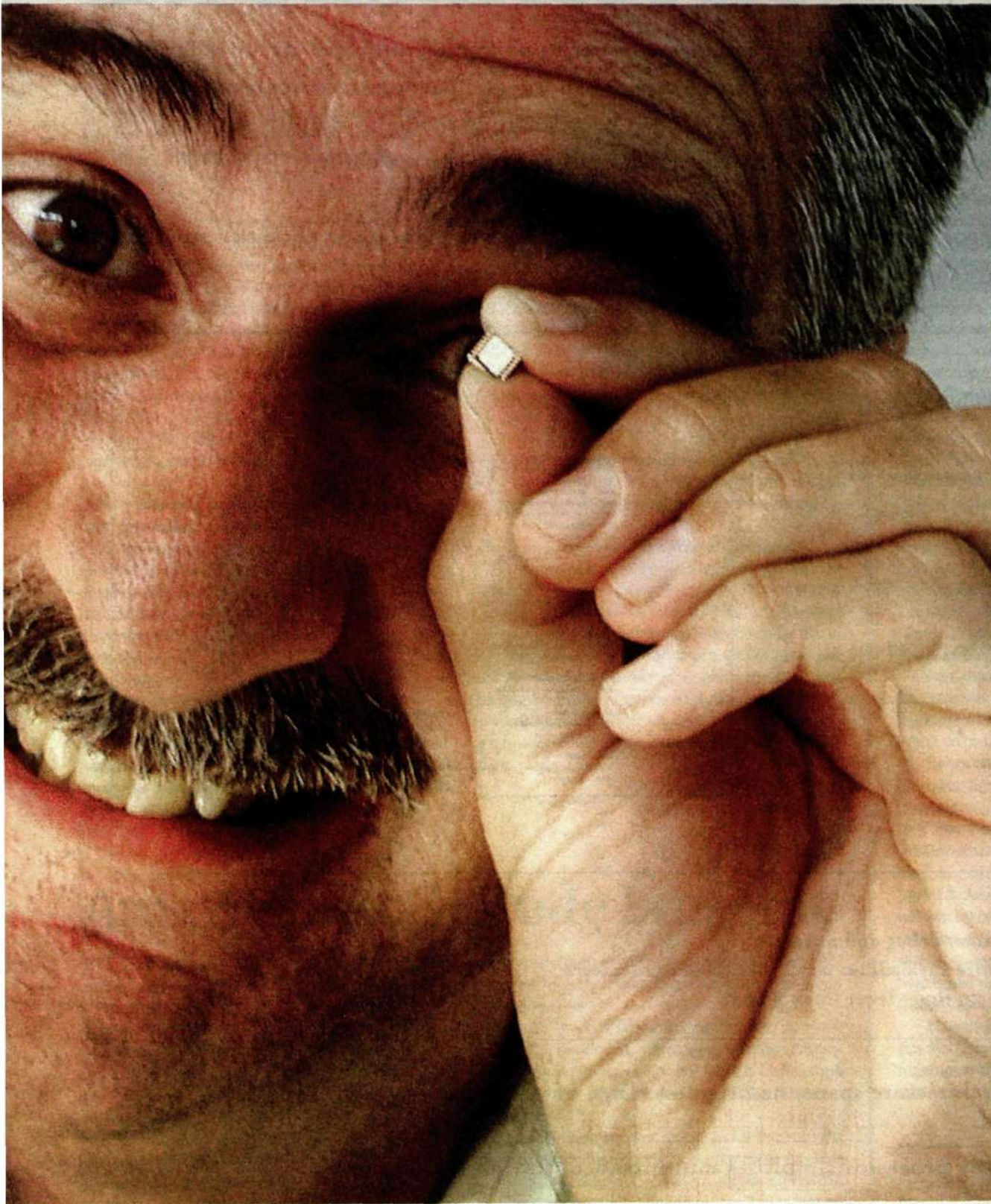


FOTO: JAN NORDÉN

Tredubbladad marknad för Bluetooth

7



FOTO: TOMMY JOHANSSON

Tre tjejer som säljer som få

12-13



FOTO: GUNNAR ASK

Tre killar som satsar på växtkraft

18-19

nr 20
21 november
2002

Telekom och IT kan få miljarder 3

Framgångsrik outsourcing 5

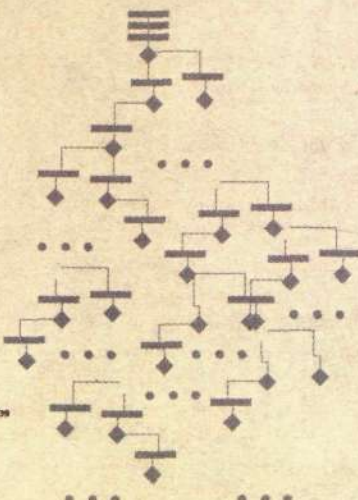
Globalt grepp på Vodafone 8-9

Asiatisk satsning på ökad trafik 14-15

**Sophisticated network processors designed around a simple principle.
No engineer can afford to waste development time.**

To help you reduce development time, Agere Systems, a leader in advanced integrated circuit solutions, brings you the PayloadPlus® family of network processors. As an integral part of our complete fiber-to-fabric networking solutions, PayloadPlus uses a high-level programming model to simplify software development as well as a common-device architecture that enables hardware scalability.

With Agere's Functional Programming Language (FPL) you can perform high-speed packet classification processing without iterative microcode development and hand optimisations.

AGERE SYSTEMS FPL	VS.	COMPETITIVE "C"/ MICROCODE PROGRAMMING
<pre> -ATM_IP_Ext_ACL: 0x0:4 // LLC/SNAP Header Present LLC_SNAP_IP_Ext_ACL(); -ATM_IP_Ext_ACL: 0xA:4 // VC-MUX curr_len = Get_curr_Length() fSetGlobal(LLHL,\$curr_len) IP_Ext_ACL(); -ATM_IP_Ext_ACL: 0xF:4 // VC-MUX Forward_CPU(ISO_IS_IS); -ATM_IP_Ext_ACL: BITS:4 Discard_PDU(ATM_UNKNOWN_PROTOCOL); </pre>		<pre> _EXPORT_VECTOR_S: CALL ALL_PACKETS,%NDRD CMPH LLC_SNAP_HEADER_H,%H037 JNZ DISCARD_BAD_SNAP CMPH LLC_SNAP_HEADER_L,%H037 JNZ DISCARD_BAD_SNAP CMPH LLC_SNAP_OUR_NUMBER,%H038 JNZ DISCARD_BAD_SNAP ;LLC header validated ;if the protocol IPv4 CMPH_PDU_IP_DATAGRAM,%H038 JZ ATM_SNAP_IP ; ;if the protocol MPLS CMPH_PDU_MPLS_DATAGRAM,%H038 JZ ATM_SNAP_MPLS ; ;if the protocol IPv6 CMPH_PDU_IPV6_DATAGRAM,%H038 JZ ATM_SNAP_IPV6 ; ;not considered protocol JMP EJECT_UNKNOWN_PROTOCOL DISCARD_BAD_SNAP: ;should it be counted separately? JMP DISCARD ATM_SNAP_EXIT: ;all subsequent stages that header struts in the HD28 MOWL 39,%H07 ; send to the next stage SEND JVEC </pre> 
<p>FPL is</p> <ul style="list-style-type: none"> • Easy to learn, programme, debug and maintain • Reusable across the entire PayloadPlus family of network processors • Compact, typically 10-20 times fewer lines of code 		

Our PayloadPlus device architecture spans the broadest range of multiservice applications and performance levels.

- Patented pattern-matching processor simplifies multiprotocol traffic classification
- Dedicated "C" programmable processors perform traffic management, policing, modification and statistics collection
- Intuitive application partitioning by function eliminates trial-and-error performance analysis

Reduce your development time with PayloadPlus network processors.
Visit www.agere.com/enterprise_metro_access
or call 46 (0)8 594 607 00 in Sweden; 44 (0)1344 865-900 in UK.



Spionaffären utreds internt

Tre häktade och två avstängda. Det är utvecklingen hittills i spionhärvan som inte bara skakar Ericsson, utan hela landet. Nu har Ericsson tillsatt en utredning som ska bringa klarhet i de interna aspekterna av spionaffären.

Det var den 5 och 6 november som tre personer greps av polisen, misstänkta för att ha lämnat över hemlig information från Ericsson till en främmande makt. De tre – två Ericssonanställda och en före detta anställd – är nu häktade, anklagade för grovt spionage och grovt företagsspionage. Strax efteråt avstängdes två Ericssonanställda från sina arbeten, misstänkta för att ha brutit mot företagets interna säkerhetsregler. Nu har företaget tillsatt en intern utredning för att bedöma hur omfattande skadan är, och vilka åtgärder som ska vidtas för att undvika liknande händelser i framtiden.

Henry Sténson, informationsdirektör på Ericsson, hur kunde detta hända?

– Vi har en öppen och kreativ miljö på Ericsson, och det är så vi vill ha det. Men det betyder även att anställda har stor tillgång till information, och har de inte en lojal och professionell inställning finns det alltid en risk att de missbrukar detta förtroende.

Hur stor är skadan på företaget?

– Vi måste vänta på att utredningarna blir klara innan vi kan svara på det. Men vi har begränsat skadan så mycket som möjligt genom att tidigt få stopp på informationsläckan, och reagera snabbt gentemot media för att undvika spekulationer.

Vad kommer att hända med de tre som är häktade?

– Det kommer att ta tid innan vi vet exakt vad de har gjort. De är anklagade för grovt spionage mot landet, mot Sverige, och även för att föra ut information från Ericssons utvecklingsavdelningar. Blir det fällande domar är det troligt att de kommer att läsas in väldigt länge.

Vad händer med de två anställda som är avstängda från sina arbeten?

– Den interna utredningen ska klargöra om det finns bevis för att de har brutit mot Ericssons säkerhetsregler. Vi måste vänta på resultaten från utredningen innan vi tar beslut, men om misstankarna visar sig vara riktiga kommer de att få lämna företaget.

Vilken typ av information rör det sig om?

– Vi har fått order från polisen att inte avslöja något om det för att inte störa deras utredning.

Hur kan vi undvika att detta händer igen?

– Vi måste se till att Ericsson kan fortsätta vara ett öppet företag, och inte sätta upp hinder för kreativitet. Men vi måste också förstå att företaget måste ha en viss säkerhetsnivå när det gäller hur vi handskas med information, och att det är viktigt att vi håller oss till reglerna. Den interna utredningen kommer att ge oss en mer fullständig bild, och då kan vi se över våra säkerhetsrutiner och eventuellt skärpa dem om det visar sig nödvändigt.

TONYA LILBURN

tonya.lilburn@lme.ericsson.se

Amerikanskt i-Mode lanserat

AT&T har startat en egen mobilportal kallad mMode baserad på GPRS-teknik. En promotionturné till 13 amerikanska städer som genomförts i samarbete med Ericsson avslutades i förra veckan.

mMode är en portal för datatjänster, delvis inspirerad av japanska i-Mode. Portalen är fullspäckad med användbara tjänster till en låg kostnad. Till exempel kan man få reda på vad sången man just hörde i radion hette och genast beställa cd:n.



Betalat gör man direkt via telefonräkningen. Förprogrammerade telefoner gör det lätt att använda tjänsterna.

För att marknadsföra konceptet har Ericsson och AT&T under åtta månader genomfört en turné till 13 viktiga amerikanska städer, inriktad på media och det lukrativa B2B-segmentet (business to business).

– Det har varit mycket lyckat. AT&T har stått för presentationerna och vi har stöttat dem med att anpassa budskap och paketera applikationer till de olika marknaderna. Redan nu använder mer än en tredjedel av AT&T:s GSM-kunder datatjänsterna, vilket är ett fantastiskt resultat, säger Keith Shank, ansvarig för strategisk marknadsföring i USA.

LARS-MAGNUS KIHLMSTRÖM

lars-magnus.kihlstrom@lme.ericsson.se

www.attws.com/

Med mMode kan du få reda på vad melodin heter du just hörde i radion, beställa hem cd:n och betala via telefonräkningen.

FOTO: JACK RADGOWSKI

Staten föreslås satsa på telekom

Svenska staten bör satsa 3,5 miljarder kronor på IT och telekom de närmaste fem åren. Det föreslår Vinnova, Verket för Innovationssystem, i en utredning som överlämnats till regeringen.

Utredningen beställdes av regeringen så sent som i slutet av september. Uppdraget innebar att komma fram med förslag som kan hjälpa till att sätta fart på IT- och telekomsektorn samt fånga upp den kompetens som uppsagda i telekombranschen besitter.

Vinnova delar upp sina förslag i ett kort och ett långt perspektiv. Som omedelbara insatser föreslås bland annat att:

- 100 miljoner kronor fördelas till Forskningsinstitutet inom IT/telekom.
 - Offentliga e-tjänster påskyndas.
 - En tävling utlyses för att utse de tjänster som ger mest värde för användarna och störst lönsamhet för företagen.
- På längre sikt föreslår Vinnova att svenska staten satsar 3,15 miljarder kronor på:
- Forskning, utveckling och demonstration inom applikationsområdet, telekomsystem samt inom basteknologi och komponenter.
 - Statliga riskkapitalpengar till nya högteknologiska och forskningsbaserade företag inom IT- och telekomsektorn.

Håkan Eriksson, Ericssons forskningschef, välkomnar Vinnovas förslag om mer satsning på FoU i Sverige.

– Rapporten föreslår att Sverige ska satsa i linje med andra länder. Det är så klart bra, och det är välkommet oavsett marknadsläget.

Carl-Gustaf Leinar, personalchef för Ericsson i Sverige, bedömer dock att förhållandevis få Ericssonuppsagda kan få jobb i de projekt Vinnova föreslår.

– Behoven i dessa projekt verkar huvudsakligen vara applikationsutvecklare. De ingenjörer vi har sagt upp har främst arbetat med infrastrukturteknik. Övrig uppsagd personal är administratörer, projektledare, produktionspersonal och tekniker. Ganska få av dem matchar de här projekten. Forskare har vi bara sagt upp i mycket begränsad omfattning, säger Carl-Gustaf Leinar.

– Däremot är förslagen bra för Sverige och därmed bra för Ericsson på längre sikt eftersom forskare och ingenjör som vi tidigare i stor utsträckning anställt nu i stället kan arbeta i de här projekten.



Håkan Eriksson



Carl-Gustaf Leinar

HENRIK NYGÅRD

henrik.nygard@lme.ericsson.se

Björn Boström får ny position i Kina

Björn Boström lämnar posten som chef för Core Unit Supply, CSUP, för att i stället bli chef för Nanjing Ericsson Panda Communications Company i Kina, samverkansbolaget för tillverkning i landet.

– När marknaden väl vänder uppåt ska vi ha verksamheten i samverkansbolaget redo för en högre efterfrågan och större volymer. Den marknadsuppgången kommer förhoppningsvis först inträffa i Kina.

Björn Boström efterträder Arvid Jauring som går i pension. Mats Granryd efterträder i sin tur Björn Boström som CU-chef. Mats Granryd arbetar nu som chef för marknadsenheten norra Afrika.

Henry vill peka ut riktningen

Kommunikation är ett viktigt konkurrensmedel för Ericsson och ska användas för att stödja affärsverksamheten. Henry Sténson, informationsdirektör på företaget sedan fem månader, liknar en informationsavdelning vid oljan i en bil.

– Med oljan fungerar allting bra, bilen kan köra fortare och längre. Utan den börjar verksamheten hacka och hosta.

En Ericssonanställd som läser nyheter på företagets interna kanaler under dagen och sedan köper ett par kvällstidningar på vägen hem kan lätt bli förvirrad. I de interna kanalerna beskrivs bland annat kontrakt som undertecknats och priser som delats ut. I kvällstidningarna målas en bild upp av orimliga bonus-system och missnöjda anställda som varslats.

Hur kan du, Henry Sténson, få dessa bilder att stämma bättre överens?

– Min ambition är att samtliga medarbetare ska få klar och koncis information om vad som händer inom företaget, helst innan vi går ut externt. Men det gäller att balansera ambitionen att klart och tydligt kunna kommunicera övergripande mål och strategier med de naturliga restriktionerna för informations-spridning som ett börsnoterat företag måste leva efter, säger han.

När Henry Sténson tillträdde som informationsdirektör på Ericsson ville han kartlägga vad de anställda som arbetar med kommunikationsfrågor och chefer på olika enheter ansåg fungerade bra och mindre bra i deras verksamhet.

– Jag såg snabbt att här finns en oerhörd mängd kompetens och många människor med stark drivkraft. Men projekten drevs i någonting som liknade en övärld, utan samordning. Det saknades en gemensam agenda som alla arbetade med och som utvecklats tillsammans.

Han menar vidare att inom ett företag som Ericsson finns redan all kunskap om hur man ska driva kommunikationsfrågor och vilka frågor som är viktiga.

– Vi har alla de verktyg som behövs för en effektiv kommunikation inom företaget. Nu gäller det bara att peka ut tydliga riktlinjer för hur kommunikationen ska bedrivas. Vi har redan jobbat fram långsiktiga mål, riktlinjer och en mission för vårt arbete. Nästa steg blir att skapa en gemensam kommunikationsstrategi.

Att arbeta fram en gemensam agenda för kommunikationsarbetet är det som krävs just nu. Genom att engagera kommunikatörer över hela världen i detta arbete läggs en grund för en enhetlig bild av Ericsson – internt och externt. Att föra en ständig dialog om vad som är huvudfrågor just nu är också väldigt viktigt för Henry Sténson.



Henry Sténson, informationsdirektör på Ericsson, vill driva kommunikationsfrågorna på ett systematiskt sätt för att stödja affärsverksamheten. Men det är lika viktigt att kunna agera snabbt när situationen kräver. Spionaffären som nyligen uppdagades är ett exempel på hur ledningen snabbt måste tydliggöra Ericssons ståndpunkt. 45 minuter efter att nyheten rapporterats från nyhetsbyråerna höll Ericsson en presskonferens. FOTO: GUNNAR ASK

– Vårt jobb är att skapa en rättvisande och positiv bild av Ericsson, i den ordningen. Jag skulle vilja likna en optimalt fungerande informationsenhet vid oljan i bilen. Med oljan fungerar allting bra, bilen kan köra fortare och längre. Men utan den börjar verksamheten hacka och hosta, jämför Henry Sténson, som har arbetat med informationsfrågor under sammantaget 20 år. Senast på SAS och Volvo personvagnar.

Vad gäller Ericssons interna informationskanaler anser han att den starkaste kanalen är den närmsta chefen. Efter det kommer interntidningen Kontakten och Contact som når alla anställda. Den starkaste externa kanalen anser han vara när Ericssons talesmän ger en rättvisande bild av företaget i extern media. Enligt Henry Sténson ska en perfekt fungerande informationsavdelning inte ägna tid åt hur man når folk utan snarare åt att uttrycka och formulera saker så att alla inom organisationen förstår vart företaget är på väg. Framöver vill han vara med och driva kommunikationsfrågorna systematiskt och stabilt för att stödja affärsverksamheten på bästa sätt.

Även om informationsdirektören anser att balans i livet är en förutsättning för att kunna göra ett gott arbete, så har han själv erfarenhet av när det blir för mycket. Förra hösten är ett exempel på detta. Då arbetade han som informationsansvarig på SAS under uppståndelsen kring bland annat den 11 september och Linateolyckan i Milano. Det blev oräkneliga långa arbetsdagar och till slut hotade sonen Fredrik att sparka pappas chef om situationen inte förändrades. Hur är det nu, har sonen behövt ringa Kurt Hellström ännu?

– Nu är det lite bättre, förra hösten på SAS var helt extrem. Nu är jag i alla fall hemma kvällar och helger och då gör vi saker tillsammans. Och så brukar vi somna tillsammans – ofta somnar jag före Fredrik.

ULRIKA NYBÄCK

ulrika.nyback@lme.ericsson.se

Fotnot: Kommunikatörer kan läsa om långsiktiga mål och riktlinjer på Communication Forum på Ericsson Inside

HENRY STÉNSON

Ålder: 47 år.

Familj: Hustrun Carina och barnen Anna, 15 år, och Fredrik 10 år.

Tre senaste arbeten: Informationsdirektör på SAS (SAS Group) och Volvo personvagnar (Volvo Cars) samt Saab Aircraft.

Har arbetat med informationsfrågor: I 20 år.

Gör helst när han är ledig: Är tillsammans med familjen i sommarstugan.

Intressen: Slalom, golf och jakt.

Framtida drömjobb: "Jag har det roligaste jobbet man kan ha."

Det visste ni inte om Henry: Arbetade som yrkesmilitär under nio år.

Högsta befattning inom militären: Kapten.

Den perfekte informationschefen enligt Henry: Nyfiken, tänker strategiskt och är ett föredöme.

Outsourcing ökar flexibiliteten

Ericsson koncentrerar sig på sin kärnverksamhet. För verksamheter som ligger utanför detta, kan outsourcing eller samarbete med externa parter vara aktuellt. Ericsson genomför outsourcing och samarbeten inom bland annat områdena supply, utveckling och IS/IT. COO, Per-Arne Sandström, säger att det ännu inte är avgjort vilka som blir globala partners för IS/IT.

– Vi genomför ett omfattande program inom IS/IT och outsourcing är en del i programmet. Det mesta inom IS/IT ligger utanför vår kärnverksamhet, så det är en omfattande förändring som totalt påverkar cirka 4 000 medarbetare, säger Per-Arne Sandström.

Ericsson tittar på egenskaper som global närvaro, volym, kompetens, erfarenhet och goda arbetsgivar-egenskaper vid valet av partners för IS/IT. Det är ännu inte klart vilka som får uppdraget, men Per-Arne Sandström säger att Ericsson räknar med att processen avslutas under första halvan av 2003.

Principen med outsourcing är att låta andra före-

tag ta över verksamhet som inte tillhör kärnverksamheten. Externa parter kan även ta över förvaltning av etablerade produkter inom Ericssons kärnverksamhet. Partners kan utföra uppgiften mer effektivt eftersom de är specialister på området. Med samma typ av uppdrag från fler kunder når de dessutom volymer som ger skalfördelar.

Lång erfarenhet

Ericsson har mer än tio års erfarenhet av att arbeta med outsourcing och det har varit en framgångsrik strategi. Under det senaste två åren har arbetet intensifierats. Fördelarna med outsourcing är bland annat att företaget frigör tidigare uppbundet kapital och minskar investeringsbehovet.

– Vi blir mer flexibla och lätttröliga, vilket på sikt kommer att innebära mindre kostnader. Dessutom minimerar vi risken att tvingas ha outnyttjad kapacitet på våra anläggningar, säger Per-Arne Sandström.

Verksamheten som outsourcas kommer också att ha bättre möjlighet att växa och utvecklas, eftersom uppdragsgivarna blir flera.

Inom området för supply kan även sådant som tillhör kärnverksamheten läggas ut på partners, till exempel om det rör sig om tillverkning av mogna produkter. Strategin ser olika ut för produkter beroende på om de hör till kärnverksamhet eller inte.

– För produkter som hör till kärnverksamheten använder vi externa partners, framför allt när det gäller volymproduktion. För sådant utanför kärnverksamheten definierar Ericsson standarder och exter-

na partners tar över tidigt i processen. Det pågår ett arbete med att bestämma status för våra produkter.

Vad som tillhör kärnverksamheten är satt under ständig prövning. Ericsson ser kontinuerligt över verksamheten för att kunna vara effektivt på marknaden.

Kritiker anser att Ericsson lägger ut produktionen för tidigt i produktionsprocessen, något som Per-Arne Sandström inte håller med om.

– De tittar bara på en liten del av vår produktion. Ericsson gör en tydlig skillnad mellan det som finns inom och utanför kärnverksamheten. När det gäller våra viktigaste produkter finns vi alltid, om än i varierande utsträckning, kvar i alla faserna av produktionen.

Omfattande arbete

Inom forskning och utveckling pågår också ett omfattande effektiviserings- och koncentreringsarbete. Under år 2002 minskar Ericsson antalet center för produktutveckling från 80 till 40 och nästa år siktar företaget på att minska antalet center till 25. Målet är att varje center ska ansvara för en komplett produktlinje. Outsourcing är aktuellt främst när det gäller utvecklingsarbete.

– Vi behåller den viktigaste kunskapen inom företaget. Genom att outsourca delar av utvecklingen minskar vi riskerna och får ökad flexibilitet.

JESPER MOTT

jesper.mott@lme.ericsson.se



BEHÅLLNINGS- OUTSOURCING

Antalet medarbetare som under de senaste två åren gått över till partners:

Flextronics: 4 200 (2001)
Infineon: 700 (2002)
TietoEnator: 850 (2002)
Teleca: Frankrike 185,
 Norge 70 (2002)
Wipro: Indien 300 (2002)

Ericssons COO, Per-Arne Sandström, konstaterar att Ericsson har mer än tio års erfarenhet av att jobba med outsourcing och att det har varit en framgångsrik strategi.

FOTO: ALEXANDER FARNSWORTH

BLUELABS utvecklingsprojekt [BL02-411]: Personlig Omnikator

valentin.byhr.partner

Penna för manuell inmatning av data. Även antenn för satellitöverföring.

Inbyggd mobiltelefon och kamera för tvåvägs videokommunikation. Handsfree.

Länk till hemdatorns ekonomiprogram för kontroll av månadens räkningar, betal dagar och kommande utgifter. Ljudsignal varnar vid övertrassering.

Röststyrd agenda håller ordning på möten, deadlines, viktiga datum och klockslag. Automatisk uppringning och ursäkt när du är för sen.

Lås- och larmfunktion kopplad till bil, hem, sommarstuga och båt. Larmar vidare till polis, brandkår och vaktbolag.

Uppkoppling till internet. Musik, radio och tv-sändningar via nätet.

Betalkortsfunktion direktlänkad till bank, finansbolag och kreditinstitut. Kommuniserar med hemdator.

GPS navigator som programmeras efter din smak och dina önskemål på närliggande restauranger, biografier, caféer m.m. Worldwide.

Sensor som läser av ditt fingeravtryck. Identitetsfunktion giltig som ID, pass, körkort och patientbricka.



BlueLabs och Flextronics – framtidens produktutveckling.

BlueLabs, en av landets ledande högteknologikonsulter, har blivit en del av Flextronics Design. Resultatet är en ännu vassare utvecklingspartner för svensk industri. Målstyrd kreativitet, design, tillverkning och logistik finns nu under samma tak.

Produkten på bilden existerar inte – ännu. Men det beror egentligen bara på att ingen bett oss sätta igång. Tekniken och kompetensen finns. Vår starka sida är att frigöra kraften i goda idéer och förverkliga dem inom givna ramar för både tid och pengar. De flesta innovationer kan faktiskt planeras och idéarbete måste struktureras om projektplanerna ska hålla.

Därför är kreativitet i vår värld mer än banbrytande design och kloka funktioner. Med Flextronics samlade resurser kan vi erbjuda nya lösningar för utveckla, tillverkning och logistik. Vi har större resurser och mer erfarenhet än de allra flesta. Och synergierna kommer våra uppdragsgivare tillgodo. Hela vägen från innovation till serietillverkning.

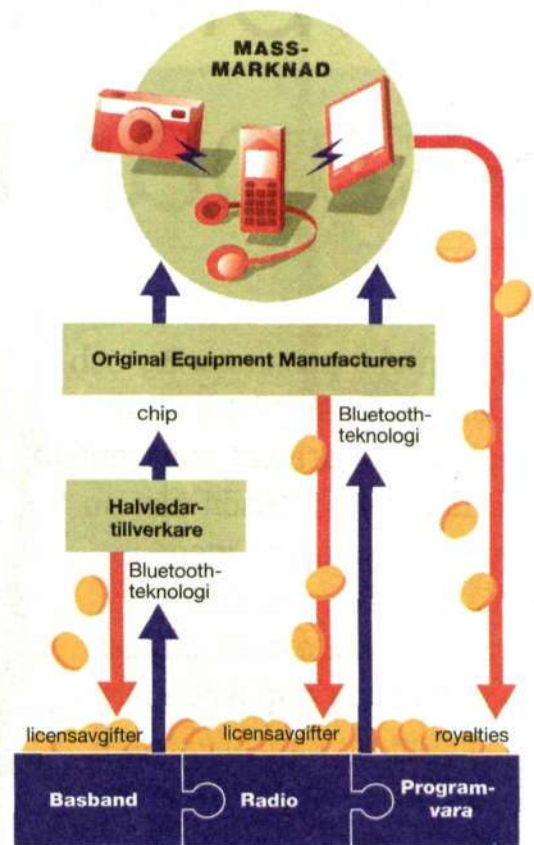
Flextronics Design är specialister på produktutveckling för teknikföretag runt om i världen. Vi är mer än 1 500 experter inom projektledning, elektronik, formgivning, mekanisk konstruktion, mjukvara och testmetoder. Flextronics Design är en del av Flextronics International Ltd. med 95 000 anställda och verksamhet i 29 länder.
Göteborg, Karlskrona, Linköping, Luleå, Malmö, Pajala, Stockholm och Västerås.
Tel 08-470 20 00. www.flextronics.com

FLEXTRONICS
Design



Johan Åkesson är marknadschef för Ericsson Technology Licensing. Där utvecklas och säljs Ericssons Bluetooth-lösningar till några av världens största tillverkare av halvledare och konsumentprodukter på en marknad som ökar stort.

FOTO: JAN NORDÉN



Så här tjänar Ericsson pengar på Bluetooth. Halvledartillverkare betalar licensavgift för rätten att tillverka Ericssons Bluetooth-kretsar. Kretsarna säljs till tillverkare av slutanvändarprodukter, så kallade Original Equipment Manufacturers, OEM. Ericsson får royalties för varje tillverkat chip. Vissa OEM tecknar egna licensavtal och tillverkar kretsarna själva. Även i det här fallet tjänar Ericsson royalties när produkterna massproduceras.

ILLUSTRATION: MARTIN GRADÉN

Bluetooth lägger i nästa växel

Marknaden för Bluetooth-teknik väntas ta ett rejält kliv framåt nästa år. Analyser visar att 130 miljoner enheter utrustade med Bluetooth kommer att nå marknaden 2003. Det är mer än en tredubbling jämfört med i år.

2002 har varit ett bra år för Ericsson Technology Licensing, den del av Ericsson som utvecklar och säljer Bluetooth-tekniken. Nästa år ser också mycket positivt ut.

– Vi har sett ett ökat intresse för våra produkter de senaste sex till tolv månaderna. Marknaden har successivt växt och enligt marknadsanalyser kommer antalet produkter som når ut till massmarknad nästa år att öka till runt 130 miljoner enheter från mellan 30 och 40 miljoner enheter i år, säger Johan Åkesson, marknadschef på Ericsson Technology Licensing.

Flera framgångar den senaste tiden bidrar också till den ljusa bilden. En sådan är kontraktet med taiwanesiska VIA Technologies, en av världens ledande datorelektroniktillverkare. Kontraktet innebär Bluetooth-teknik i allt fler laptop- och handdatorer framöver.

– VIA är en fantastisk partner, aggressiv och framgångsrik. Det betyder att vi har en ledande partner som kommer att driva på marknaden för våra lösningar, säger försäljningschefen Rob Cadman.

Bland Ericsson Technology Licensings övriga kunder finns Intel, Samsung, Philips och ST Micro-

electronics, vilka alla tillhör de största chiptillverkarna i världen.

Nyligen har Ericsson Technology Licensing även tagit fram en fjärde generationens radiokrets, av många ansedd som den bästa på marknaden.

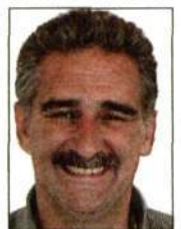
– När vi pratar med våra kunder säger de att vår radio är den bästa som finns. Och jämför man storlek, strömförbrukning, pris och integrationsgrad kan vi själva se att vi helt enkelt är före alla andra, säger Johan Åkesson.

Marknadsutvecklingen för Bluetooth drivs av mobiltelefonerna. Inte minst har Sony Ericssons framgångar med T68-modellen hjälpt till att höja intresset. Många som har Bluetooth i sin telefon vill också prova tillbehören som finns. I dag räknar man till omkring 300 olika konsumentprodukter utrustade med Bluetooth.

Ericsson Technology Licensing tjänar pengar på två vägar, dels genom licensavgifter till chiptillverkare, dels genom royalties från tillverkade chip.

Det gör att vinsten blir störst när kretsarna når en verklig massmarknad.

– Därför är det viktigt att vi siktar på de stora spelarna och de stora halvledartillverkarna som är de som styr marknaden. Köper tillverkarna från oss kan de gå nästan direkt till marknaden med sina produkter. Där erbjuder vi en stor fördel. Vi kan visa att vår lösning fungerar, vilket minimerar tillverkarnas risk. Dessutom erbjuder vi stor kund Anpassning av våra produkter. Man får inte heller bortse från styrkan i namnet Ericsson. Det var trots allt vi som uppfann Bluetooth och kunderna vet att Ericsson borgar för kvalitet, säger Rob Cadman.



Rob Cadman

Bolagets vd Maria Khorsand är lika trygg i sin tro på företagets möjligheter:

– Personligen ska jag göra mitt yttersta för att vi ska få de största kisel-tillverkarna som kunder. Några av dem har i dag sin egen Bluetooth-lösning, men vår är bättre och stabilare och vi är oerhört kostnadseffektiva, säger hon.



Maria Khorsand

Mobila satsningar skapar nya marknader

MMS, mobil positionering och videotelefoni är några av de elva globala projekt inom mobilt Internet som Ericsson just nu driver tillsammans med Vodafone. Service Delivery Platform, plattformen mellan kärnnätet och applikationerna, är ytterligare ett projekt som är speciellt viktigt.

Operatörens svar på Japans i-Mode, Vodafone Live, som lanserades stort i flera europeiska länder nyligen, är ett bra exempel på ett projekt där Ericsson levererat kärndelar, såsom MMS och Multi Media Library.

– Projekten runt mobilt Internet är viktiga eftersom de kan leda till att vi får sälja olika tjänster och på det sättet skapa nya affärer. Genom MMS kan Ericsson också komma in på Vodafone-marknader dit vi tidigare inte levererat, förklarar Björn Eisner, ansvarig för Global Projects and Operations på GCU-enheten Vodafone. Som exempel nämner han Italien och Ungern där Ericsson nyligen fått beställning på tjänster för MMS.

Service Delivery Platform, SDP, är ett stort projekt som består av flera delar och omfattar en stor del av Ericssons produktportfölj för Service Network. Arbetet sker i ett globalt virtuellt lag med deltagare från



Ericsson i Düsseldorf, ett flertal kundkontakter och medarbetare från affärs- och produktenheterna i Kista.

– Vi har drivit lokala säljaktiviteter och även fått lokala offertförfrågningar. Nyligen fick vi den första beställningen på en SDP-lösning till Rumänien. Det

Vodafone Live är operatörens hittills största enskilda satsning globalt. Nyligen lanserades portalen i flera europeiska länder.

är en viktig referensorder från Vodafone, säger Thomas Granström, ansvarig för Internet Solutions and Applications.

Han menar att SDP-lösningar är ett stort område med ett värde som är betydligt större än för MMS, och kan etablera Ericsson som Vodalofones ledande partner för plattformar för mobilt Internet.

Videotelefoni är ett annat projekt som just nu är aktuellt, enligt Rune Rönning, ansvarig för Network Technology. Det handlar om videosamtal mellan 3G-telefoner över UMTS-nätet. Tidigare i höst har det skett demonstrationer i Vodalofones 3G-nät både i Tyskland och Storbritannien.

Ytterligare ett aktuellt projekt gäller mobil positionering. Vodafone har högre krav än vad Ericssons lösning ger idag. Det gäller bland annat mer exakt positionering i realtid.

Flera projekt baseras också på så kallade tredje parts-produkter där Ericsson agerar som totalansvarig för lösningen.

– I dessa projekt samarbetar vi ofta med små företag. Vår del gäller inte några produkter utan service. Ett globalt avtal med Vodafone skulle ge oss chansen att komma in på marknader där Ericsson inte har några affärer idag. Precis som för alla våra globala projekt är vårt jobb att bereda marken för Ericssons lokala kundorganisationer, avslutar Björn Eisner.

GUNILLA TAMM

gunilla.tamm@lme.ericsson.se

MMS en hörnsten i ny portal

– I slutet av 2003 tror vi att många av kunderna använder möjligheten att skicka och ta emot bilder i sin mobiltelefon. Via vår nya portal Vodafone Live är det lätt att använda MMS och andra tjänster, säger Dirk Wierzbizki på Vodafone Global i Tyskland, där Vodafone Live nyligen lanserades.

Med Vodafone Live kan användaren skicka och ta emot färgbilder, ladda ned spel och olika ringsignaler samt titta på till exempel det senaste sportresultatet. I slutet av oktober lanserades Vodafone Live samtidigt i Tyskland, England, Irland, Nederländerna, Portugal och Italien. I slutet av året och början av 2003 kommer portalen att lanseras på Vodalofones övriga marknader i Europa och Asien. Detta är hittills den största enskilda lanseringen som Vodafonegruppen gjort globalt.

– Hörnstenen i Vodafone Live är MMS. Eftersom vi levererat MMS-tekniken till Vodafone i hela världen är lanseringen av Vodafone Live viktig också för Ericsson, förklarar Björn Eisner, som är ansvarig för

globala projekt på Ericssons GCU-enhet för Vodafone.

I lanseringen av Vodafone Live ingår som en viktig del MMS- och Java-telefoner med operatörens eget varunamn.

– Telefonerna, som bland annat har en stor färgskärm och inbyggd kamera, spelar en mycket viktig roll. De fungerar "out of the box", det vill säga så fort man sätter in sitt sim-kort. Telefonen behöver alltså inte konfigureras, förklarar Dirk Wierzbizki, som är ansvarig för Innovation Management på Vodafone Global.

Vodalofones abonnenter betalar ingen enskild avgift för Vodafone Live men däremot för de olika tjänsterna. Att skicka en bild kostar 39 eurocent medan det är något dyrare att ladda ned till exempel många olika spel.

– Idag använder många av våra kunder SMS och vi hoppas att dessa nu börjar använda MMS. Tjänsten lockar också de så kallade early adopters,



"Att använda MMS måste vara lätt och telefonen ska redan vara konfigurerad då kunden köper den," säger Dirk Wierzbizki på Vodafone.

FOTO: JENS KÜRTE

alltså människor som är intresserade av tekniska nyheter, säger Dirk Wierzbizki.

GUNILLA TAMM

Globala kundprojekt visar vägen

På Fritz-Vomfelde-Strasse 26 i Düsseldorf finns Ericsson. Något hundratal meter därifrån har operatören Vodafone sitt kontor.

– Det är praktiskt med tanke på de nära kundrelationer som vi har, säger Björn Eisner, som är ansvarig för en grupp som arbetar med olika globala Vodafone-projekt.

I april förra året genomförde Vodafone en organisationsförändring och skapade en enhet som arbetar med globala produkter och tjänster. Den omfattar områden såsom globala produkter, IT och teknik samt det globala varumärket.

I samband med Vodalones nya organisation finlispade Ericsson sin Global Customer Unit, GCU-organisation för Vodafone. Idag har de båda företagen en organisation som i mycket speglar varandra.

– Vodafone, som ju går i bräschen för mobilt Internet, har en grupp som arbetar med att ta fram idéer inom detta område och en annan grupp som jobbar med att förverkliga idéerna tekniskt. Vi har ett tätt samarbete med båda och kommer in på ett tidigt stadium i allt arbete, berättar Björn Eisner, som är ansvarig för en grupp på 14 medarbetare. På hans visitkort står det Global Projects and Operations.

– Det vi jobbar med är egentligen så kallad pre-sales (för-försäljning), och ligger mellan marknadsföring och försäljning, förklarar han.

Väl förberedda

Thomas Granström, som är ansvarig för Internet Solutions and Applications, berättar att de idéer som man diskuterar med Vodafone ofta handlar om tjänster som ibland kan ligga flera år framåt i tiden. Målet är att vara mycket väl förberedd när Vodafone behöver nya plattformar och produkter.

– Förutom en fortgående dialog med kunden har vi täta kontakter med Ericssons produktledning i Kista och affärsenheten Systems. Vi hjälper också de kundansvariga både globalt och lokalt. Det kan till exempel gälla säljmateriel som vi tar fram och att förbereda våra lokala konton för kommande teknik. Detta gör vi alltid baserat på vad Vodafone planerar att erbjuda sina kunder i framtiden. Vårt arbete sker genom olika typer av nätverk och projekt och vi har



Thomas Granström, Björn Eisner och Rune Rönning har ett nära samarbete med Vodafone när det gäller globala projekt. De koordinerar bland annat uppdragen och ser till att projekten blir bemannade.

FOTO: BERNHARD MOLL

också medarbetare från lokala KAM-organisationer här på jobbtrotation, säger han.

Ledstjärnan i alla projekt är att produkten som tas fram ska vara av mervärde för kunden. Det är viktigt att ta fram rätt produkter och partners eftersom man då minskar utrymmet för andra leverantörer att komma in.

– Vår uppgift är att se till så projekten blir bemannade och att koordinera dem. Mycket av jobbet sker i virtuella grupper. Ericssons lokalbolag är med och fattar besluten, säger Björn Eisner.

Projekt som växer

Aktiviteter som drivs på lokalbolagen kan ibland vara så framgångsrika att de blir till globala projekt. Ett exempel är projektet för videotelefoni.

Även när det gäller forskning och utveckling, R&D, har Ericsson och Vodafone ett nära samarbete sedan femton år tillbaka.

– Aktuellt just nu är IMS, som står för IP Multimedia Subsystem, vilket är ett tjänstelager som standardiseras av 3GPP. Med hjälp av IMS kan man på ett

enklare och mer effektivt sätt ta fram mobila tjänster, förklarar Rune Rönning, som är ansvarig för Network Technology. Vi bygger för närvarande upp ett IMS-testsystem i Newbury i England tillsammans med Vodafone Global.

För att få ett komplett produktutbud samarbetar Ericsson med andra företag. En mötesplats för dessa samarbeten är Ericsson Mobility World. Vodafone har sin egen motsvarighet till Mobility World och även här sker ett samarbete mellan de båda företagen.

– Att ha nära till kunden är bra och det har vi här i Düsseldorf men ännu viktigare är goda relationer, något som är rättesnöret för alla våra projekt, säger Björn Eisner.

Den nära relationen kommer också att synas på CeBIT-mässan nästa år. Ericsson kommer visserligen inte att delta med någon egen monter men däremot indirekt finnas med i Vodalones monter.

GUNILLA TAMM

Final issue of YOUUnique, available only as pdf:

YOUUnique Issue 4 | December 2002

Tap into the real Internet by using Knowledge Networking

In the final issue of YOUUnique you will also learn about the forces behind the need for Total Solutions, how IBM transformed itself in 5 years, and the advantages of Blended Learning.

Download YOUUnique at: university.ericsson.se

ERICSSON 

WANT TO FIND THE KEY TO FAST AND SUCCESSFUL
BLUETOOTH™ IMPLEMENTATION?

LOCK-ON TO BLUETOOTH SOLUTIONS FROM ST

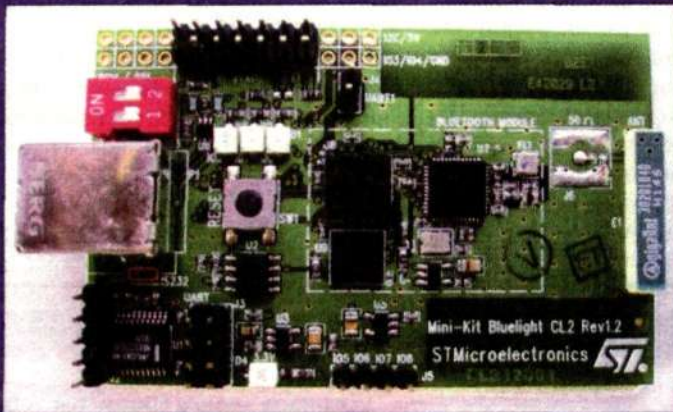
Key to your success in Bluetooth Wireless Technology is the availability of competitive, high performance solutions. ST addresses this need with both single chip and 2-chip solutions.

The single chip STLC2400, designed on an advanced 0.18µ CMOS process with superior RF characteristics, combines a radio front-end with complex digital circuitry.

The 2 chip solution consists of :

- STLC2150, a state of the art CMOS class 2 radio, extendable to class 1, using the ST PA STB7710
- STLC2410, a full function baseband, offering high flexibility through software programmability and its various interfaces.

The STLC2400 and STLC2410 are based on Ericsson technology, guaranteeing proven interoperability and world class performance. ST's relationship with EBT also provide customers with efficient qualification services for their end product. This together with our application engineering support is the key to fast time to market.



STLC2400 Single Chip

- Fully integrated Bluetooth system
- Embedded RF, Baseband, ROM, RAM, MCU and peripherals
- RFCMOS8 process adapted for single chip
- Small size and high volume product

STLC2410 Baseband

- Full function base-band
- Integrated ARM7TDMI
- 64 Kbytes internal SRAM
- 4 Kbytes internal boot ROM
- External Flash on EMI bus

STLC2150 Radio

- Fully integrated single chip
- Transceiver with no external RF components
- on-chip VCO with self calibration
- Power Class 2 and 3

STLC2450 Evaluation Board

- USB, RS232, SPI, I²C
- PCM, JTAG, GPIO
- Including software stack up to HCI
- HOST side software

For more information on the full range of ST wireless products,
contact your ST sales representative, or go to www.st.com



Helping lead the way



Henrik Ringmar (till höger), vd för Svenska UMTS Nät AB, märker hur 3G-näten blir allt stabilare för kommersiell trafik. Den här bilden togs på honom och Ericssons Staffan Henriksson när de demonstrerade videotelefoni tillsammans på ett seminarium i Stockholm förra veckan. FOTO: PELLE HALLERT

3G-näten allt stabilare

– Mediadebatten om 3G är överdrivet negativ. Våra ägare har en god ekonomi och vi märker hur näten blir allt stabilare. Det säger Henrik Ringmar, vd på Svenska UMTS Nät AB som är de svenska operatörerna Telias och Tele 2:s samarbetsbolag.

I juni 2001 valde Svenska UMTS Nät AB (Nätbolaget) Ericsson som ensam leverantör av 3G-utrustning i Sverige. Det var samtidigt det första kontrakt i världen där två operatörer gick samman för att bygga ett delat 3G-nät, så kallat "shared network". Många förvånades över att just Telia och Tele 2 valde att samarbeta. Två huvudkonkurrenter med olika marknadspositioner och företagskulturer ansågs av vissa experter vara ett alltför ostadigt samarbetsprojekt. Men ett och ett halvt år senare bygger de båda operatörerna med Ericssons hjälp 3G-nät i Sverige i rask takt.

– Tack vare Telias existerande infrastruktur så har vi redan hustak, väntarna och andra byggnader att installera utrustning på. Skulle vi enbart förlita oss på bygglov så hade det här gått betydligt långsammare, säger Henrik Ringmar.

En starkt bidragande orsak till att samarbetet har gått så bra hittills, tror han är att de båda bolagen kompletterar varandra.

– Ägarna har ett gemensamt mål och en förmåga att utnyttja varandras styrkor. Telia har traditionen och mesta infrastrukturen, Tele 2 har kostnads kontroll som sin främsta styrka och har dessutom förmågan att komma igång snabbt.

Nätbolagets huvuduppgift är att köpa in 3G-nät

åt de båda operatörerna och se till så att nätet byggs efter deras önskemål.

– Vi levererar den underliggande möjligheten åt Telia och Tele 2 att driva 3G-nät. Vi har däremot ingenting att göra med var och när 3G-tjänsterna lanseras till slutkund, det sköter respektive bolag på egen hand.

Nätbolaget har i likhet med de övriga licensinnehavarna i Sverige förbundit sig att leverera ett rikstäckande 3G-nät under slutet av nästa år.

– Det är det vi jobbar efter och med Ericssons hjälp kommer vi förmodligen att täcka storstadsområdena betydligt tidigare. Våra ägare har en god ekonomi och gör bra resultat vilket talar för att vi kommer att klara det här, säger han.

Debatten som med jämna mellanrum förs i media om att 3G är försenat tycker han är överdriven.

– Det där skrivs mest för att skapa tidningsrubriker. All ny teknik tar tid, så var det även när GSM introducerades. Det finns saker som inte fungerar i dagsläget, men ur ett utvecklingsperspektiv är detta inget konstigt alls, säger han och fortsätter:

– Det första året med Ericsson har mest handlat om att genomföra de initiala leveranserna och göra de grundläggande installationerna. Nu befinner vi oss i en ny fas där det handlar om att göra näten tillräckligt stabila för kommersiell trafik. Detta arbete kommer att pågå sex till tolv månader, men vi märker redan att våra nät blir allt stabilare.

Vodafone ser ljusning

Europas största mobiloperatör, Vodafone, kunde visa på minskade förluster i sin halvårsrapport. Intäkterna före avdrag hade ökat med 30 procent till 89 miljarder kronor (9,9 miljarder dollar), vilket var mer än förväntat.

– Vi är väldigt nöjda med siffrorna. De är frukten av mycket hårt arbete, säger Vodalphones vd Chris Gent.

Trots ökade investeringar under de närmaste sex månaderna tror Vodafone att man kommer att gå med vinst inom ett halvår.

Italien får 3G redan i år

Italien ser ut att bli först i Europa med 3G i större skala. Till skillnad från Hutchison som försöker smyga igång 3G i Europa, gasar Telecom Italias mobila enhet, TIM, för fullt. Innan årsskiftet räknar de med att sälja tiotusentals 3G-telefoner med abonnemang. Samtidigt ska det finnas omkring 1 000 3G-basstationer i drift, som kan ge täckning i alla större städer före 2003.

Hutchison å andra sidan är osäkra på om de ska kunna leverera sina 3G-telefoner före jul, eftersom de har "smärre tekniska problem".

3G-patent får bytas

Som ett ytterligare led i sin strävan att skynda på 3G-utvecklingen i Europa har EU-kommissionen nu gett klartecken för telekomföretagen att utbyta 3G-patent.

Kommissionen ser patentutbytet som ett nödvändigt medel för att påskynda utvecklingen och tror inte att det kommer att påverka konkurrensen negativt.

Bakgrunden till beslutet är att organisationen 3G Patent Platform Partnership i somras beslutade att underlätta för tillverkarna att ta del av viktiga 3G-patent.

Telenor satsar i Ryssland

Norska teleoperatören Telenor har beslutat att tillsammans med ryska VimpelCom och Alfa Group investera 1,6 miljarder kronor (175 miljoner dollar) i mobilnätverk och mobila tjänster i Ryssland. Telenor äger 29 procent av VimpelCom och ska bidra med en tredjedel av summan.

– Ryssland är en tillväxtmarknad, med låg penetration och mycket folk, om man jämför med den nordiska marknaden. Vi satsar långsiktigt på den här marknaden, säger Telenors vd Jon Fredrik Baksaas till Reuters.

Telenor har hittills investerat nästan 3,2 miljarder kronor på mobilsidan i Ryssland och man säger sig vara nöjda med utvecklingen av den ryska marknaden.

3D-telefoni i Japan

Japanska operatören NTT DoCoMo nöjer sig inte med att gå i frontlinjen med 3G, nu ska de bli först med 3D-telefoni också.

Den 16 november lanserades den nya telefonmodellen SH251iS, som alltså kan visa tredimensionella färgbilder. Mobilens kan förvandla vanliga tvådimensionella bilder till bilder som även visar djupdimensionen.

Filmklipp i mobilen

Tyska mobiloperatören T-Mobile har skrivit kontrakt med Sony Pictures om att kunna visa klipp från biofilmer i mobiltelefonerna.

Enligt Financial Times innebär kontraktet att T-Mobiles kunder ska kunna se snuttar från filmer som Men In Black, Spindelmannen och xXx (Triple X). Priset för tjänsten ska ligga mellan 13 och 27 kronor (1,49–2,99 euro) av vilka Sony får mer än hälften.

Öppenhet säljer bäst – även i tuffa tider



Katarina Burton, Marie Lönn och Mari Nilsson ingår i det säljlag som nyligen utsågs till det bästa inom Ericssons marknadsområde EMEA. Två tunga kontrakt med det svenska fastnätbolaget Skanova har de varit med om att genomföra det senaste året. Båda affärerna har öppnat för nya affärsmöjligheter med Skanova.

FOTO: TOMMY JOHANSSON

Säljgruppen mot Telias fasta nät i Sverige utsågs nyligen till det bästa säljlaget mot fasta nät inom Ericssons marknadsområde EMEA (Europa, Mellanöstern och Afrika). Prestigelöshet och att våga ställa motkrav är vinnarnas egen förklaring till att de har lyckats så bra i en tid då många säljlag har det tufft.

Den 19 september samlades tio glada säljare i Kista för att ta emot priset för Bästa säljgrupp mot fastnätskunder inom EMEA, av marknadsområdeschefen Mats Dahlin. Anledningen till utmärkelsen är flera men ett omfattande Engine-kontrakt med Telias fastnätbolag Skanova har vägt tyngst. Paketavtalet, som offentliggjordes i januari i år, säkrar leverans av produkter och support till Telias fasta nät i Sverige till och med 2004. Lägg därtill ytterligare ett stort kontrakt med Skanova från i våras som ger Ericsson leverantörsrätt av MINI-LINK E och man förstår att det här är ett säljgång med luft under vingarna.

– Ja, vi känner att det går riktigt bra och det beror inte på att vi arbetar med naiva kunder som inte har förstått att det är lågkonjunktur, säger Katarina Burton, chef för säljlaget Telia Fastnät i Sverige, och skrattar.

Skippa prestigen

Kontakten träffar henne och två av de ansvariga säljarna i vinnargruppen – Marie Lönn och Mari Nilsson – för att ta reda på vad det är som driver just deras säljgrupper till att vara så framgångsrika.

– Det finns nog inte en specifik säljmodell som passar samtliga säljgrupper inom Ericsson. Däremot tror jag att alla vinner på att vara öppna i sina affärsrelationer och skippa prestigetänkandet, säger Mari Nilsson.

Marie Lönn har arbetat som säljare i skilda enheter inom Ericsson sedan 1996 och erfar att revirtänkandet är väldigt utbrett på sina håll.

– Jag har jobbat på säljavdelningar där var och en suttit och hållit stenhårt på sina kontakter. Många verkar tro att det ligger en makt i att vara ensam med sin kunskap, säger hon och fortsätter:

– För den enskilde säljaren kan det kanske på kort sikt tyckas vara lönsamt men för företaget är det fördömande. Delar man inte på informationen inom en grupp så är det otroligt svårt att få helhetsbilden av en kund, vilket är en förutsättning för att laget ska lyckas.

Utnyttja all expertis

De anser att en säljorganisation ska vara relationsbyggande både med kunden och inom Ericsson. Katarina Burton tillägger att alla som kan bidra inom koncernen är välkomna att arbeta med deras kund.

– Det gäller att dra nytta av all den expertis som finns tillgänglig. Vi tar ofta med oss kolleger med specialkunskaper på våra kundmöten. De kan svara på detaljfrågor om design och teknik mycket bättre än vad vi kan. Kunden tycker att det är positivt och det sparar dessutom en massa tid, säger hon.

Säljchefens inställning är också viktig för att en säljgrupp ska lyckas.

”Affärsrelationen är bättre än någonsin”

– Vi har varit tvungna att ta itu med några gamla surdegar för att kunna gå vidare tillsammans. Det säger Martin Pehrsson, inköpschef på Skanova, som tycker att affärsrelationen med Ericssons säljare är bättre än någonsin tidigare.



Martin Pehrsson

Martin Pehrsson ansvarar för inköpen av systemplattformar på Skanova, som är Telias fastnätbolag. Han eller någon ur hans tolv man starka inköpslag sitter så gott som dagligen i affärsmöten med telekombranschens största systemleverantörer. På en marknad där konkurrensen om affärerna är hårdare än någonsin betyder goda affärsrelationer allt.

– Det viktigaste med en god relation till en systemleverantör som Ericsson är att man har ett ömsesidigt förtroende för varandra. Självfallet ska man hålla sig till det som står skrivet i kontraktet, men egentligen ska man aldrig behöva ta fram kontraktet. Det vi avtalat ska vara så koncist och väl förankrat att affären ska flyta mer eller mindre problemfritt, säger han.

Den tid när Telia (dåvarande Televerket) och Ericsson kunde ta varandra för givet i affärssammanhang menar han är förbi.

– Idag har vi ju en kundstyrd marknad där den leverantör som kommer med det bästa erbjudandet

får affären. Sedan går det ju så klart aldrig att bortse från att vi har ett rikstäckande telefonnät som är levererat av Ericsson och Ericsson är fortfarande vår största plattformslieferantör.

Han berättar att han har mycket goda erfarenheter av sina kontakter med Ericssons säljare.

– Jag har i och för sig bara arbetat här i tre år men tycker att Ericsson är betydligt bättre på att sälja sina produkter idag jämfört med när jag började här, säger han.

Framför allt är han glad över att företaget har upphört med vad som i säljretsar kallas back door selling.

– Det fanns en tid när Ericsson försökte sälja in samma lösning till chefer på alla möjliga nivåer och enheter inom företaget. I bästa fall fick dessa personer samma uppgifter om affärsvillkoren men oftast uppstod ett kaos som bara ledde till irritation och missförstånd, säger han.

I dag har han och hans kolleger ett mycket nära och givande affärssamarbete med Ericssons säljlag.

– Absolut, vi har ju ingått ett par riktigt stora kontrakt under det här året (se artikeln intill). Det är affärer som banar väg för ett långvarigt samarbete och för Ericsson har det ju bland annat erbjudit att man kommit in på vår radiolänk sida (MINI-LINK).

Men den förtroliga affärsrelationen skedde inte i en handvändning. Martin Pehrsson berättar att det

– Vi har från början haft vår chef Karl Thedéens förtroende. Det gör att vi vågar fatta många viktiga beslut ute hos kunden. Man växer helt enkelt som säljare vilket i sin tur inger förtroende hos kunden, säger Mari Nilsson.

Våga ställa motkrav

Att ställa motkrav på en kund är en svår konst men en absolut nödvändighet om en affärsrelation ska vara lönsam i längden, anser alla tre. De berättar att de arbetar hårt med att göra det lönsamt för båda parter i varje affär.

– Men man kan bara ställa motkrav på kunden om man har något bra att erbjuda själv och för att detta ska bli konkret för kunden arbetar vi med så kallade paketaffärer, säger Katarina Burton.

En paketaffär är en skriftlig affärsöverenskommelse där det i klartext framgår vad de olika parterna ska ge och ta om kontrakt skrivs. Båda affärerna med Skanova som nämnts tidigare i texten bygger på dessa paketuppbyggnader.

– Det här har naturligtvis inte gått smärtfritt. Som säljare måste man lära sig att släppa på vissa delar och kunden måste ge oss någonting att bygga ytterligare affärer på. Men så länge vi kan visa att det är lönsamt att vara en långvarig kund så är vår erfarenhet att affärerna lossnar.

JENZ NILSSON

jenz.nilsson@ime.ericsson.se

Fotnot: Övriga säljare som ingår i den vinnande säljgruppen är Karl Thedéen, Ulf Holm, Anders Hillbur, Waldemar Dyrdak, Bo Andersson, Peter Augustsson, Fredrik Norring och Ulf Stenbom.

SKANOVA

Skanova hette tidigare Telia Nät och är ett bolag inom svenska Telia AB med omkring 2 700 anställda. Telia äger och Skanova driver svenska telekommunikationsnät för fast telefoni och datakommunikation. Skanovas telefoninät är uppdelade i accessnät, telefoninät, datakommunikationsnät och tjänstenät för Internet-tjänster. Kunder är i huvudsak teleoperatörer och tjänstleverantörer.

fanns en del gamla surdegar att ta itu med innan man kunde gå vidare.

– Det har handlat om misslyckade samarbetsprojekt från tidigare år som aldrig har retts ut ordentligt. Men de paketaffärer vi nu gör med Ericsson har också inneburit att vi har städat upp gamla affärer.

Det han skulle vilja se mer av i affärer med Ericsson är så kallad risk sharing, det vill säga att båda företagen går in i projekt där man delar lika både på risker och eventuella vinster.

– Det skulle båda företagen tjäna på, dessutom innebär det att vi får samma mål med att driva en affär, säger han.

JENZ NILSSON

Mer trafik i näten – motorn för telekombranschen

Ett flitigt användande av mobiltelefonen och handdatorn – det kan bli framgångsreceptet för både operatörer och telekomleverantörer. Nu genomför Ericsson i Asien ett program för att öka tal- och datatrafiken i näten, efter ett beprövat koncept.

I vissa länder i Asien och Europa är mobilpenetrationen nästan 100 procent. Operatörerna i dessa länder kan inte längre mäta sin framgång endast i antal abonnemang – de måste börja mäta hur mycket tal- och datatrafik som går genom näten.

Inom Ericsson finns mängder av goda idéer om hur allmänhet och företag kan använda sin mobiltelefon eller handdator oftare och på flera olika sätt. Det visade sig när bland annat Tyskland, Österrike och Schweiz genomförde Vision Program för ett år

sedan, en satsning för att öka just trafiken i telenäten. Ett liknande initiativ har nu inletts på Ericsson i Asien, här under namnet Traffic and Revenue Growth Program.

Smart användning av mobiltelefon

– Det här är ett bra sätt att sprida och återanvända goda idéer inom företaget. Genom en nära dialog med operatörerna ska vi försöka att hitta nya och smarta användningsområden för mobiltelefonen,

säger Ragnar Bäck, ansvarig för marknadsområdet Asien och Oceanien. Han ansvarade för marknadsområde Västeuropa när Vision Program initierades och var en av dem som trodde på idén från början.

Programmet i Asien består av två delar. Den ena delen drivs från marknadsområdet Asien och Oceanien och går ut på att både ta tillvara på de anställdas idéer kring området och att öka det egna användandet av olika mobilfunktioner.

Här har en tävling precis inletts, där de anställda lämnar sina idéer på en hemsida på intranätet. Den bästa idén belönas med Sony Ericssons handdator P800.

– Vi har redan fått in omkring 180 förslag på hemsidan som lanserades nyligen. När tävlingen pågick i Europa strömmade omkring 2 000 idéer in, av dessa förde vi vidare omkring 200 till operatörerna för vidareutveck-



Göran Eriksson

ling, berättar Göran Eriksson, ansvarig för Traffic and Revenue Growth-programmet i Asien.

Han betonar också vikten av att alla Ericsson-anställda är goda ambassadörer vad gäller mobilanvändandet. Alla borde känna till hur man till exempel kopplar upp ett gruppsamtal, hur man använder funktionen samtal väntar och framför allt använda röstbrevlådan flitigt.

– Den här typen av kunskap förs ju oftast vidare i inofficiella sammanhang som under middagar och när grannen frågar, då måste vi kunna det här, betonar Göran Eriksson.

Seminarier med gott resultat

Den andra delen av programmet består av seminarier för operatörskunder. De drivs av kundorganisationerna och har redan pågått under sex månader med gott resultat.

Omkring hälften av alla operatörer, bland andra SingTel från Singapore, Far EasTone från Taiwan och

SmarTone & Peoples från Hongkong, har redan tagit del av dessa seminarier. Före jul beräknas alla kunder ha erbjudits möjlighet att delta.

– Seminarierna har verkligen varit uppskattade. Och vad som är ännu viktigare – vi har gått vidare med konkreta lösningar med många av kunderna, allt från att utveckla nya applikationer till att de vill anlita Ericsson för olika typer av konsulttjänster, säger Tomas Ageskog, ansvarig för mobilt Internet och systemintegration för Ericsson i Sydostasien.



Tomas Ageskog

– De anställda som har genomfört seminarierna har gjort ett fantastiskt jobb och är värda en stor eloge, fortsätter han.

Vid dessa tillfällen diskuterar Ericsson tillsammans med operatörerna hur tal- och datatrafiken

och nätkvaliteten kan öka hos just dem. Det handlar bland annat om prissättningsmodeller samt nya och förbättrade applikationer.

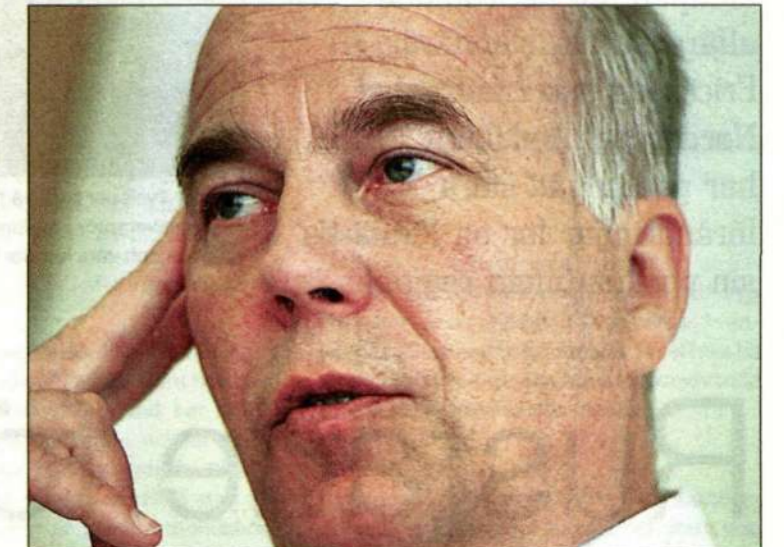
– Vi tittar även på goda exempel hos andra operatörer. En amerikansk operatör erbjöd exempelvis sina kunder att för en fast avgift per månad ringa ett stort antal samtal. Detta gjorde att abonnenterna började ringa väldigt mycket mer. Ett annat exempel är särskilda samtalstaxor för internsamtal inom företag, detta har lett till att de anställda successivt går över till att använda endast mobiltelefonen, säger Göran Eriksson.

ULRIKA NYBÄCK

ulrika.nyback@lme.ericsson.se

Förslagslådan hittar du på:

www.edd.ericsson.se/vision/apac/



Genom en nära dialog med operatörerna ska vi försöka att hitta nya och smarta användningsområden för mobiltelefonen

Ragnar Bäck

Ericsson i Asien satsar hårt på att öka tal- och datatrafiken i näten. Dels genom att fånga upp de anställdas idéer om nya användningssätt, dels genom seminarier med operatörskunder. Mobilabbonenterna i de flesta länder i Asien använder redan sin telefon till mycket mer än att ringa, och nya typer av tjänster väcker ofta ett stort intresse.

Steinar Tveit om:

Fasta nät

"I diskussionen om 3G är det lätt att glömma bort de fasta näten. Marknaden för fasta nät är mycket viktig för oss och vi har lyckats mycket bra i våra affärer med Engine. Fasta nät utgör en stor del av vår totala omsättning och vi satsar vidare på området. Stor tyngd ligger också på bredbandsaccess som är ett stort och offensivt område inom hela regionen."

Sambolaget mellan Telia och Sonera

"Vi har goda relationer med båda företagen så det här ser jag som positivt. Det är förstås flera som ser den möjligheten, men jag tycker att vårt utgångsläge för ett gott samarbete med Telia Sonera är bra."

Affärspotentialen i Norden och Baltikum är stor men kampen om de framtida affärerna blir stenhård. Ericssons marknadsenhet Norden och Baltikum (NOBA) har genomgått stora förändringar för att förstärka sin position inom regionen.



Steinar Tveit ser ljus på framtiden för marknadsenheten Norden och Baltikum. Ericsson är en mycket stark systemleverantör i regionen och byggandet av 3G-nät sker i rask takt. "En stor del av infrastrukturen finns redan på plats och våra kunder har en god ekonomi i jämförelse med merparten av operatörerna i övriga Europa," säger han.

FOTO: TOMMY JOHANSSON

Rustade för kamp om framtidens affärer

Marknadsenheten fyllde ett år tidigare i höstas men firandet får vänta. I stället riktas all kraft åt att Ericsson ska lyckas svara mot kundkraven när 3G kommer igång i regionen. Marknadsenhetens chef Steinar Tveit tycker att det finns stor anledning att vara optimistisk inför framtiden.

– Oavsett när 3G tar fart så kommer Norden att vara mycket tidigt ute med användandet. För Ericsson, som är en av de dominerande systemleverantörerna i Norden, innebär det ett försprång på nya mobiltjänster, säger han.

I Finland, Norge och Sverige har tester inför den kommersiella lanseringen redan skett. Redan idag levererar Ericsson driftstjänster för 3G till två av regionens största operatörer, Tele2 och Telia, via deras samägda bolag Svenska UMTS Nät AB i Sverige. Leveranser pågår också till den nya operatören Hi3G (numera 3).

Det som framför allt talar för en tidig 3G-start i Norden är att en stor del av infrastrukturen redan finns på plats. Ericssons kunder inom NOBA har dessutom god ekonomi i jämförelse med merparten av operatörerna i övriga Europa.

Stor potential

– Majoriteten av våra kunder har inte belastats av kostsamma 3G-licenser utan har tilldelats kontrakt av staten genom skönhetsävlingar. Visserligen investerar kunderna mindre än tidigare men deras framtida potential bedömer jag som god, säger Steinar Tveit.

Han tycker att mediadebatten runt 3G i Norden är för negativ och ensidig.

– Det finns många ljuspunkter som aldrig kommer fram i dessa diskussioner. Vi har offensiva operatörer i Norden med sund ekonomi och de tror på

3G. De är dessutom avancerade IT-länder där intresset för ny teknik är stort bland befolkningen, säger han och fortsätter:

– Givetvis vill våra kunder ibland se nyttan med vissa lösningar och då ska vi kunna visa dem, säger Steinar Tveit.

För enheten är en av de viktigaste uppgifterna att öka marknadsandelen inom UMTS. Ericsson har i dagsläget sex UMTS-kontrakt i Norden men det finns chans till flera. Operatörerna i Danmark har ännu inte bestämt sig och Steinar Tveit räknar med att Estland, Lettland och Litauen successivt kommer att inleda sina kontraktförhandlingar med leverantörerna.

Förbättrade processer.

– Vi kommer att få kämpa för affärerna, men vi ska ta dem. Vi har gått igenom ett tufft år och många duktiga

Marknadsenheten i korthet

Sverige

Sverige är den region inom NOBA där utbyggnaden av 3G-nät har kommit längst. De två stora 3G-operatörerna i Sverige är Telia och Tele2. Tillsammans äger de bolaget Svenska UMTS Nät AB till vilket Ericsson är ensam 3G-leverantör. Telia och Tele2 har också den största mobilabonnentbasen i Sverige. En spännande utmanare är 3G-operatören Hi3G (numera 3) som ägs av Hutchison Whampoa och Investor. Intressant för Ericssons del är även det annalkande samgåendet mellan svenska Telia och Finlands största operatör Sonera.

Norge

Här pågår en intressant utveckling inom 3G. De ursprungligen fyra licensinnehavarna på 3G-nät i Norge har under det senaste året reducerats till två (Telenor och Netcom). Svenska Tele2 och Telenor har dessutom ingått ett avtal som ger dem rätten att använda varandras nät i respektive land. Utbyggnaden av 3G-näten har påbörjats men ännu inte kommit så långt som i Sverige. Vad gäller bredband ligger Norge i topp när det gäller penetration av ISDN (uppkoppling mot Internet via digitalt telefonsystem). Ericsson levererar ISDN till Telenor.

Danmark

I Danmark är satsningen på bredband stor. Till skillnad från Norge dominerar ADSL (uppkoppling mot Internet via en vanlig telefonledning) och Danmark ligger i topp i Europa när det gäller ADSL-penetration. Ericsson är stora på ADSL och levererar lösningen till Danmarks största operatör TDC Tele Danmark. 3G-förhandlingarna gällande leverantörskontrakt är ännu inte klara, men mycket kan hända på området under 2003. Från Danmark sköts dessutom kundrelationerna med Island och Färöarna. Två små men intressanta marknader där Ericsson har stora andelar. Ericsson sålde nyligen en helhetslösning för MMS till Iceland Telecom.

Finland

Ericssons chans att ta marknadsandelar i Finland kommer med 3G. Finlands största operatör Sonera har redan mjuklanserat sitt 3G-nät och de andra licensinnehavarna Elisa och Suomen 3G är på gång. Ericsson har 3G-kontrakt med både Sonera och Suomen 3G. Kontraktet med Suomen 3G var för övrigt

medarbetare har tyvärr varit tvungna att lämna vår enhet. Neddragningarna har samtidigt tvingat oss att se över våra processer. Jag vet att vi idag har en organisation som är mycket konkurrenskraftig.

Orderhanteringen, som fört var uppdelad på sju olika platser inom marknadsenheten, bygger nu helt på standardiserade processer och det globala affärssystemet MUS (Market Unit Solution) och sköts av en central enhet. Även säljstödsfunktionen har centraliserats och liknande standardiseringsarbeten pågår med andra delar inom marknadsenheten.

– Dessutom är vi organiserade så att vi finns där våra kunder har sin verksamhet. Det ger oss goda förutsättningar att driva och underhålla våra kunders nät, som är ett viktigt framtida affärsområde för oss, säger han.

Steinar Tveit återkommer flera gånger under intervjun till hur viktigt det är att hjälpa kunderna att växa.

– Det gäller inte bara inom NOBA:s gränser. Vill en kund expandera utanför marknadsenheten så har vi resurserna att hjälpa dem med det också.

Baltikum högtintressant

Baltikum är en högtintressant marknad. Utvecklingen inom telekommunikation i de baltiska länderna har varit mycket stark. I Estland närmar sig mobilpenetrationen 60 procent och i Lettland och Litauen är siffran runt 40 procent. Men även inom fasta nät och mobiltjänster är länderna på stark framfarsmarsch.

– Det är ju inte bara Ericsson som har upptäckt affärspotentialen i Baltikum. Vi måste vara på hugget och använda oss av erfarenheterna från Norden för att lyckas även i dessa länder.

JENZ NILSSON

jenz.nilsson@lme.ericsson.se

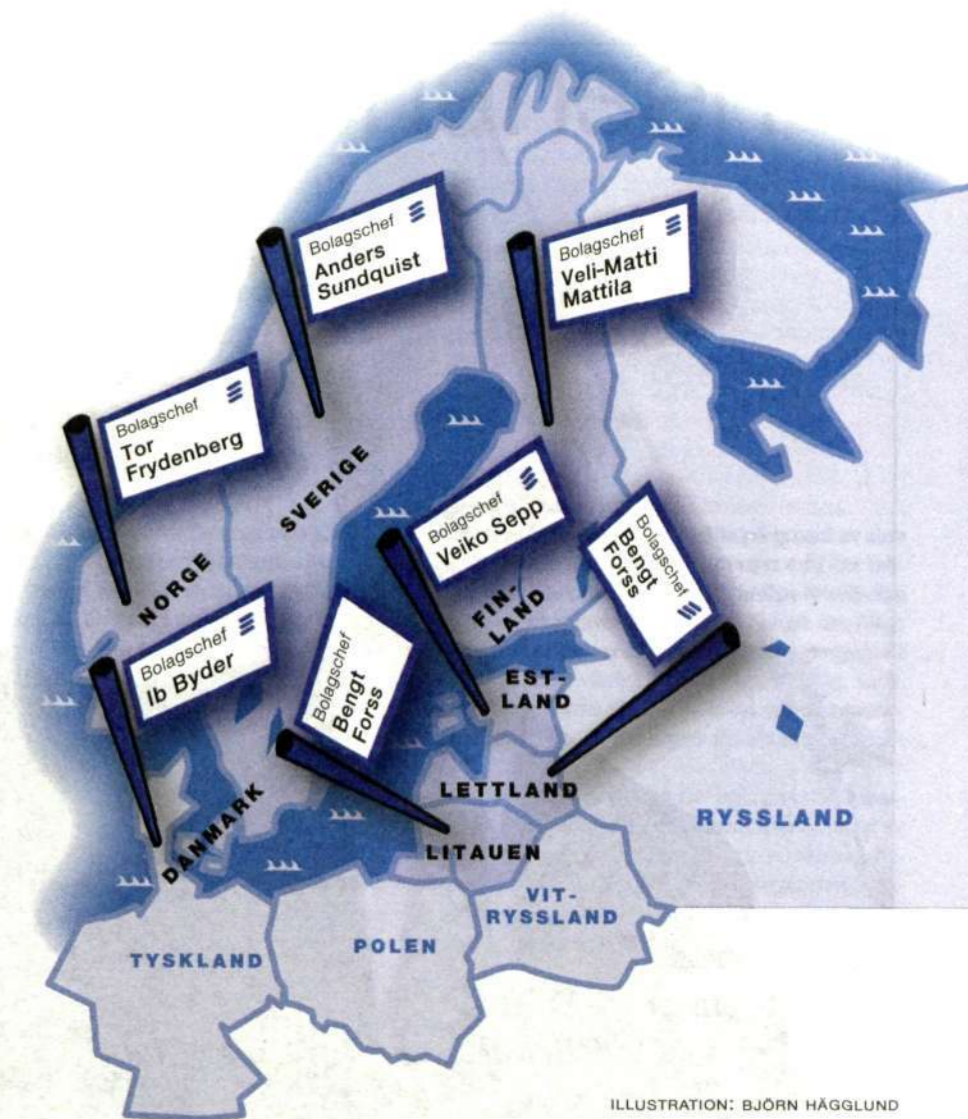


ILLUSTRATION: BJÖRN HÄGLUND

världens första kommersiella UMTS-kontrakt. Ericsson är dessutom huvudleverantör till Suomen 3G:s GSM/GPRS nät. De första kommersiella 3G-tjänsterna blir tillgängliga nästa år.

Estland

Med en mobilpenetration som närmar sig 60 procent är Estland en högtintressant marknad för Ericsson. Ericsson i Estland har Mobilt Internet som specialområde och är sedan många år tillbaka huvudleverantör till den statsägda estniska operatören EMT som har omkring 60 procent av landets mobilabonnenter i sina nät. Estlänarna är generellt mycket nyfikna på ny teknik och Estland är viktiga som testmarknad av nya mobiltjänster.

Bolagschef Veiko Sepp leder för övrigt Mobile Internet Drive-gruppen som drivs

inom marknadsområde Europa, Mellanöstern och Afrika.

Lettland

Lettland har som första baltstat delat ut 3G-licenser till operatörerna. Det skedde den 1 oktober i år och tillföll LTM och Tele2. I väntan på att leverantörskontrakten för 3G ska bli klara fortsätter Ericsson vara en tongivande leverantör av fasta nät i Lettland.

Litauen

I Litauen har Ericsson affärer med samtliga operatörer både inom mobila och fasta nät. Ett par intressanta samarbeten om mobilt Internet pågår med operatören Bité (ägs av danska TDC). Liksom i Estland och Lettland upphör det statsägda operatörsmonopolet vid årsskiftet i Litauen.

3G-KONTRAKT

Ericssons 3G-kontrakt inom NOBA:

Operatör	Land
Telenor	Norge
Ålands Mobiltelefon	Finland
Sonera	Finland
Suomen 3G	Finland
Svenska UMTS Nät AB	Sverige
Hi3G Access	Sverige



Företaget IPX är redo att ta klivet ut från Ericssons drivhus, Business Innovation, och stå på egna ben. Kjell Arvidsson och Björn Zethraeus leder IPX och Niklas Johansson är företagets projektledare.

FOTO: GUNNAR ASK

Är du årets entreprenör?

Det är dags att utse Ericsson Entrepreneur 2003. Tävligen anordnas av Ericsson Business Innovation, ett drivhus för framtida affärer, som fångar upp goda idéer och hjälper dem att utvecklas. Vinnarna har chans att starta eget företag.

– En tävling är en bra form för att locka fram en kraftansamling och ett mod hos medarbetarna att komma med nya idéer, säger Jöran Hoff, chef för Ericsson Business Innovation.

– Det här är ett mycket viktigt initiativ som kan skapa möjligheter för ökade affärer nu och i framtiden, understryker Kurt Hellström, Ericssons koncernchef.



Jöran Hoff

I tävlingen bedöms inte bara produkten, tjänsten eller affärsidéen, utan även individen eller gruppen som står bakom.

– Vi är ute efter entreprenörer, personer med driv, engagemang och affärskänsla. I den här tävlingen går uppfinningsrikedom och affärer hand i hand, förklarar Mattias Raunio, som är ansvarig för affärsutveckling inom Ericsson Business Innovation.

Alla medarbetare är välkomna att komma in med bidrag, antingen enskilt eller i grupp, före den 17 februari. Mattias Raunio förklarar vilka kriterier man vill att förslagen ska uppfylla:

– De måste ha kommersiell bärkraft och tydligt värde för kunder och slutanvändare. Idéerna ska vara unika i den meningen att de ger affärer på egna meriter. De ska leda till lönsamma affärer och på sikt kunna adressera en global marknad. Sist men inte minst ska personerna bakom vara entreprenörer.

Av alla tävlingsbidrag kommer ett antal att väljas ut och gå vidare i en fas med individuell coaching. Under den fasen kommer Business Innovation att ge stöd och råd till de entreprenörer man tror mest på. Mattias Raunio räknar med att cirka tio bidrag ska gå igenom coaching.

I slutet av maj kommer deltagarna från coachingfasen att få presentera sina förslag för en jury som består av Per-Arne Sandström, Mats Dahlin, Britt Reigo och Jöran Hoff. Jury utser sedan en eller flera slutliga vinnare som får utvecklas vidare inom Business Innovation.

– Det är verkligen en chans för individerna att visa sina kvaliteter för företagets ledning. De förslag som juryn tror på kommer sedan att få utvecklas som så kallade innovationsceller inom Business Innovation under tre till sex månader. Då är det upp till bevis för de tävlande som vill skapa unga företag, menar Mattias Raunio.

Jöran Hoff poängterar att det under tuffa tider är som viktigast att locka fram nya goda idéer för framtiden:

– Vi vet av erfarenhet att det finns massor med idéer av hög kvalitet ute i koncernen. Nu har duktiga medarbetare chansen att sälla sig till dem som redan har intressanta och framgångsrika unga företag inom Business Innovation.

JESPER MOTT

jesper.mott@ime.ericsson.se

De fick chansen

För knappt två år sedan hörde Björn Zethraeus och Kjell Arvidsson av sig till Ericsson Business Innovation med en affärsidé. Idag är deras unga företag, Internet Payment Exchange, på väg att stå på egna ben.

– För oss var det idealiskt att utvecklas inom Business Innovation, förklarar Björn Zethraeus.

År 2000 befann sig både Björn Zethraeus och Kjell Arvidsson på kontrakt för Ericsson i Kina som ansvariga för mobilt Internet respektive lanseringen av GPRS i landet. Som av en händelse gick båda och klurade på hur man kan lösa problemet med betalning över mobilt Internet. Tillsammans fick de en idé som de bestämde sig för att satsa allt på.

– Ericsson Business Innovation såg värdet i vår idé och trodde på oss. Framgång för mobilt Internet bygger på två saker: bra tjänster och ett betalsystem som gör det möjligt för alla intressenter att få betalt, så kallad revenue sharing. Vår lösning heter Internet Payment Exchange, IPX. Den väcker intresset för mediabolag att marknadsföra tjänster inom mobilt Internet och det innebär ökad trafik, säger Björn Zethraeus.

I början av 2001 skickade de in en affärsplan till Business Innovation. Under en period blev det en hel del arbete på lediga dagar, eftersom grundarna fortsatte med sina gamla jobb under den inledande fasen av IPX.

– Visst blev det mycket jobb parallellt ett tag, men vi fick hela tiden fullt stöd från de enheter vi då tillhörde, minns Kjell Arvidsson.

I september 2001 övergick IPX till att bli en så kallad innovationscell, ett tidigt stadium i utvecklingen inom Business Innovation. Allt gick som det skulle och i april 2002 övergick verksamheten i ett venture, ungt företag, med styrgrupp, formell budget samt resultat och balansräkning.

Det unga företaget är just nu inne i en hektisk fas innan den verkliga lanseringen äger rum. Lösningen lanseras på två utvalda marknader, en i Asien och en

i Europa. Dessa regioner är utvalda på grund av sina starka positioner inom mobilt Internet och det faktum att där finns nära samarbete mellan lokalbolag och Ericsson Business Innovation. Att på ett tidigt stadium kunna nå ut med hjälp av Ericssons globala närvaro är mycket viktigt för nya unga företag. Samtidigt är det en styrka för Ericsson att kunna presentera nya koncept och lösningar för sina nyckelkunder.

– Business Innovation styr det hela på ett resultatorienterat sätt. De sätter upp milstolpar som är av affärskaraktär, till exempel tecknande av samarbetsavtal med partners och avsiktsförklaringar med kunder, säger Björn Zethraeus.

– Vi har fått äska pengar, precis som andra företag som är i fasen att starta verksamheten, men till skillnad från många andra utvecklingsprojekt så fungerar de unga företagen inom Business Innovation som affärsdrivande företag från första dagen, fortsätter Kjell Arvidsson.

Vilken väg som IPX tar i framtiden vet man inte ännu, men inga företag stannar för evigt inom Business Innovation.

– Antingen blir IPX en del av koncernen eller så etablerar vi oss separat med Ericsson som delägare. Hur det än blir med den saken är det idealiskt för ett företag som IPX att utvecklas inom Business Innovation. Här har vi fått stöd och råd och tillgång till Ericssons unika, globala nätverk av kolleger och kunder, berättar Björn Zethraeus.

JESPER MOTT

TÄVLINGEN

Så här anmäler du dig:

- Bidrag till tävlingen lämnas in på ett anmälningsformulär som laddas ner från: <http://inn.ericsson.se>. Bidrag ska vara inlämnade senast den 17 februari 2003.
- Bidragen ska bland annat beskriva kund och kundbehov, lösningen, affärsmodell, lösningens konkurrensfördelar och en presentation av entreprenören/gruppen.
- Bidragen kommer sedan att utvärderas baserat på beskrivningen och de bästa bidragen kommer i coachingfasen att få hjälp att vidareutveckla sina förslag
- På hemsidan finns även mer utförlig information om tävlingen, regler, utvärderingskriterier, belöningsstruktur och Business Innovations arbetssätt.

inn.ericsson.se

ERICSSON ENTREPRENEUR 2003



if

you need to deliver a better product while lowering costs

then

take advantage of business rule technology through the partnership between ILOG and Ericsson



Changing the rules of business™

To see how ILOG is already at work in Ericsson products visit <http://ericsson.ilog.com> or contact us at ericsson@ilog.com

©2002 ILOG, Inc. All rights reserved. ILOG and the ILOG logo are registered trademarks. All other brand, product, and company names are trademarks of their respective owners.

Bardisken på Beer Barrel Saloon i Ohio, USA, är 123,7 meter lång. Det har vi svårt att slå.

Men inom telecom har få längre erfarenhet av billing, positionering och CRM än vi.

DMSN
Telecom

www.dimension.se



Accelerating Software Development

Get Rational!

Snabbhet och effektivitet, utveckling och förbättring – kraven är lika höga på dig som på de produkter du är med och skapar. Det globala samarbetsavtalet mellan Ericsson och Rational ger dig möjlighet att enkelt beställa produkter från Rational.

Minska risken för projektförseningar - beställ dina licenser för 2003 redan nu!

Detaljerad information finns på <http://accelerator.ericsson.net>

Det globala samarbetsavtalet ger Ericsson tillgång till hela Rational Softwares produktutbud, utbildning och support. Detaljerad information om avtalets innehåll finns på <http://accelerator.ericsson.net>

Rational Software Nordic AB
Box 1128, Skalholtsgatan 10, S-164 22 Kista
Tel: +46 8 566 28 200, fax: +46 8 566 28 210

Rational
the software development company

ERICSSON

Inside



internal.ericsson.se

Alltid med senaste nytt om Ericsson



www.hubersuhner.com

HUBER+SUHRNER
Excellence in Connectivity Solutions

Svårt att sätta värde på förbättringar

– Våra nya GSM-basstationer har en rad starka egenskaper, men det är ibland svårt för oss att tala om för kunden vad förbättringarna är värda, säger Enrique Roitman, som arbetar med tekniskt säljstöd för GSM och WCDMA.

Enrique Roitman är en av tolv personer som arbetar med tekniskt säljstöd för radionätet och drift och underhåll av GSM/EDGE och WCDMA. Det innebär bland annat att han stöder marknads- och affärsenheternas värdeargumentering för produkter och nya versioner.

Ericssons produkter har ofta fördelar som det varit svårt att argumentera för hos en operatör.

– Ett exempel är den senaste radiobasstationen för GSM, den som kallas RBS 2206 och 2106 (utomhus respektive inomhus). Där finns det betydligt fler tekniska finesser än de uppenbara att den är kompakt och tar liten golvyta. Men alla fördelar har inte lyfts fram lika tydligt.



Enrique Roitman

Fördelar blir behov

För att kunden verkligen ska förstå värdet av Ericssons design menar Enrique Roitman att det krävs att man omvandlar fördelarna till grundläggande behov hos operatören. Det är sant att så gott som allt går att relatera till pengar. Men så är inte alltid fallet.

– Det viktiga är att kunden upplever vår radiolösning som det bästa alternativet. Pengar är då inte det enda värdemåttet. De olika delarna av operatörens organisation har till exempel olika mål. Företagets ledning riktar in sig på övergripande ekonomiska mål, men driftspersonalen prioriterar nog en enkel och säker drift av nätet.

Det kan vara konkreta saker som att maximera återanvändandet av siter, att ge maximal täckning, eller färre störningar i näten, färre besök på site, kortare tid på site, färre reservdelar eller lägre elkonsumention.

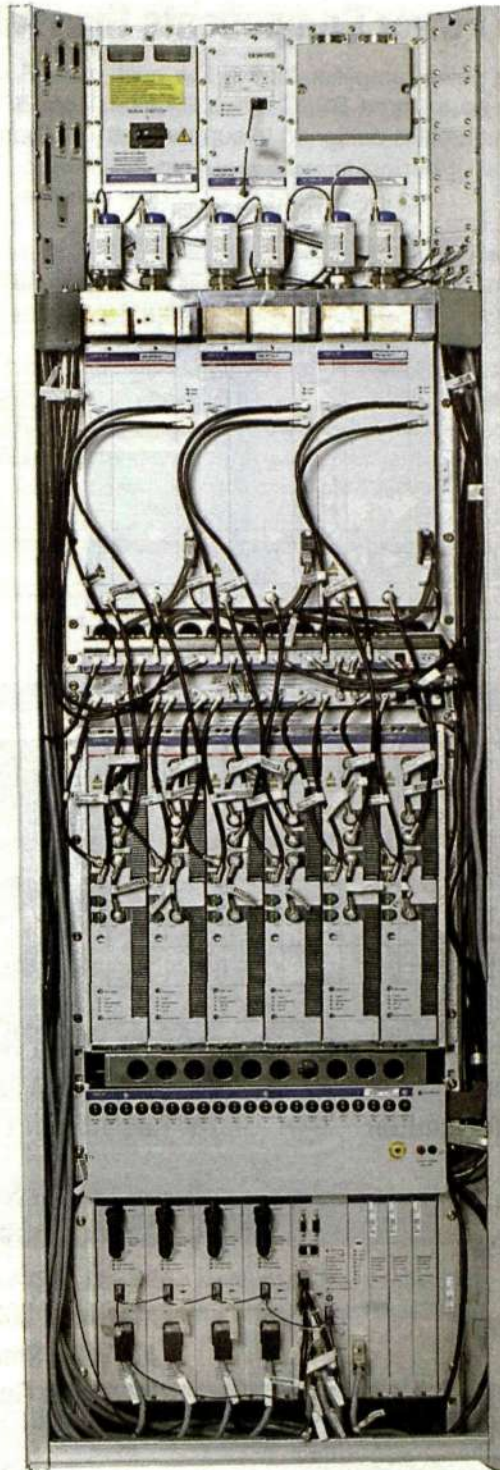
– Vår roll är att förstå kundernas behov och hjälpa våra affärs- och marknadsenheter med argument om hur vi uppfyller dessa behov med vår produktportfölj.

Den nya modellen

Fotot visar den senaste GSM-basstationen RBS 2206. På översidan (osynligt här) finns luftuttaget för kylningen. Överst på skåpet syns de sex injektorerna för strömmatning till TMA-enheterna (Tower Mounted Amplifiers), därunder de stora CDU-enheterna (Combining and Distribution Unit) som kombinerar radiosignalerna innan de sänds ut till antennen. De låga enheterna under CDU-erna är ASU (Antenna Sharing Unit) och CXU (Configuration Switch Unit), som gör det möjligt att konfigurera om kabinettet med mjukvara.

Dessutom DXU (Distribution Switch Unit) som är gränssnittet mellan transeivarna och transmissionsnätet. Under dessa sitter de stora sändarenheterna, dTRU (double Transceiver Units) som är en nyckeldel av stationen. Raden av hål under TRU-erna är luftintaget och längst ner finns kraftmatningen.

När skåpet är stängt visar tre lampor för drift-



När en ny basstation presenteras är det inte alltid så lätt att övertyga kunden om dess fördelar, jämfört med den förra modellen.

FOTO: ECKE KÜLLER

personalen att stationen går som den ska, att batteriet är okej och att larmsystemet fungerar.

Många finesser är förstås osynliga, som processorkraft, mjukvara med mera.

LARS CEDERQUIST

lars.cederquist@lme.ericsson.se

Fotnot: I några kommande nummer av Kontakten ska vi i teknikspalten här intill belysa värdet av en del av de tekniska finesserna hos basstationen. I detta nummer beskrivs hur man lyckats sänka energiförbrukningen.

Energieffektiva basstationer

En basstation som ger mer trafik (mätt i Erlang per kWh eller kilobit per sekund per kWh) för samma mängd energi ger operatören större intäkter. Ericssons senaste GSM-station, RBS 2X06 (2206 inne, 2106 ute), är i det avseendet betydligt effektivare än föregångaren 2X02. Siter som utrustas med 2X06 kan spara upp till 20 procent energi, vilket betyder lägre driftskostnader för operatören. De siter som har 2X06 ger också en extra dB uteffekt, det vill säga bättre täckning, för samma elförbrukning.

Förbättringen har gjorts möjlig genom högre integrationsgrad, det vill säga samma jobb görs av cirka hälften så många RU:ar (Replacable units). Den kapacitet som kan erbjudas med två RBS 2X02 kan nu erbjudas med en RBS 2X06. En RBS 2X06 innehåller hälften så många RU:ar med hälften så många DC/DC-omvandlare jämfört med två RBS 2X02. Eftersom varje omvandling ger cirka 20 procent förlust så tjänar man här cirka 10 procent.

Genom optimering av systemdesignen samt av systemkonfigurationerna uppnås också bättre verkningsgrad, exempelvis genom att systemet är designat för optimal verkningsgrad för den levererade kapaciteten. RBS 2X02 var optimerad för att ha bästa verkningsgrad vid en tänkt maximal energiförbrukning (extrem driftsituation som vid batteriladdning med mera) medan RBS 2X06 är optimerad för hög verkningsgrad vid normal energiförbrukning (från genomsnittlig till hög trafikbelastning). På detta sätt vinnns cirka 10 procent i verkningsgrad.

RBS 2X06 har också flera andra tekniska förbättringar som ger en energisnålare drift.

Intel banar väg för Wireless LAN

På 1980- och 1990-talet var chiptillverkaren Intel med om att skapa den framgångsrika Ethernet-standarderna för lokala datanät. Nu driver Intel på utvecklingen av en motsvarande standard för trådlös tillgång till lokala nät, WLAN, enligt standarden 802.11. I början av nästa år lanserar man den wireless-specifika processorn Banias och prognoserna säger att 2004 kommer antalet hotspots för WLAN att ha tredubblats och att 90 procent av alla laptops kommer att ha WLAN-kapacitet. Den typiske användaren kommer att vara den som tar med sig sin laptop hem och vill kunna roama utan avbrott hela vägen hem. Intel, som nu testar "intelligent roaming" menar att det avgörande är samarbete mellan till exempel AT&T Wireless, Cingular, Verizon, Intel och IBM.

www.internetnews.com/wireless/

tips

Uppdatera din Outlook-profil. Vid till exempel förändringar i organisationen uppdateras vissa fält i Outlook-profilen med automatik. Det gäller exempelvis tjänstebeteckning och bolag. Men vissa uppgifter måste du själv uppdatera: postadress, titel, assistent och notes. Eftersom det inte finns något separat fält för rumsnummer i Outlook så skriver man det direkt efter adressen.

Du uppdaterar dessa fält i verktyget: <https://ewa-al.ericsson.se/user/>

Det är ingen idé att du uppdaterar några andra fält eftersom de skrivs över av olika system!

Ett fåtal domäner använder Exchange för att uppdatera telefonnummer. Slå upp ditt namn i:

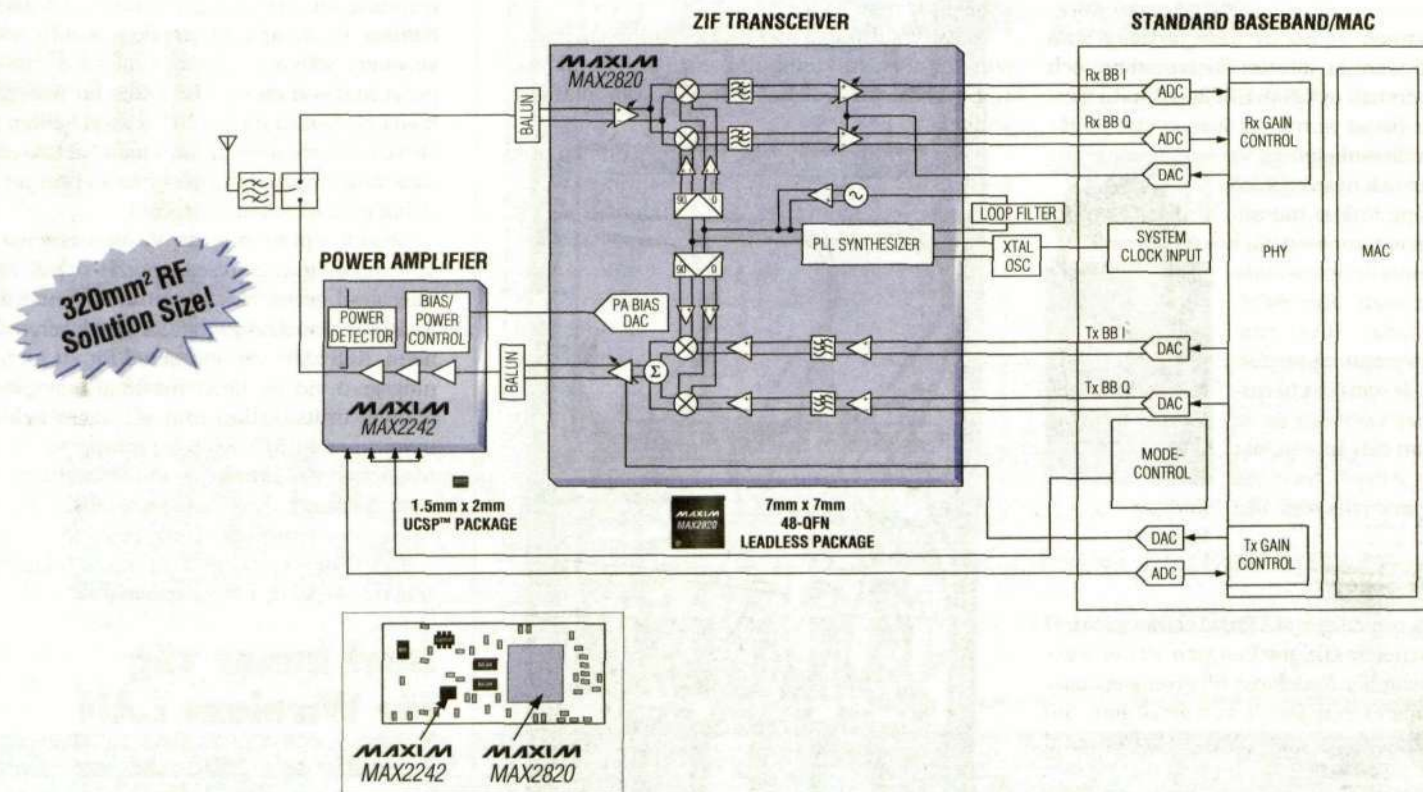
<http://people.ericsson.se>

Om det står Exchange efter "Telephone" så ska du själv uppdatera även dessa fält enligt ovan, hälsar Gunilla Ahrens från Ericsson Solutions Management.

802.11b ZERO-IF RADIO DELIVERS -85dBm SENSITIVITY AT 11Mbps WITH LOWEST COST BOM

Higher Sensitivity and Fewer Components than All Other Solutions

The MAX2820 ZIF transceiver and MAX2242 power amplifier form a low cost, zero-IF radio that delivers 2dB to 3dB better sensitivity than other ZIF solutions. It saves up to three RF ICs, two RF filters, one IF SAW filter, and more than 30 extra components over existing superhet radio solutions. It is designed to support both 11Mbps CCK and 22Mbps PBCC™ modes.



MAX2820 ZIF Transceiver

- ◆ Advanced SiGe Process Technology
- ◆ Direct Conversion Receiver and Transmitter
- ◆ Fully Monolithic Low-Noise VCO
- ◆ High-Rejection Rx/Tx Baseband Filters
- ◆ Digital Bias Control for External PA
- ◆ Analog Receive Level Detection
- ◆ Standard Interface to Baseband/MAC
- ◆ +2.7V to +3.6V Supply

UCSP is a trademark of Maxim Integrated Products, Inc.
PBCC is a trademark of Texas Instruments Incorporated.

MAX2242 PA

- ◆ Delivers Up to +23dBm Output Power
- ◆ Tiny 1.5mm x 2mm Chip-Scale Package

Applications

- ◆ 802.11b Cardbus, Mini-PCI, Compact Flash, and SD Cards
- ◆ Embedded 802.11b Designs for PDAs and LAN/WAN Smart Phones
- ◆ 802.11a+b Dual-Band Radios



FREE Wireless Design Guide—Sent Within 24 Hours!
Includes: Reply Cards for Free Samples and Data Sheets

CALL 08 444 54 30 or FAX 08 444 54 39
for a Design Guide or Free Sample

MAXIM
www.maxim-ic.com

2002 EDITION!
FREE FULL LINE DATA CATALOG
ON CD-ROM



ISO9002



— Ingår i OEM-koncernen —

Box 8100, 163 08 SPÅNGA
Tel 08-587 067 00
Fax 08-587 067 39
www.egevo.se

Delar av Maxims
program distribueras av
ELFA
175 80 JÄRFÄLLA
Tel 020-75 80 00
Fax 020-75 80 10
www.elfa.se

Hellströms ledarstil prisas

Kurt Hellström har fått mycket kritik i media för sin ärliga och rättframma ledarstil, bland annat för att han tidigt varnade för nedgången i telekombranschen. Mats Tyrstrup, ekonomie doktor vid Handelshögskolan i Stockholm som granskat ett antal svenska företagsledare, tycker att kritiken är orättvis.

Mats Tyrstrups forskning kring företagsledning och företagsledare har just i dagarna publicerats i boken Tidens Furstar (Studentlitteratur). Ett av kapitlen i boken kommenterar bland annat Ericssons utveckling de senaste åren. Där förklarar Mats Tyrstrup villkoren för företagsledares arbete och varför den sorts uppriktiga och ärliga hållning Kurt Hellström uppvisat är mest trovärdig och därför också vinnande i längden.

– När de första tecknen kom på en nedgång i telekombranschen så sade Kurt Hellström precis som det var, att han inte riktigt visste omfattningen av vad som var på väg att hända. Det är en ärlig hållning, tycker jag. Men man kan också bli anklagad för att vara inkompetent därför att folk tror att det



Mats Tyrstrup

är företagsledarens roll att alltid veta allt. Det kan man visserligen tycka att det är, men det finns också en verklighet som begränsar vad som faktiskt är möjligt att veta.

Mats Tyrstrup spår att Kurt Hellström och Ericsson kommer att kunna dra stor nytta av denna uppbyggda trovärdighet när väl konjunkturen vänder.

– När han väl kommer och talar om att han tror att det har vänt så är hans ord bokstavligen värda miljarder. Det handlar om att han har hållit sig till sanningen. Jag tycker att någon måste säga att det finns andra sätt att betrakta Kurt Hellströms insatser än vad som har blivit den gängse bilden.

Mats Tyrstrup arbetar på Center for Advanced Studies in Leadership vid Handelshögskolan.

HENRIK NYGÅRD

henrik.nygard@lme.ericsson.se

Ungerska lärare belönade

Ericsson i Ungern delade nyligen ut sina årliga pris till utvalda lärare inom matematik och fysik. Priset avser att belöna satsningar på dessa ämnen inom den ungerska grundskolan, och därmed fortsätta att höja nivån på ungerskt vetenskapligt kunnande. Priserna ges i två kategorier: till lärare som gjort ämnena mer populära i allmänhet och till lärare som uppmuntrat enskilda begåvade elever.

Nigeria-miss gick modell

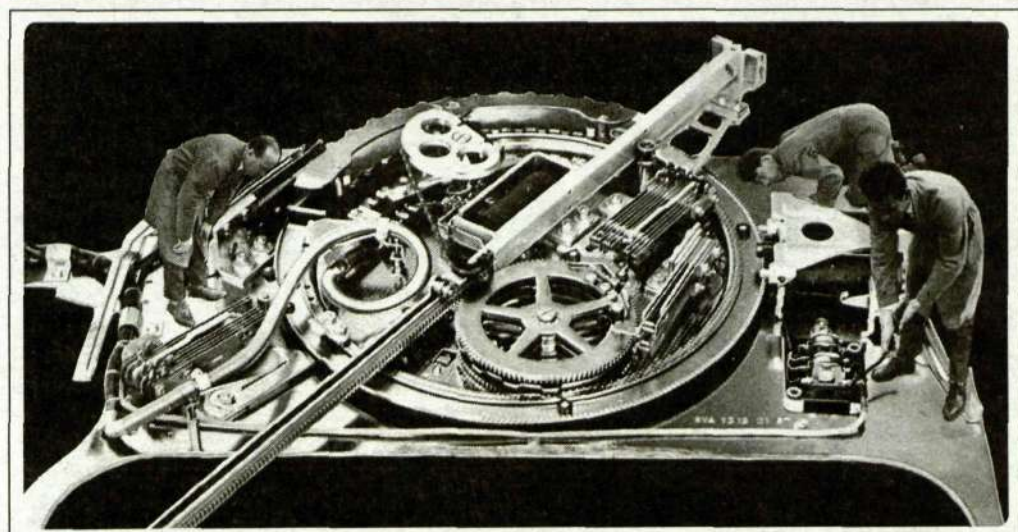
Efter att ha besökt modemetropolerna

Paris och Rom kom den nigerianska modevisningen till Stockholm. Ericsson var med och sponsrade evenemanget som Nigerias ambassad arrangerade. Förutom kläder och accessoarer förevisades även nigeriansk konst, och möjligheter att inhandla unikt nigerianskt hantverk gavs. Sylvia Edem, även känd som Fröken Nigeria 2002, gav visningen extra stjärnglans.



Fröken Nigeria besökte Stockholm.

ur arkivet



Visst spelar storleken roll. Världens största 500-linjersväjlare tillverkades vid Söderhamnsfabriken 1957, främst för att underlätta utbildningen av nyanställda. Den första 500-väjlaren installerades i Stockholm 1923 och 1974 fanns det 4,8 miljoner i hela världen.

nya jobb

Håkan Gabrielsson är ny chef för affärsstyrning inom kärnheten Service Network and Applications, CSNA. Han har tidigare varit ansvarig för affärsstyrning inom försäljning och affärsledning på affärsenhet Global Services.

Ingemar Naeve är ny chef för Ericsson i Portugal.

Åke Mårtenson är ny informationsansvarig i marknadsenhet Mellanöstern. Han kommer även att fortsätta som chef för affärsutveckling.

Fernanda Tomás är ny lokalbolagschef för Ericsson i Portugal. Hon kommer även att fortsätta som personalchef i Portugal.



Ingemar Naeve

kontakten

KONCERNREDAKTÖR, ANSVARIG UTGIVARE

Lars-Göran Hedin, 08-719 98 68, lars-goran.hedin@lme.ericsson.se

REDAKTIONSSEKRETERARE

Ingrid Båvsjö, 08-719 08 95
ingrid.bavsj@lme.ericsson.se

NYHETSCHEF

Henrik Nygård, 08-719 18 01
henrik.nygard@lme.ericsson.se

PRODUKTIONSANSVARIG 5MINUTES

Ulrika Nybäck, 08-719 34 91
ulrika.nyback@lme.ericsson.se

TEKNIKREDAKTÖR

Lars Cederquist, 08-719 32 05
lars.cederquist@lme.ericsson.se

OMVÄRLDSREDAKTÖR

Sara Morge, 08-719 23 57
sara.morge@lme.ericsson.se

REDAKTION

Dodi Axelson, 08-719 24 18
dodi.axelson@lme.ericsson.se

Lars-Magnus Kihlström, 08-719 41 09
lars-magnus.kihlstrom@lme.ericsson.se

Tonya Lilburn, 08-719 32 02
tonya.lilburn@lme.ericsson.se

Jesper Mott, 08-719 70 32
jesper.mott@lme.ericsson.se

Jenz Nilsson, 08-719 00 36
jenz.nilsson@lme.ericsson.se

Gunilla Tamm, 08-757 20 38
gunilla.tamm@lme.ericsson.se

REDAKTÖR ERICSSON RUNT

Elin Ahldén, 08-719 69 43
elin.ahlden@lme.ericsson.se

LAYOUT OCH WEBBDESIGN
Paues Media, 08-665 73 80

EXTERNA ANNONSER
Display AB, 090-71 15 00

DISTRIBUTION
PressData
Box 3263
SE-103 65 Stockholm
tel: 08-799 63 28
fax: 08-28 59 74
contact@pressdata.se

TRYCK

Nerikes Allehanda Tryck Örebro, 2002

ADRESS

Telefonaktiebolaget LM Ericsson,
HF/LME/DI
126 25 Stockholm
fax 08-681 27 10
kontakten@lme.ericsson.se

KONTAKTEN PÅ WEBBEN

http://www.ericsson.se/
SE/kon_con/kontakten

Anställdas adressändringar för tidningen görs till lönekontoret.



341 Trycksak 068



"Det känns helt ofattbart, vi är jätteglada", säger en överraskad Rita Larsson (till vänster). Hon och studiekamraten Marie Gower belönades nyligen med första priset i Innovation Cup, i region norr. De nytexaminerade ingenjörerna har utvecklat en modell för ett effektivare reparationsflöde som kommer att användas över hela Ericssonvärlden.

FOTO: MARIA HOLMÉN

Rita och Marie fixade snabbare flöde

Högskolestudenterna Rita Larsson och Marie Gower utvecklade under sitt examensarbete på Ericsson i Gävle en modell för ett effektivare reparationsflöde. Modellen har visat sig så effektiv att den kommer att spridas över hela Ericssonvärlden.

Examensarbetet anses vara så bra att det nyligen belönades med första priset i Innovation Cup, i region norr. Nu går de vidare till riksfinal. Tävligen arrangeras av affärstidningen Dagens Industri och livbolaget Skandia.

– Vi är jätteglada för det här. En av de viktigaste sakerna vi såg var att det inte fungerar att släppa igenom för många produkter genom reparationsflödet samtidigt, då förlorar man kontrollen. En annan sak är att de anställda måste kunna hantera flera olika reparationsmoment för att kunna hugga i där det behövs bäst, förklarar Rita Larsson, som nu är ekonomie ingenjör, efter nyligen avslutade studier på högskolan i Gävle.

De båda studenterna granskade produktflödet genom serviceverkstaden på Ericsson i Gävle. Det resulterade i 17 förslag på förbättringar. En tredjedel av dem har redan införts och i februari beräknas 90 procent av idéerna vara införda.

– Det här är väldigt bra. Vi kommer att öka vår lönsamhet bland annat genom kortare ledtider och en minskad lagerhållning. Mycket handlar om effektivare interna flöden i produktionen genom till exempel förbättrad kommunikation mellan de anställda samt att arbeta med rätt saker i rätt tid, säger Patrick Hillberg, ansvarig för kundservice på Ericsson i Gävle.

Gävleheten är en så kallad master-enhet, vilket innebär att de nya arbetssätt som införs där även kommer att användas i Ericssons reparationscenter över hela världen, bland annat i Malaysia, Kina, Dallas och Japan.



Patrick Hillberg

ULRIKA NYBÄCK

ulrika.nyback@lme.ericsson.se



krönika

LARS-GÖRAN HEDIN
koncernredaktör

Om äpplen och päron

Man ska inte blanda äpplen och päron, brukar det heta. Men en fruktälskare på redaktionen dök härom dagen upp med någonting som uppenbarligen är just en sådan blandning. Denna frukt smakar väldigt gott, intygar den modige kollega som först vågade sig på nymodigheten. Således kan man konstatera att också gamla ordstäv kan förlora sin giltighet i dessa förändringens tider.

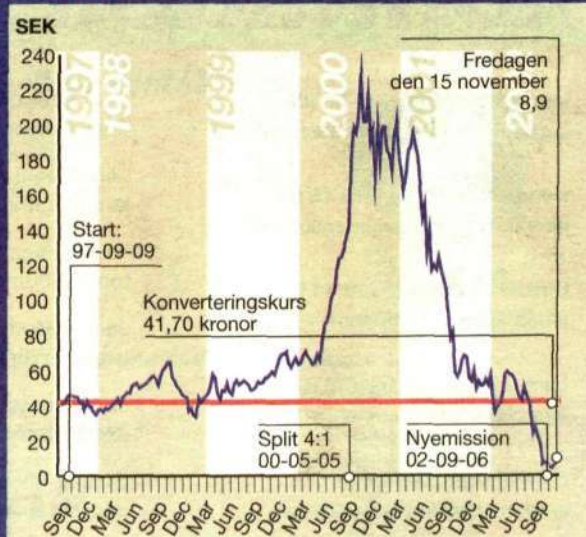
Att leva i förändring är inte alltid så lätt, men det är också stimulerande att möta nya utmaningar. Tänk om allt hela tiden fick vara som det var. Hur kul vore det? Då skulle man ju aldrig få uppleva den härliga syrligheten hos ett äppron, eller vad vi nu ska kalla vår nya fruktfavorit.

Annars finns det mycket man skulle vilja ändra på. Under mina år på Ericsson har jag lärt mig att uppskatta möjligheten att få göra just det – ändra på saker och ting. Just nu håller vi på och ändrar på det mesta i vår del av verksamheten. Corporate Communications kommer snart att vara sig allt annat än likt. Som Henry Sténson, vår nye chef, själv påpekar i detta nummer av tidningen, finns det en stor förbättringspotential i Ericssons sätt att kommunicera både internt och med omvärlden. Henry kommer med andra ord också att ta tillfället i akt att ändra på saker och ting – det känns väldigt skönt att veta det.

En del i förändringen är att vi ska bli avsevärt färre. Också kommunikationsverksamheten är med och tar smällarna när moderbolaget effektiviserar. Det är en jobbig process som pågår just nu, några veckor efter de kollektiva varslen, med ytterligare några veckor kvar tills individuella besked om framtiden kan lämnas. De som tvingas lämna företaget erbjuds dock förmånliga villkor och en chans att börja om på nytt. Häromdagen stötte jag på en kvinnlig kollega som fick gå i varslen i våras. Vi saknar henne enormt som stöd för vår verksamhet, men hon saknade inte Ericsson så mycket. Efter några veckor i framtidsforum fick hon ett nytt och spännande arbete. Och en möjlighet till ytterligare kompetensutveckling!

Vad glad man blir av sådant!

aktien



Undrar du något om konvertiblerna kan du titta på <http://inside.ericsson.se/convertibles>