

KONTAKTEN

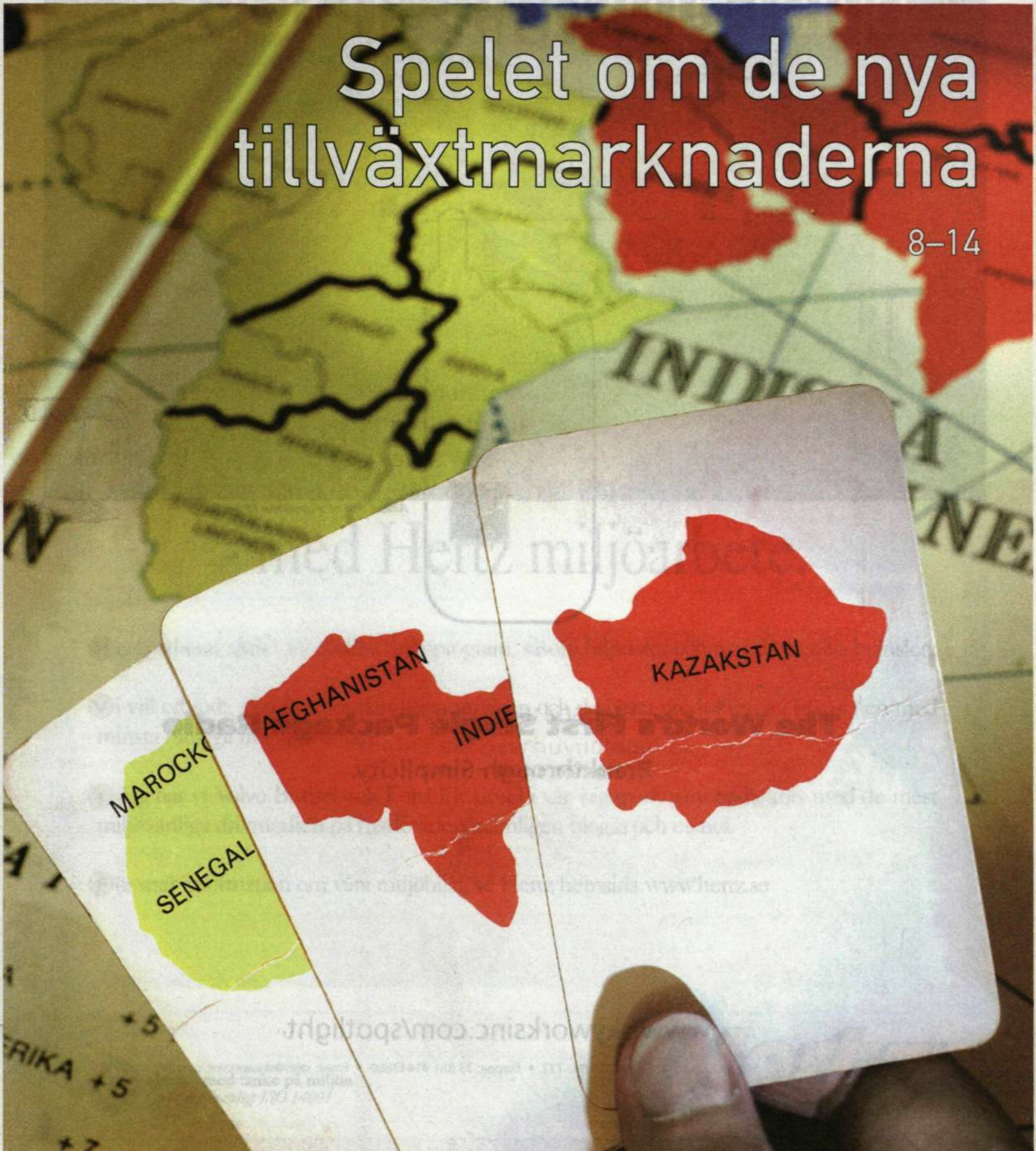
TIDNINGEN FÖR MEDARBETARE
INOM ERICSSONKONCERNEN

10·2004

▽ Foto: Gunnar Ask

Spelet om de nya tillväxtmarknaderna

8-14





SKYWORKS™
BREAKTHROUGH SIMPLICITY



Actual size of a complete RF Section

The World's First Single Package Radio
Breakthrough Simplicity.

www.skyworksinc.com/spotlight

USA: 781-376-3000 • Asia: 852 26558700-722 • Europe: 33 (0)1 41443660 • Email: sales@skyworksinc.com

Vägen till en bättre miljö



- med Hertz miljöarbete.

- H**ertz arbetar aktivt med olika miljöprogram, såsom bilpooler och nya alternativa bränslen.
- V**i vill erbjuda våra kunder den bästa servicen och de bästa produkterna i branschen med minsta möjliga miljöpåverkan.
- I**dag har vi Volvo Bi-fuel och Ford Flexifuel i vår vagnpark som båda körs med de mest miljövänliga drivmedlen på marknaden, nämligen biogas och etanol.
- F**ör mer information om våra miljöbilar, se Hertz hemsida www.hertz.se



Hertz - med tanke på miljön
Certifierade enligt ISO 14001

Hertz[®]

exactly.

Want to completely revolutionise the man-machine interface of your next generation Mobile application?

Do it with ST's MEMS Technology

Exploiting MEMS micromachining technology, one of the most exciting areas in the field of analog technology, ST's LIS3Lo2DQ 3-axis accelerometer is set to bring a whole new dimension to mobile applications.

The LIS3Lo2DQ's sensitive, compact and inexpensive inertial sensors allow designers to add new capabilities to their mobile phones making them easier to use, more functional and more reliable.

For example, in an Internet-enabled mobile phone or PDA, motion-sensing devices can be used to enable intuitive one-handed operation without styli, thumb keyboards or other input devices, as well as gaming and map/menu scrolling, portrait-landscape orientation, etc.

ST MEMS accelerometers provide high sensitivity and precision with the economies of the wafer batch process used to make integrated circuits. Moreover, board mounting and assembly is simplified by having a single device with three axis of sensitivity. An embedded A/D converter in the device makes the overall system less expensive and more compact.

LIS3Lo2DQ Features

- 3-axis accelerometer in single device
- No external component required
- I²C or SPI digital serial interface
- Embedded A/D conversion
- Programmable bandwidth and data rate
- Wake-up interrupt generation for system power save feature
- 2.7~3.6V core power supply
- 1.8~3.6V I/O power supply
- <1mA typical current consumption in normal mode
- 5µA typical current consumption in power down mode
- Internal programmable digital low pass filter
- 2g and 6g available full scales user selectable
- Resolution better than 1mg
- Non linearity better than 1% for X and Y and better than 3% for Z axis
- Shock tolerance up to 10000g for 0.1ms
- Embedded self test function for functionality test



The LIS3Lo2DQ 3-axis linear digital accelerometer includes a MEMS sensor chip that changes capacitance in response to movement or inclination. In the same package is a trimmed interface embedding an A/D converter that translates capacitance change into a digital word which can be read by a serial interface.

Want more information on how MEMS from ST can change imagination into application?
Go to www.st.com/MEMS



Helping lead the way

KONTAKTEN

chefredaktör

Sara Morge. 08-588 331 36
sara.xx.morge@ericsson.com

ansvarig utgivare

Henry Sténson. 08-719 40 44
henry.stenson@ericsson.com

adress

Kontakten
Box 1042
164 21 Kista

fax 08-522 915 99

e-post kontakten@ericsson.com

områdesredaktörer

affärsenheterna

Nicholas Claude. 08-588 330 73
nicholas.claude@journalistgruppen.se

utvecklingsenheterna

Mats Udikas. 08-588 330 54
mats.udikas@journalistgruppen.se

marknadsenheterna

Henrik Nygård. 08-588 331 39
henrik.xx.nygard@ericsson.com

skribenter i detta nummer

Jonas Blomqvist
kontakten@ericsson.com

Johan-Gabriel Fritz. 070-627 61 95
johan.fritz@journalistgruppen.se

Jesper Mothander. 070-693 80 72
jesper.mothander@journalistgruppen.se

Jenz Nilsson. 08-588 331 38
jenz.nilsson@journalistgruppen.se

Cari Simmons. 08-588 330 37
cari.simmons@journalistgruppen.se

Gunilla Tamm. 08-588 331 45
gunilla.tamm@journalistgruppen.se

Michelle Walkden
michelle.walkden@journalistgruppen.se

Lena Widegren
kontakten@ericsson.com

projektledare

Ingrid Båvsjö. 08-588 331 41
ingrid.bavsjo@journalistgruppen.se

layout

Citat. 08-506 108 70

tryck

NA Tryck AB
Örebro. 2004

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

kontakten på webben

http://internal.ericsson.com/page/hub_inside/news/magazines/kontakten/index.html

adressändring

Anställdas adressändringar för tidningen görs till lönekontoret. E-post: pa.service.desk@ericsson.com



Persons on temporary assignment in Sweden may receive Kontakt, the English-language version of Kontakten. To do so, submit your name, address and the termination date of your assignment in Sweden to contact@pressdata.se. If you change addresses while in Sweden, kindly send us your new (and your old) address.

I Detta nummer

aktuellt · Ways of Working	7
special · Nya tillväxtmarknader	8-14
ericssons kunder · Cingular	16-17
ericsson runt	19
rakt på sak · Jacqueline Hey	20-21
Strategierna i praktiken	23
Videotelefoni en hit i Italien	24-25
Dragloket i teknikutvecklingen	27
Genombrott för Enterprise	29
sedan sist	30-31
Bråda tider i Portugal	32



Dialog skapar trovärdighet

I förra numret av **Kontakten** funderade jag lite över det jobb som gjorts kring våra arbetssätt, det vi kallar Ways of Working. I koncernledningen har det varit ett återkommande ämne under det gångna året. Både i gruppen som helhet och i mindre grupper har vi haft rejäla diskussioner om såväl Ericssons kärnvärderingar, som konsekvenserna av dessa och hur de ska hänga ihop med vårt ledarskap. Det skapar verkligen energi att ha den här typen av samtal. Och det är viktigt att ta sig den tiden, parallellt med diskussionerna om alla hårda frågor i form av omstrukturering, nedskärningar och strategier.

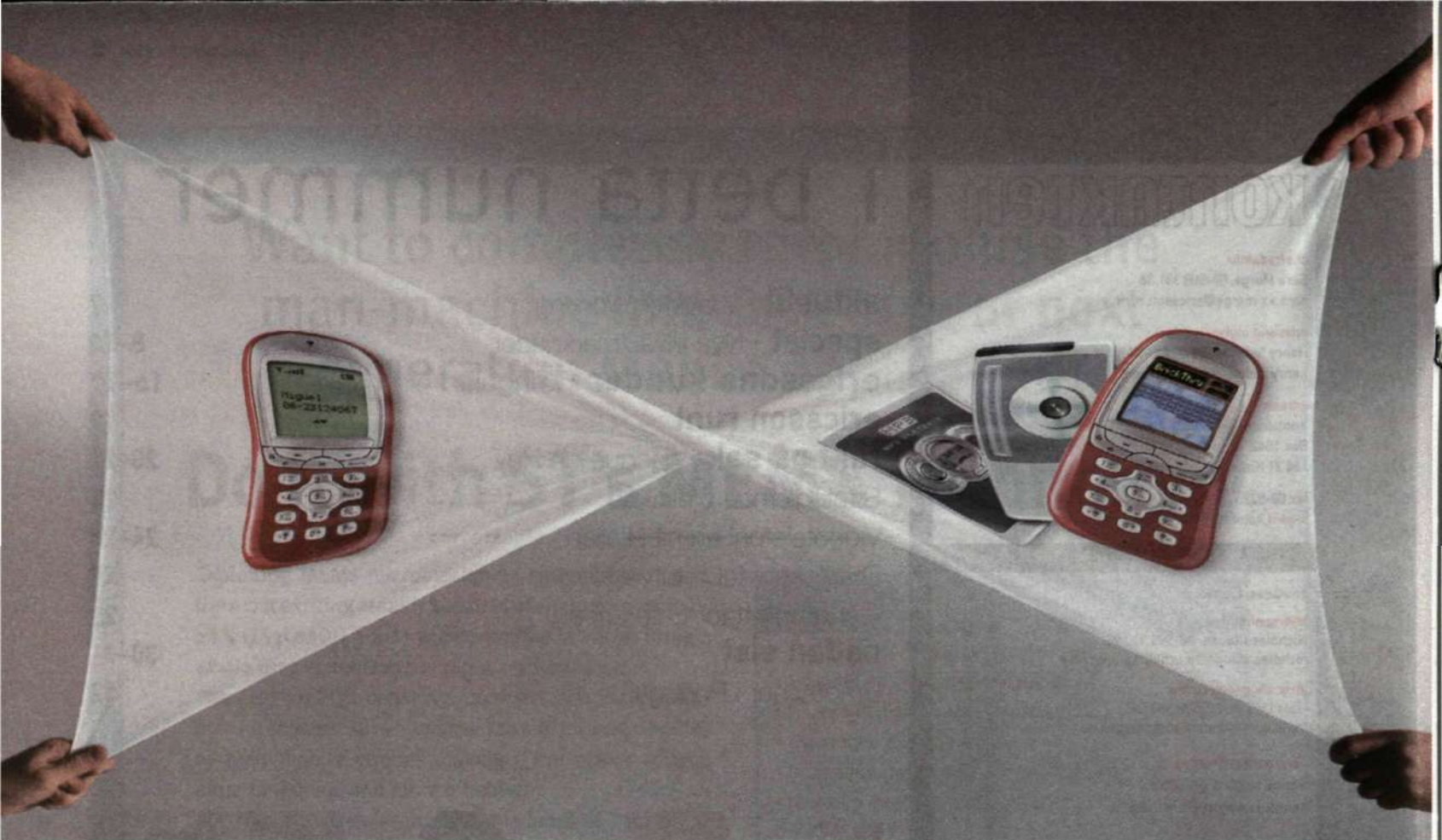
Jag har jobbat med kommunikation i stora företag i drygt 20 år. I mer än 15 av åren har det varit företag som domineras av teknik. En fantastisk miljö att vara i, med produkter som folk tycker OM - men som man också älskar att ha åsikter om - TYCKA om. Det är ofta miljöer med människor med bestämda och genomtänkta idéer om vad som är rätt och vad som är fel. De flesta av de företag jag varit i, har liksom Ericsson varit så kallade Business-to-Business företag, där det vi säljer i lika hög grad utgörs av oss som jobbar här, som av själva produkterna vi levererar.

Just då, just här. i en miljö där vad vi levererar och hur vi gör det flyter ihop, måste vi förstå att dialogen utåt och inåt blir helt avgörande för vår trovärdighet. Då kan kulturen hjälpa eller stjälpa hela vår ambition att utvecklas. I koncernledningen hade vi den senaste rejäla diskussionen om detta vid vårt möte i augusti. Vi pratade framför allt om hur vi ska kunna föregå med gott exempel när det gäller kärnvärderingarna. I vårt fall blev det bland annat en diskussion om respekt för varandra. Hur visar man det? Visar man det genom att kolla e-post eller sms under pågående möte? Inte direkt. Snarare gör man det genom att reagera när någon inte lever som den lär. Pratar vi om det i koncernledningen? Ja, precis som vi vill att andra ska göra. I nästa krönika ska jag tänka högt om något av de andra två kärnvärdena. •



spalten

Henry Sténson
informationsdirektör
och ansvarig utgivare



The most flexible way to turn a mobile phone into much more than a mobile phone.

The Philips Nexperia Mobile Solutions make it real. Pictures. Games. Music. People want mobile phones that do more than deliver voice and text. The Philips Nexperia range of semiconductors, software and complete systems offers you a variety of robust, low-power and cost-effective ways to bring multimedia to mobile handsets. It's proven, fully validated technology you can build with now.

- **Nexperia Cellular System Solutions**

A total solution approach enabling multimedia handsets to come to market quickly and at a price consumers can afford

- **Nexperia Cellular Multimedia Baseband**

A fully integrated signal processor, based on an ARM9 core, that can run a variety of multimedia applications and is integrated in the Nexperia Cellular System Solutions

- **Nexperia Mobile Multimedia Processors**

A family of hardware/software processors to extend the multimedia capability of the core cellular system to support advanced applications

- **Nexperia Mobile Display Modules**

A fully integrated, easy pop-in solution embedding multimedia functionality inside the display while optimizing it for best front-of-screen performance

See how easy it can be to turn a mobile phone into much more than a mobile phone — e-mail ericsson@philips.com for complete technical specifications. These Nexperia mobile solutions are a part of the Philips Nexperia product portfolio. The next experience in semiconductors that you can build with now. It's living technology. And it's only from Philips.



PHILIPS

aktuellt: arbetssätt

text: johan-gabriel fritz, johan.fritz@journalistgruppen.se

foto: jesper mott



Ericssons nya arbetssätt

Ericsson måste förbättra sina arbetssätt för att förbereda sig på framtida utmaningar och för att genomföra sina strategier. Som en del av detta initiativ, som gäller hela koncernen, kommer broschyren "Our Ways of Working" att delas ut till samtliga anställda.

Tanken är att uppmuntra en organisation och en kultur som stöder företagets strategier och att gå framtiden till mötes med en personalstyrka som är affärsinriktad, engagerad, lyhörd och tar ansvar.

Så här skriver Ericssons vd och koncernchef Carl-Henric Svanberg i förordet:

"Det är verkligen viktigt att vi alla förstår vad vårt företag står för och var våra möjligheter finns. Bara då kan vi säkra vår position och se till att det kan bli fortsatt tillväxt i framtiden för Ericsson. Både vi och våra kunder ska kunna vinna på denna tillväxt, och den här boken förklarar lite grann om hur det ska gå till."

"Our Ways of Working" beskriver steg för steg hur

Ericsson ska nå globalt ledarskap i branschen. De viktigaste milstolparna på vägen heter lönsam tillväxt och operational excellence.

Broschyren förklarar Ericssons vision "the prime driver in an all-communicating world" (att vara den främsta drivkraften i en allkommunicerande värld) och värderingar, professionalism, respekt och uthållighet. Den del som handlar om företagets vägledande principer beskriver det sätt som Ericsson bör göra affärer på, medan avsnittet om Ericssons åtagande mot de anställda förklarar vad företaget kan erbjuda de anställda och vad som förväntas i gengäld.

"Ericssons framtid är beroende av ett starkt ledarskap som hämtar sin kraft från några viktiga värderingar och principer. De definierar hur vi arbetar. De skapar även den bild som våra kunder har av oss och stärker deras förtroende för Ericsson. När alla medarbetare i 140 länder agerar utifrån våra värderingar och principer, har vi utmärkta möjligheter att uppnå vår vision om ett globalt ledarskap," skriver Carl-Henric Svanberg.

Distributionen till alla anställda av den tryckta versionen av broschyren började den 30 september. En digital version av den vidhängande arbetsboken, som syftar till att stimulera till diskussion på temat "Our Ways of Working", kommer att finnas tillgänglig på Inside från mitten av oktober.

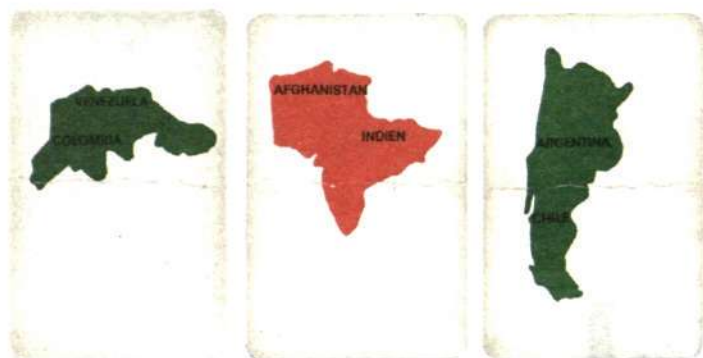
När materialet har distribuerats kommer alla anställda att delta i seminarier i sina respektive organisationer i slutet av året. Dessa seminarier kommer att inkludera Ericssons värderingar, de vägledande principerna för att göra affärer, företagets åtagande mot de anställda samt att genomföra operational excellence.



Med trumf på hand

Nya tillväxtmarknader? Finns det överhuvudtaget några sådana kvar för ett företag som har levererat telekomutrustning globalt i snart 130 år? Ja! Faktum är att Ericsson bara har skrapat på ytan när det gäller flera gigantiska marknader. Afrika, Asien och stora delar av Ryssland växer så det knakar inom mobiltelefoni och spås bidra med ett par hundra miljoner nya mobilanvändare de närmaste åren. Ericssons installerade telefonnät och långvariga kundrelationer i dessa regioner ger företaget **ett suveränt utgångsläge.**





Betydelsefullt för Ericsson har varit att man har behållit sina kontor i mer än 100 länder ... Den globala närvaron ger nu resultat

Wall Street Journal

"Mobilboom i Afrika", "På östfronten mycket hett" och "Bättre och bättre i Indien". Trogna läsare av den här tidningen känner säkert igen rubrikerna. Samtliga är hämtade från Kontakten och signalerar att det pågår en kraftig mobilexpansion i de delar av världen som på Ericssonsspråk kallas nya tillväxtmarknader. Men vad kännetecknar en ny tillväxtmarknad och vad har Ericsson att komma med i dessa regioner? Frågorna vandrar osökt till mannen som leder hela företags säljkår och dessutom har ansvaret för koncernens marknadsarbete, Bert Nordberg.

– Nya tillväxtmarknader handlar inte så mycket om enskilda länder, utan om större regioner där vi tar helt nya affärer, eller att vi kraftigt utökar våra befintliga telekomsystem, säger Bert Nordberg.



Bert Nordberg

Upplagt för nya affärer i Sydamerika

De regioner som Ericsson idag kategoriserar som nya tillväxtmarknader med stor potential är framför allt Afrika, regionen Pakistan/Indien, Kina, Mellanöstern samt området Ryssland/Ukraina inkluderat stan-länderna. Men även delar av Latinamerika sorteras in under begreppet, främst därför att GSM och CDMA är relativt nya standarder i Latinamerika. Många före detta TDMA-operatörer har valt att gå över till GSM och CDMA vilket har gett Ericsson nya affärer på den sydamerikanska kontinenten.

– I dagsläget är det främst inom GSM som vi expanderar på dessa marknader, men det är också ett ypperligt tillfälle att etablera oss inom CDMA, säger Bert Nordberg.

Larry Brittain, chef för säljorganisationen CDMA håller med.

– CDMA är en standard som klarar av hög samtalskapacitet även på begränsade radiofrekvenser. Framför allt har vi stora förhoppningar på CDMA-2000 för 450 MHz, som är en vanligt förekommande frekvens på nya tillväxtmarknader, säger han och fortsätter:



Larry Brittain

– I och med att man kan arbeta med CDMA på lägre frekvenser, ända ned till 1,25 MHz – vilket ger en större geografisk täckning, passar det utmärkt i glesbygdsområden där god täckning är viktigare än hög kapacitet och där mobiltelefonen används enbart för rösttjänster, säger Larry Brittain.

Viktigt att se till kundens behov

WCDMA finns givetvis också med i de långsiktiga planerna, men att inleda diskussioner om 3G-system med en operatör som vill bygga ett GSM-nät på landsbygden i Pakistan är att göra både kunden och Ericsson en otjänst menar Bert Nordberg.

– Många operatörer startar från noll och har till att börja med en mycket låg penetration i sina nät. För dessa kunder handlar det snarare om att snabbt få en bra geografisk täckning än att erbjuda avancerade nät med hög kapacitet åt sina abonnenter, säger han.

Vissa kanske reagerar på att Indien nämns i sammanhanget. Ett land som Ericsson har haft affärsförbindelser med sedan 1903 kan väl knappast kallas för en ny tillväxtmarknad?

– Ur den aspekten är inte Indien något nytt. Men det finns idag ungefär 40 miljoner abonnenter i Indien, 2008 räknar man att siffran har stigit till 200 miljoner. Och med tanke på att denna expansion till stor del sker i regioner i landet där Ericsson inte har varit så aktiva förut så måste man se Indien som en ny tillväxtmarknad, säger Bert Nordberg.

Ericsson är förstas inte den enda telekomleverantör som ser möjligheten att växa i dessa delar av världen. Men Ericsson är definitivt det företag som har bäst förutsättningar att lyckas, om man hanterar situationen rätt.

– Historien och våra egna undersökningar visar att en kund som har börjat köpa ett mobilsystem av en leverantör nästan uteslutande väljer att bygga ut sitt nät med hjälp av samma leverantör – såvida inte leverantören har vanskötit sitt uppdrag, säger Bert Nordberg.

Närhet och goda relationer stor fördel

Det brittiska analysföretaget Ovum konstaterar att det är jättemarknaderna i bland annat Asien som har gjort att GSM åter har fått en rejäl global försäljningsskjuts. Dessutom tror de att Ericsson ligger

mycket bra till för att utöka sina marknadsandelar på de nya tillväxtmarknaderna.

– Ericssons stora installerade GSM-bas ger skalfördelar och deras närvaro och relationer på den asiatiska marknaden lovar gott, säger Martin Garner, director of research program på Ovum.

Ericssons relationer med sina kunder är något som även de stora finansstidningarna har uppmärksammat. I en artikel i Wall Street Journal den 14 september i år under rubriken "Ericsson gets back in gear" skriver tidningen:

"Betydelsefullt för Ericsson har varit att man har behållit sina kontor i mer än 100 länder, inkluderat Kirgistan, Liberia och andra avlägsna marknader. Den globala närvaron ger nu resultat. Då operatörerna i utvecklingsländer inte har råd att bygga fasta nät satsar man i stället på att bygga mobilnät direkt. De senaste 18 månaderna har Ericsson gjort affärer för mer än 2,2 miljarder kronor i enbart Nigeria. Det är tack vare en oväntat stor efterfrågan på vanlig traditionell mobiltelefoni i utvecklingsländer det nu går så bra".

Bert Nordberg upplever själv i kundmöten vilken betydelse det har att Ericsson har funnits kvar på sina lokalkontor och stöttat operatörerna även om deras investeringar i Ericssons produkter under långa perioder har varit nästintill obefintliga.

– Det signalerar en långsiktighet som våra säljlag ska bygga vidare på i varje ny kontakt med en kund. Mitt råd till alla säljare är att så tidigt som möjligt anpassa sina lokala säljverksamheter till kundens affärsplaner. Ha inte för bråttom, lyssna på kunden och erbjud dem de produkter som de verkligen har behov av för tillfället, säger Bert Nordberg.

Fördjupat samarbete i Uganda

MTN Uganda (en del av MTN-gruppen, som har säte i Sydafrika) är en operatör som har börjat från grunden och sedan växt succesivt med hjälp av Ericsson. 1998 kom företaget in som den tredje och senaste mobiloperatören i Uganda, ett land som länge har betecknats som ett av världens mest telefonglesa länder. Ericsson och MTN Uganda inledde sitt samarbete redan 1997. En gemensam organisation skapades och det ledde fram till en offert som godtogs av de ugandiska myndigheterna. Sedan dess har sam-



LATINAMERIKA

Analytikerföretaget Pyramid Research räknar med en 10 procentig ökning av antalet abonnenter i Latinamerika årligen de kommande åren. På kontinenten dominerar tre operatörer marknaden: Telecom Italia, Telefónica och America Movil. De har ungefär 80 procent av alla abonnenter för fast och mobil telefoni i Latinamerika – en dominans som spås bli ännu påtagligare framöver. Ericsson är leverantör till alla tre inom både GSM/EDGE och CDMA2000.

foto:
antonio lacerda/pressens bild



INDIEN. Ericsson har 44 procent av GSM-marknaden i Indien och ligger bra till för att stärka sin position i landet tack vare sin gemensamma plattform för GSM och CDMA. Just CDMA växer snabbt i Indien och utnyttjas idag av närmare 10 miljoner abonnenter.

foto: lars åström



Reaching you
Everywhere

MTN

CLEMENT HILL ROAD

En kund som har börjat köpa ett mobilsystem av en leverantör väljer nästan uteslutande att bygga ut sitt nät med hjälp av samma leverantör

Bert Nordberg

>> arbetet fördjupats och Ericsson är idag MTN:s ledande leverantör. Bland annat har Ericsson efter hårda krav från MTN Uganda levererat ett Charging System 2.0 som möjliggör för operatören att hantera prepaid (förskottsbetalning) för både fast och mobil telefoni.

– Tillsammans har vi varit pionjärer inom trådlös teknik. Ericsson är vår ledande leverantör. Företaget har dessutom bra teknik så vi är fast med varandra, säger Francis Kazinduki på MTN Uganda.

Den årliga tillväxten för mobiltelefoni i Afrika ligger på runt 30 procent. I den takten lär det finnas fler än 150 miljoner mobilabbonenter på kontinenten inom tre år. Det gör Afrika till en av världens absolut bäst växande marknader för telekommunikation.

Kanske än mer anmärkningsvärt är att 70 procent av samtliga telefonabbonenter i Afrika använder mobiltelefon.

– Möjligheterna för Ericsson i Afrika är goda, men det är ganska stora skillnader på våra marknadsenheter norr och söder om Sahara. Norra delen är mer traditionell med starka statliga bolag som har styrt telefonin. De flesta av dessa har visserligen avreglerats men det finns fortfarande en tröghet för utländska företag att få fäste i norra Afrika jämfört med i länderna söder om Sahara, säger Bo-Erik Dahlström, säljchef inom marknadsområdet CEMA (Centraleuropa, Östeuropa, Mellanöstern och Afrika).

Franska Alcatel är en stor leverantör i norra Afrika, mycket



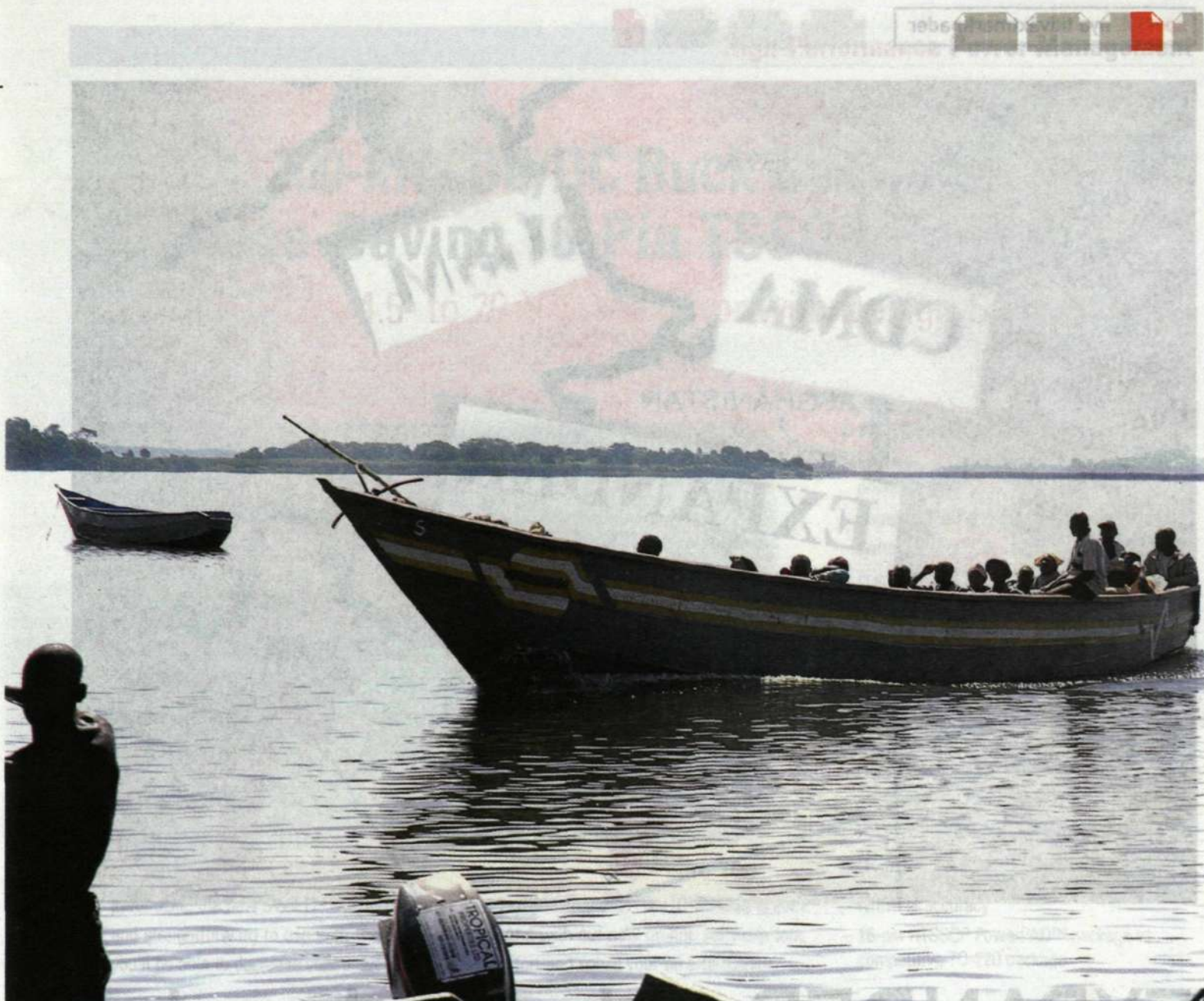
Francis
Kazinduki



tack vare Frankrikes historiska band till flera av länderna. Men Ericsson och Siemens växer sakta men säkert i området. Den största tillväxten av nya abonnenter finner man i kustländerna Marocko, Egypten, Libyen och Tunisien. Expansionen i Ericssons marknadsområde söder om Sahara är mera markant. De närmaste två åren förväntas antalet användare i Nigeria, Sydafrika och Tanzania öka med tillsammans 13,5 miljoner.

Den största enskilda kunden till Ericsson i Afrika är MTN.

– Vi arbetar totalt i 37 afrikanska länder som tillsammans har runt 8,5 miljoner abonnenter i fasta nät och 37 miljoner mobiltelefonanvändare. MTN står för en fjärdedel av dessa, säger Thomas Sonesson, chef för sälj och kundsupport för Ericsson i Afrika.



AFRIKA. Afrika är en av de regioner som Ericsson kategoriserar som nya tillväxtmarknader. Den årliga tillväxten för mobiltelefoni i Afrika ligger på runt 30 procent, vilket spås bidra till 150 miljoner abonnenter på kontinenten inom 3 år. Uppfinningsrikedomen på hur man utnyttjar sin mobiltelefon är stor i Afrika. Fiskare på Victoria-sjön använder till exempel sina telefoner för att ringa till spanare på land som direkt kan lotsa dem till den hamn där man för dagen betalar bäst. foto: tomas eriksson

Bo-Erik Dahlström vill framhålla en relativt ny grupp av operatörer som håller på att växa sig riktigt starka i Afrika.

– Det handlar om från början lokala operatörer som delvis har växt på bekostnad av de traditionella europeiska operatörernas svaga ekonomier. För ett par år sedan utökade dessa lokala operatörer sina verksamheter och expanderade utanför sina hemländer. Nu har de lyckats etablera sig i bland annat Afrika, säger han.



Bo-Erik Dahlström

MSI Cellular/Celtel investerar stort i södra Afrika i samarbete med Celtel. Egyptiska Orascom och libanesiska Investcom figurerar alltmer i handelns centrum och den kuwaitiske operatören Watanya gör framsteg i norra Afrika, senast genom en GSM/EDGE affär med Ericsson i Algeriet – ett spännande kontrakt i och med att Watanya tidigare har varit en trogen kund till Siemens i Algeriet. De flesta är renodlade GSM-operatörer och för Ericsson gäller det att etablera sig som en attraktiv affärspartner.

– Dessa operatörer har lyckats växa med många små affärer och genom tuffa kostnadskrav på sina

leverantörer. Kraven kanske inte alltid motiveras av deras storlek, men det har varit deras enda chans att hävda sig, säger Bo-Erik Dahlström.

Han menar att prispressen från operatörer är ännu tydligare i Afrika än i exempelvis Pakistan/Indien.

– Du har inte så mycket gratis i Afrika för att du är en stor leverantör. Vi har fantastiska samarbeten med MTN och Celtel, men med våra andra kunder kan vi inte ta någonting för givet. Det är priset som styr, säger han och fortsätter:

– Till stor del tror jag att det har att göra med att Afrika består av så många olika länder med en politisk instabilitet. Det ger en uppsjö av olika regler och förutsättningar, jämfört med Indien och Pakistan som trots allt enbart styrs av två olika regeringar.

Prispressen skapar ny konkurrens

För att en leverantör ska lyckas i Afrika krävs inte bara att företagets produkter klarar de tekniska kraven, utan också att verksamheten kan anpassas efter den lågkostnadsmodell som råder i de flesta länder.

Prispressen har även fått de kinesiska telekomleverantörerna Huawei (GSM) och ZT Chinacom (CDMA) att etablera sig i Afrika. Med ett starkt ekonomiskt stöd från den kinesiska staten vinner de terräng med sina låga priser inom båda mobilstandarderna.

– Vi har mött dem några gånger i Afrika och även vunnit mot dem, men de är riktigt tuffa konkurrenter. De erbjuder kunderna finansiering och lån som kan vara svåra att matcha, säger Bo-Erik Dahlström.

De flesta affärer som Ericsson har gjort i Afrika hittills har varit inom GSM, men det finns stora ambitioner att utöka Ericssons marknadsandelar även inom CDMA2000.

– Framför allt ser vi stora möjligheter i Nigeria, Algeriet och Sydafrika. Dessa länder har alla en stor befolkning och invånarna visar tydliga tendenser att utöka sitt individuella mobilanvändande. Dessutom visar operatörerna i dessa länder ett tydligt intresse för Ericssons CDMA2000, säger Larry Brittain och fortsätter:

– Bäst har det gått i Nigeria där vi har CDMA-kontrakt med två kunder; Reltel and Starcomms. Dessutom för vi diskussioner om CDMA med Nigerias största operatör Nitel.

Att Ericsson redan har en stark GSM-närvaro i dessa länder ser han enbart som en fördel.

– Vår framgång inom CDMA i Nigeria beror faktiskt mycket på vår starka GSM-närvaro där. Kunderna vet att Ericsson har en stor erfarenhet av affärer i landet och kapacitet att ge ett bra tekniskt stöd oavsett vilken mobilstandard de väljer.



EXPANDERande marknader

Nya tillväxtmarknader är inte detsamma som marknader utan krav. Operatörerna står inför kvalificerade utmaningar som kräver en fullständig lyhördhet från Ericssons sida. Ett framgångsrikt sätt att **möta operatörernas behov** är Ericssons Expander-lösning.

För att en mobiloperatör ska lyckas på en ny tillväxtmarknad krävs det att denne kan erbjuda mobiltelefoni (främst rösttjänster) som är kostnadseffektiv och bidrar till att nya abonnentsegment nås, utan att säkerheten äventyras. Ericsson Expander går ut på att minska behovet av antalet siter hos en kund genom att erbjuda basstationer som täcker ett större geografiskt område. Ericsson hjälper kunden att reducera antalet siter, som är en betungande utgiftspost för en operatör. Detta ger i sin tur möjligheter för kunden att minska kostnaden per producerad trafikminut med upp till 50 procent, vilket gör att helt nya abonnentsegment kan bli lönsamma.

– Vi har Expander för både GSM/EDGE och CDMA2000. På våra nya tillväxtmarknader är båda standarderna aktuella och Expander är ett oerhört viktigt verktyg för oss i konkurrensen om ytterligare marknadsandelar, säger Bert Nordberg, chef för Ericssons sälj- och marknadsorganisation.



Bodil Josefsson är ansvarig för Ericsson Expander.

Tvårt emot vad många tror så är högteknologiska lösningar det enda sättet att möjliggöra god täckning och låga kostnader på nya tillväxtmarknader. Med billiga, nedskalade produkter går detta inte att åstadkomma.

– Även om en konkurrent, som oftast inte har den installerade bas vi har, skulle skänka all telekomutrustning till en kund så skulle denna kund behöva bygga så många fler siter att det ändå skulle bli betydligt billigare att välja Ericsson Expander, säger han.

Bodil Josefsson som är ansvarig för Expander inom Ericsson berättar att kunderna är otroligt positiva när Ericsson presenterar konceptet för dem.

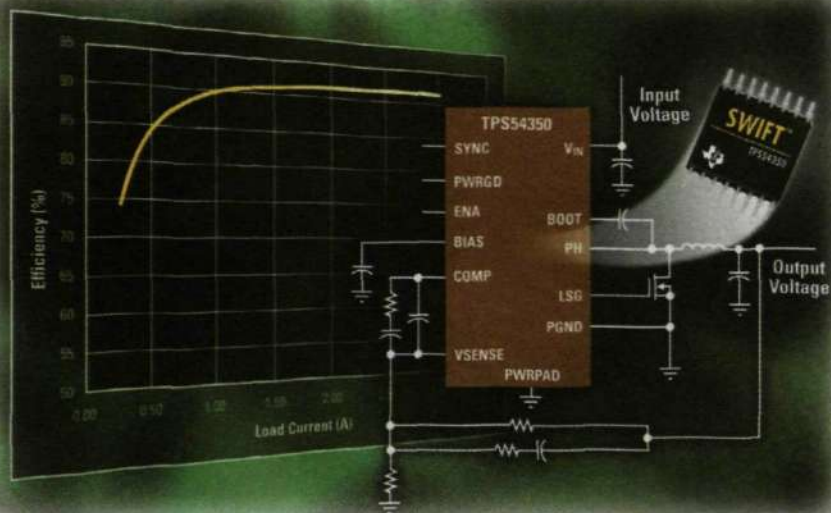
– Framför allt har vi fått en fantastisk respons från kunder i Afrika och Asien. Vi går tillsammans igenom med dem vilka utmaningar som hägrar, vilka mål de har och genomför en analys av deras totala kostnadsbild.

I en typisk kundstudie koncentrerar man sig på en specifik geografisk yta där en kund vill ha mobiltäckning. Därefter jämför Ericsson kostnaden att bygga på traditionellt sätt med att täcka samma yta med Expander. Därefter går man in och studerar varje enskild site för att se vilka motsvarande kostnadsbesparingar som kan göras.

– Samtliga studier visar att kunden får samma kapacitet med mellan 30 och 50 procent färre siter med hjälp av Expander. Detta motsvarar cirka 30 procent lägre totalinvestering och cirka 30 procent lägre driftkostnad. Det är så klart svårt att motstå sådana besparingar för en operatör, säger Bodil Josefsson.

3-A, 700-kHz DC/DC Buck Converter in a Space-Saving 16-Pin TSSOP Package

Easy-to-Use 4.5- to 20-V_{IN} Regulator with Design Software



► Applications

- Industrial and commercial distributed power systems
- Regulation off 9-V/12-V wall adapters
- Battery chargers
- Point-of-load regulation for high-performance DSPs, FPGAs, ASICs and MPUs

► Features

- Integrated MOSFET switch for >90% efficiency at 3-A continuous output current
- Uses low-side MOSFET or diode for higher efficiency and lower cost
- Up to 700-kHz synchronizable switching frequency
- Adjustable output voltage down to 0.9 V with 1% accuracy
- 16-pin HTSSOP PowerPAD™ package vs competitive TO-220 package

Introducing the new SWIFT™ DC/DC converter from Texas Instruments. The **TPS54350** is easy and straightforward to use with fewer components. And with our new on-line software tool, you'll be able to decrease your power supply design effort and speed your time-to-market.

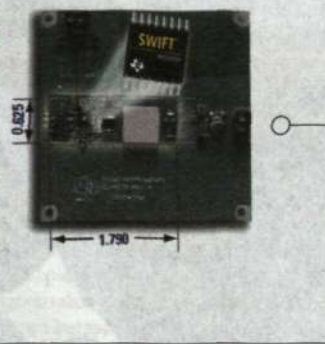
Other SWIFT DC/DC Converters

Device	V _{IN} (V)	I _{OUT} (A)	Price Starts at 1K*
TPS54350	4.5–20	3.0	\$2.35
TPS54110	3.0–6.0	1.5	\$2.15
TPS54310	3.0–6.0	3.0	\$3.05
TPS54610	3.0–6.0	6.0	\$4.10
TPS54810	4.0–6.0	8.0	\$4.20
TPS54910	3.0–4.0	9.0	\$4.40

New devices appear in bold **BLUE**

*See www.ti.com/swift for complete SWIFT offering.

To download **NEW** software or order samples, evaluation module and Power Management Selection Guide:



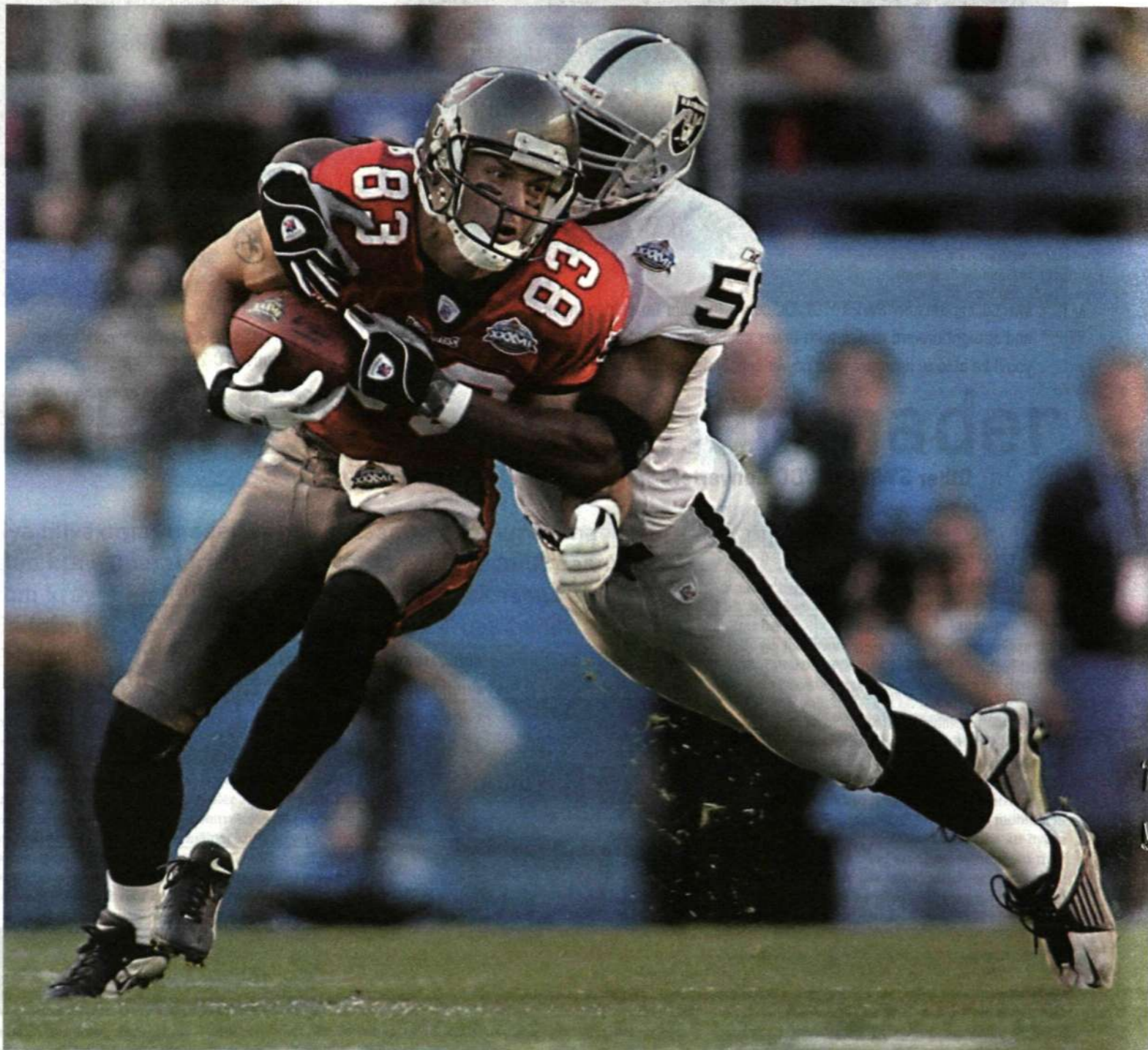
www.ti.com/tps54350ad-e ○ 08 - 587 555 22

kundfokus: cingular

text: gunilla tamm, gunilla.tamm@journalistgruppen.se foto: john g mabanglo/pressens bild

Kraftfull amerikansk sammanslagning

När Cingulars övertagande av AT&T Wireless om några månader får sitt väntade officiella godkännande av de amerikanska myndigheterna blir företaget Nordamerikas största mobiloperatör. Att Cingular nu står inför stora utmaningar är ingen överdrift.



Två GSM-system ska gå ihop och samtidigt ska den övergång från TDMA till GSM, som påbörjades för två år sedan, avslutas. Förra våren var Cingular först i världen med att installera EDGE och operatören har mycket konkreta planer för UMTS, som ska börja lanseras i slutet av nästa år.

– Att bli den största operatören i Nordamerika är inget mål i sig. Det viktigaste är att vi också blir den mobiloperatör som kan erbjuda kunderna tjänster med den högsta kvaliteten, säger Ed Reynolds, ansvarig för Network Operations på Cingular.

Han betonar samtidigt att det är viktigt att kunderna inte märker något av sammanslagningen av de två GSM-systemen.

– Det enda de ska märka är att kvaliteten på mobiltjänsterna har blivit ännu bättre, säger han.

Han har gjort lite efterforskningar när det gäller operatörer som lagt ihop sina nät. Det är tre, fyra operatörer som gjort det hittills och då i mindre skala – det har rört sig om något hundratals basstationer. För Cingular handlar det om tiotusentals basstationer. Målet är att sammanslagningen ska kunna börja så snart som möjligt och vara avslutad om två år, förhoppningsvis tidigare.

Att gå över från TDMA till GSM har varit en viktig uppgift för Cingular de senaste två åren. Beslutet fattades 2001 och arbetet påbörjades året efter. I juni i år hade man installerat på alla platser där TDMA funnits.

– Vi klarade det sex månader snabbare än planerat och under den uppsatta budgeten, säger Ed Reynolds, inte utan stolthet.

– Även om Cingular inte är en så gammal operatör är det en gammal kund till Ericsson, säger Toby Seay, som är Ericssons kundansvarige för Cingular. Han förklarar:

– PacBell Wireless, som äger en del av Cingular, köpte all sin GSM-utrustning av Ericsson från mitten av 1990-talet och fram till 2000, då Cingular bildades. Cingular, som alltså ärvde GSM, började som eget bolag beställa GSM-utrustning i slutet av 2001. Ericsson har även levererat EDGE till Cingular.

Förra året lanserade Cingular EDGE i Indianapolis och var då först i världen. EDGE finns nu i de flesta av näten och arbetet har skett samtidigt som man gått över från TDMA till GSM.

På frågan varför Cingular valde EDGE dröjer Ed Reynolds inte med svaret.

– Det är den naturliga evolutionen för oss. Vid samma tidpunkt som vi bestämde att gå från TDMA till GSM höll vi på att titta på en teknik kallad TDMA EDGE. Vi bestämde oss för att gå över till GSM och lägga till GPRS och EDGE. På det sättet får vi hög datahastighet, något vi tror blir en effektiv bro till UMTS. Hittills har det inte varit så många som använt mobila datatjänster, det gäller i USA precis som i andra länder. Men under den senaste tiden har användandet börjat ta fart och våra inkomster av datatjänster har överstigit förväntningarna. Det är mycket tack vare EDGE, säger han.

UMTS ser Ed Reynolds som ett naturligt nästa steg efter EDGE.

– Så snart övertagandet av AT&T Wireless är klart kommer vi att börja installera UMTS på 1900 MHz. Det blir troligen i början av nästa år. Istället för att först



foto: tom hill

fakta: cingular

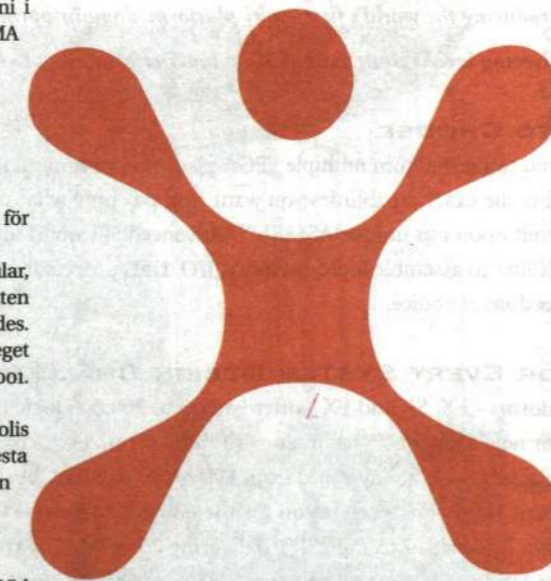
Cingular, som bildades i slutet av 2000, är ett samarbetsbolag mellan den nationella mobildivisionen på SBC med 40 procent och BellSouth med 60 procent.

Operatören, som har över 25 miljoner abonnenter, finns på 43 av de 50 största marknaderna i Nordamerika. Efter sammanslagningen med AT&T Wireless kommer Cingular att ha 46 miljoner abonnenter.

Cingulars huvudkontor ligger i Atlanta.

Ed Reynolds:

Det enda kunderna ska märka är att kvaliteten på mobiltjänsterna har blivit ännu bättre



integrera de två GSM-systemen och sedan installera UMTS kommer vi att försöka göra det samtidigt. I slutet av 2005 räknar vi med att kunna lansera UMTS. Det är ett arbete som kommer att fortsätta under 2006 för att avslutas 2007.

– Det är viktigt att vi kan erbjuda hög hastighet för dataöverföring, eftersom vi kommer att konkurrera med andra erbjudanden på marknaden som EV-DO på CDMA-sidan, förklarar han.

Inom telekomindustrin är det idag flera leverantörer som är intresserade av att ta över operatörernas så kallade professional services, alltså tjänster och underhåll. Ed Reynolds säger att Cingular inte har några planer i den vägen.

– Nätet är vår produkt och därför är vi mycket försiktiga med att outsourca några nätfunktioner. Det

samma gäller för kundservice. Allt som berör nätet och kunderna vill vi behålla, det är vår konceptpolicy.

Precis som Cingular befinner sig i en tid av förändringar så gäller detsamma för Ericsson, menar Ed Reynolds.

– På Cingular står vi inför flera stora förändringar. En av dem är steget från TDMA till GSM. En annan är att vi går in i en mycket konkurrensutsatt omgivning när vi går från tal till icke-tal och datarelaterade produkter, säger han.

– Jag tror att Ericsson går igenom samma utveckling. Leverantörerna har varit hårt pressade och det har lett till att man koncentrerat sig på utveckling inom vissa produktområden. Lyckligtvis så har Ericsson hållit jämna steg med oss när det gäller våra utvecklingsbehov. Men vi undrar om inte företaget tagit i lite för mycket när det gäller nedskärningar inom programvara och liknande. Idag tycker jag att Ericsson befinner sig i en förändring men det är en positiv förändring. Framtidsutsikterna verkar bättre nu än för ett eller två år sedan.

Kvalitet, speciellt på programvara, är något som Ed Reynolds återkommer till när han får frågan om vad han anser vara Ericssons största svaghet idag.

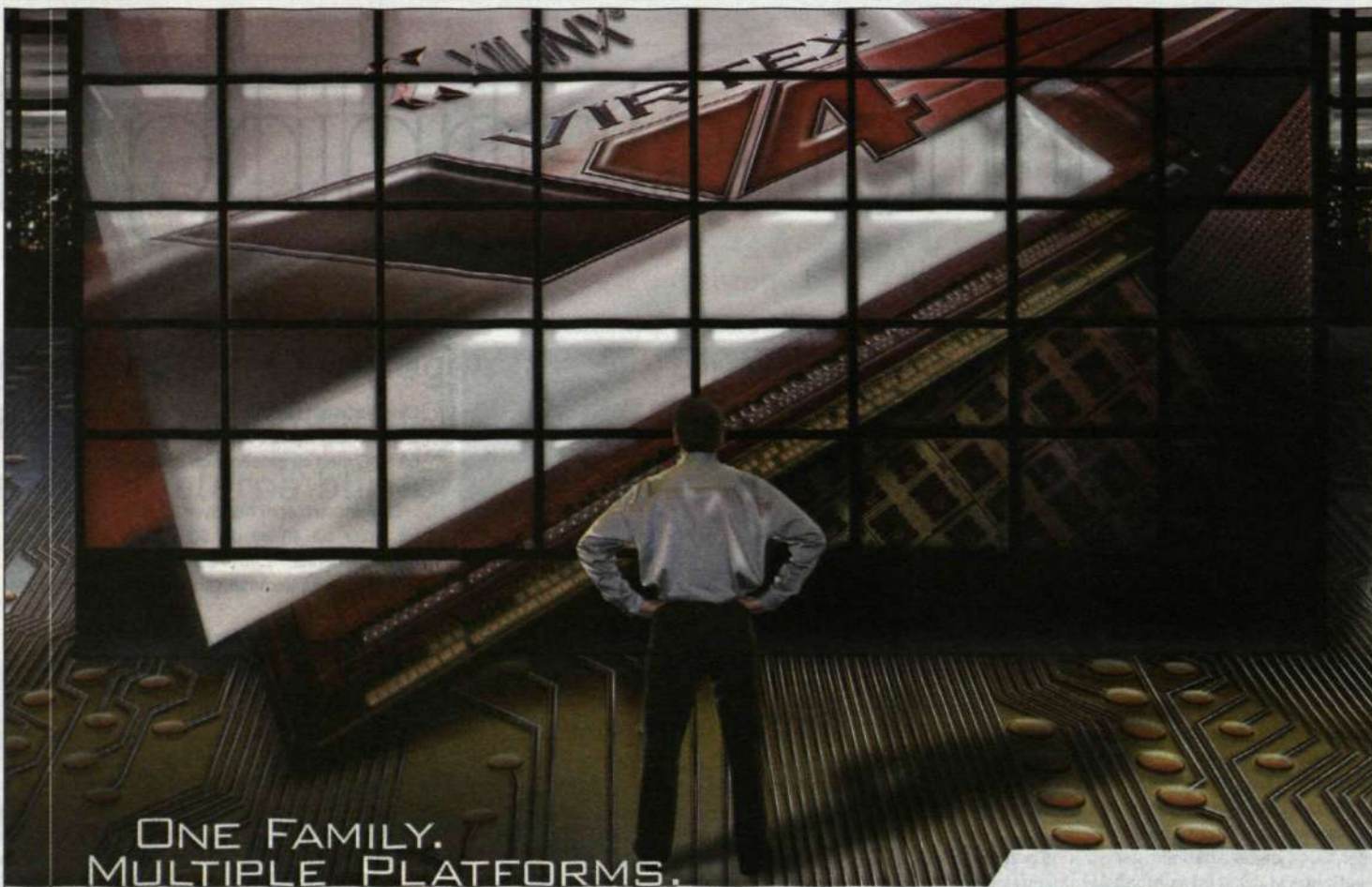
– När vi väljer leverantör är det många områden som vi anser viktiga men det allra viktigaste är hög produktkvalitet. Det måste vi ha för att kunna ge våra kunder tjänster med bra kvalitet på ett kostnadseffektivt sätt. Eftersom det är ont om spektrum i det här landet så behöver vi använda det vi har så effektivt som möjligt. Det företag som kan hjälpa oss med det får många pluspoäng av oss.

Under de senaste tre åren har Cingular inte investerat för att förbättra täckningen. Men operatören har stora utbyggnadsplaner när det gäller bättre täckning. Ett viktigt område är också inomhustäckning.

– Vi kommer att behöva mycket hjälp av våra leverantörer, inte bara när det gäller bättre täckning. Det handlar om att flytta utrustning mellan olika marknader när vi nu slår ihop vårt GSM-system med AT&T Wireless GSM-system. En annan stor utmaning är UMTS. Här behöver vi hjälp av experter som kan föra över rätt kompetens till oss. Tillsammans med våra leverantörer har vi många stora utmaningar framför oss, säger Ed Reynolds.

– Vår viktigaste uppgift är att stötta Cingular och leverera det vi ska leverera med hög kvalitet, säger Toby Seay.

test your own...
www.xilinx.com



ONE FAMILY.
MULTIPLE PLATFORMS.
ENDLESS POSSIBILITIES.



Introducing the world's first multi-platform, domain-optimized FPGA family - delivering breakthrough capabilities and performance at every price point.

THE FREEDOM TO CHOOSE

For the first time ever, you can select from multiple FPGA platforms, optimized for application domains. You choose the exact capabilities you want. You pay only what you need. Virtex-4™ FPGAs are built upon our unique ASMBL™ (Advanced Silicon Modular Block) architecture, enabling Xilinx to assemble logic, memory, I/O, DSP, processors and more, giving you complete freedom of choice.



Easiest to Use Software

A SOLUTION FOR EVERY SYSTEM DESIGN CHALLENGE

The three Virtex-4 platforms - LX, SX and FX - offer you up to 200,000 logic cells, and 500 MHz tuned performance. Our new ChipSync™ technology simplifies source-synchronous interfaces. You can implement serial protocols at any speed from 600 Mbps to 11.1 Gbps with RocketIO™ multi-gigabit transceivers. Hardware acceleration for the embedded PowerPC™ is easy with our auxiliary processing unit. And with XtremeDSP™ delivering 256 GMACS, you can solve those ultra-high performance DSP challenges. All of your design possibilities just became realities. See for yourself at www.xilinx.com/virtex4.

For further information, please contact your Xilinx Nordic Office: Tel: +46 8 594 61 660.



LOWEST SYSTEM COST · HIGHEST SYSTEM PERFORMANCE

©2004, Xilinx, Inc. All rights reserved. The Xilinx name, the Xilinx logo are registered trademarks. Rocket IO, Virtex-4, ASMBL, ChipSync, XtremeDSP are trademarks, and the Programmable Logic Company is a service mark of Xilinx, Inc. PowerPC is a trademark of International Business Machines Corporation in the United States, or other countries, or both. All other trademarks and registered trademarks are the property of respective owners.

Free Technical Workshop!
Stockholm - 26th October
Register Now At www.xilinx.com/pw2004
World's Most Innovative World
2004

Ulf sjunger ut på operan

Mjukvaruarkitekt står det på Ulf Wigers visitkort, men det vore inte helt fel om det också stod operasångare. Det är nämligen vad han är på fritiden. I våras hade han en huvudroll i *Barberaren i Sevilla*, som sattes upp av OperaVox på Boulevardteatern i Stockholm.



– Jag har ingen formell sångutbildning men sjöng i kör under många år. Jag drömde om att sjunga opera men trodde nog inte att det skulle bli mer än en dröm, berättar Ulf Wiger.

Han började ändå ta sånglektioner 1996 och fick solistuppdrag i kören. Efter två år tog det fart på allvar när han förlovade sig med sin nuvarande fru, Katarina Pilotti, som är frilansande operasångerska.

– Vi började ge konserter hemma för släkt och vänner och jag kom i kontakt med utmärkta pianister och Katarinas sångarkollegor. 2001 sökte den ideella operaföreningen OperaVox sångare. Jag sökte och fick först en roll i kören i operetten *Läderlappen* 2002, säger Ulf Wiger.

Året efter fick han en liten solistroll i *Carmen* och nu i somras huvudrollen i *Barberaren i Sevilla*.

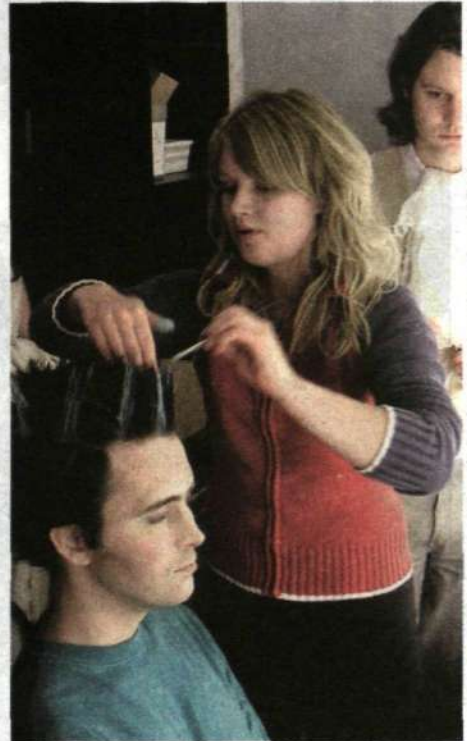
Sedan drygt ett år tar Ulf Wiger åter sånglektioner och håller på att lära sig en teknik som kallas "bel canto".

– Det är ett helt annat mer fysiskt sätt att sjunga, man går in i sången och hela kroppen är med. Det har också fått mig att lyssna på sång på ett annat sätt, förklarar han entusiastiskt.

Att stå på scenen som operasångare är en utmaning. Skådespeleriet är viktigt: om inte det fungerar stjäls det uppmärksamhet från sången.

Fritidssysslan som operasångare är något som han också har nytta av på Ericsson och jobbet på systemledningen på IMS Gateways.

– I mina arbetsuppgifter ingår att hålla föredrag och uppträda inför publik. Genom sången har jag tränat upp rösten och vågar nu höras på ett annat sätt. Sånglektionerna har också fått mig att utvecklas som person, konstaterar han.



Ulf Wiger i sminklogen inför huvudrollen i *Barberaren i Sevilla*.
foto: johan hackman



Väl mött i slänggungan! Ericssonsondagen bjöd på aktiviteter för hela familjen på nöjesfältet.

Fullt snurr under familjedagen på Gröna Lund

Solen sken som på beställning när 5 000 personer mötte upp vid Gröna Lund i Stockholm till Ericssons familjedag 25 september. Tio bussar med Ericssonfamiljer från bland annat Kumla, Gävle och Hudiksvall anslöt.

Ericssons personaldirektör Marita Hellberg öppningstalade innan tusen blå och vita ballonger för till skyn.

På programmet fanns mycket att välja bland. Till exempel kunde man låta stress testa och fettmäta

sig hos företagshälsövarlden Alviva. Barnen kunde få ansiktet målat i Sifs partytält.

Som vanligt var det också program på scenen – ett riktigt Ericssonprogram med Ericsson Big Band, Ericssonkören och squaredancers. 20 barn till anställda framträdde i "Ericssons Småstjärnor". Anette Lindvall från Ericsson i Linköping sjöng och Ericssons seniorer, Evergreen, framförde ett spex. Arrangör och konferencier var Leif Bölke, som i år firade 30-årsjubileum i denna roll.

SMS avslöjar skolkare

Ungdomar gillar att skicka SMS – men att tjänsten också kan användas för att rapportera skolk till föräldrarna är inte lika uppskattat.

Om eleven inte kommer till en lektion skickar läraren ett SMS till elevens mamma eller pappa. Det är Örjan Johansson, ställföreträdande rektor på IT-gymnasiet Kista Rissne, som kommit på idén att på det här sättet få en bättre kommunikation med elevernas föräldrar.

I ett första steg riktar man sig till föräldrar som har barn i årskurs ett. Det är 130 föräldrar som fått förfrågan och av dem har fem stycken sagt att de inte vill ha några "skolk-SMS" – men en av dem hade ingen mobiltelefon.

ur arkivet



Året är 1952 och så här såg den tidens telefonsvarare ut.

rakt på sak



Hey, Jacqueline!

För fem månader sedan lämnade Jacqueline Hey Australien och arbetet som Ericssons kundansvariga för Vodafone i Oceanien. Nu är hon chef för marknadsenheten North Western Europe och bor i Guildford i England. Hon kommer till länder med mogna marknader där affärerna gått trögt de senaste åren, men där en positiv vändning är på gång. En aktuell kund just nu är brittiska BT som ska välja leverantör för framtida fast telefoni och tjänster.

Är det någon skillnad mellan att arbeta i Australien och Europa?

– Det händer att jag faktiskt glömmer bort att jag inte längre är kvar i Australien. Jag antar att det beror på att språket är detsamma. Men visst finns det skillnader både när det gäller kultur och affärsklimat. I Europa är marknaderna mera mogna och utmaningarna fler. Speciellt kunderna i Storbritannien ligger mycket långt fram inom alla områden och ofta är det här som man först vill ha ny funktionalitet. Marknaden i Storbritannien är en av de mest konkurrensutsatta i världen. Här finns nästan alla operatörer och leverantörer och alla är mycket aktiva. Det är alltså hård konkurrens om affärerna men det betyder också stora möjligheter för oss.

Ericssons organisation är på väg att bli mer kundorienterad. Får du någon känsla av att kunderna har märkt något av det?

– Visst ser kunderna att en förändring är på gång. Men det är väldigt viktigt att vi nu i praktiskt arbete visar att vi är mer kundorienterade. Att bara prata räcker inte. I alla offerter måste vi kunna erbjuda den bästa lösningen, den lägsta risken, det mesta möjliga för pengarna och en stark kundrelation. Det är bara genom att uppfylla dessa krav som vi kan vinna en affär. När det gäller leveranstider så måste vi alltid leva upp till det vi lovat kunderna.

Vilken är den viktigaste uppgiften i år för marknadsenheten?

– Vi har flera viktiga uppgifter. En av dem är det interna program som vi har för att skapa effektiv kommunikation inom marknadsenheten. En öppen kommunikation med medarbetarna tycker jag är viktig för att jag ska lära känna kulturen här. Jag har regelbundna frukostmöten, där jag varje gång träffar ett 20-tal anställda. De som har födelsedag samma datum bjuds in och på det sättet blir det en slumpmässig blandning, som ger mig möjligheter att träffa personal från många olika delar av vår enhet.

– Andra viktiga uppgifter i höst är naturligtvis att fortsätta jobba med Vodafone, BT, T-Mobile och alla våra andra kunder. Vi har en del mindre kunder som är väl så viktiga. Vår blandning av stora och små kunder är bra.

BT är en av de stora operatörerna i Storbritannien. Vilka utmaningar står företaget inför och hur kan Ericsson hjälpa dem? Det talas om en "mega-deal" med BT, vad innebär det?

– Ledningen för BT har tagit beslut om var företaget ska vara om fem, sex år och kommer nu att investera för att nå sitt mål. Det innebär stora möjligheter för Ericsson, eftersom en del i vår strategi är att åter fokusera på fast telefoni. Mobiltelefonin har dominerat under många år och den fasta telefonin har kommit på efterkälken. Det är ett område som vi kan hjälpa BT att ta igen. Mega-deal är riktigt stora nåtdriftskontrakt. Denna affär med BT är lite annorlunda eftersom det skulle vara en mega-deal både för infrastruktur och potentiella tjänster. Ett sådant kontrakt skulle vara en mycket viktig referens för Ericsson i hela världen.

Om Ericssons skulle få ett kontrakt – vad krävs för att klara ett så stort projekt?

– En stark projektledning och en stark kund- och kontraktsprogramgrupp är mycket viktigt. Bra relationer mellan medarbetare på olika nivåer på Ericsson och BT är en grundförutsättning. Det gäller att bygga upp ett arbetsklimat som spänner över landsgränser och olika kulturer. Ericsson är ett globalt företag och det har vi nytta av när det gäller att hitta rätt kompetens inom olika områden. Vi jobbar nu hårt för att komma med på den så kallade short list, alltså att finnas med bland de företag som "slås" om kontraktet. Nu måste vi visa BT att Ericsson är bäst. Det gör vi genom att leverera det vi lovat i tid, till rätt kostnad och med rätt kvalitet – så enkelt är det, men också svårt!

Vad har marknadsenheten North Western Europe för strategi?

– Vår strategi är att öka affärerna, inte vara alltför beroende av någon enskild kund och bredda portföljen med bland annat produkter för företagsmarknaden, IMS, alltså IP Multimedia Subsystem, Managed Services och andra nya områden. Vi har haft ett bra år hittills och affärsmöjligheterna ser bra ut även för nästa år. Fast telefoni är ett område som legat lite i träda när det gäller mogna marknader, men där vi nu ska visa vad vi kan göra. Det har blivit allt svårare att skilja sig från andra leverantörer när det gäller teknik. Därför måste vi se till att

fakta: jacqueline hey

Ålder: 38

År på Ericsson: 17

Född: Australien

Bor: Guildford i Storbritannien

Utbildning: Akademiska examina inom handel och marknadsföring

Familj: Man, son på 10 månader och hund (på väg från Australien)

Fritidsintressen: Familjen, sport – mest som åskådare, umgås med vänner

Gjorde i lördags: Deltog i en lokal aktivitet för att lära känna Guildford

hela vårt paket med erbjudanden till kunderna är bättre än konkurrenternas. Det innebär täta relationer med kunderna på det lokala planet, tätt samarbete med våra globalt kundansvariga och likaså tätt och bra samarbete både med affärs- och produktenheterna.

Vad tycker du att Ericsson ska göra för att få fler kvinnor på toppbefattningar?

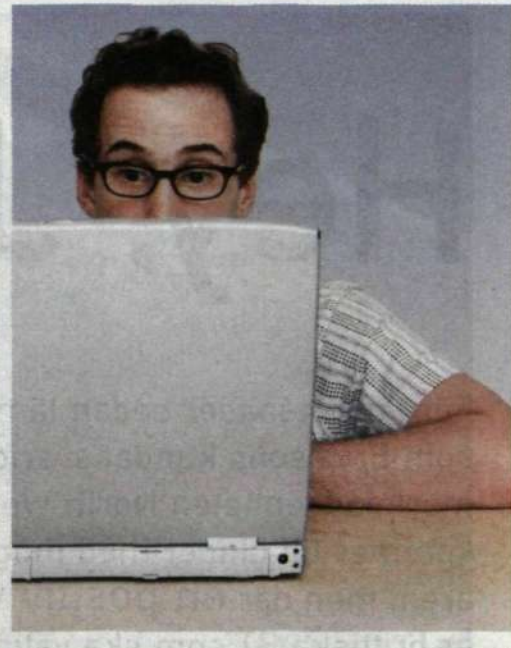
– Det arbete som Carl-Henric Svanberg tagit initiativet till tycker jag är mycket bra och lovande för alla. (Se Kontakten 3/2004) Personligen har jag aldrig känt att det finns något glastak och jag har aldrig upplevt några hinder i min karriär för att jag är kvinna. Under den senaste tiden har det blivit fler kvinnor på höga tjänster och jag hoppas att det är en utveckling som fortsätter. Men jag tycker också att vi kvinnor måste visa att vi vill ha högre chefsposter och att var och en av oss måste visa att vi klarar jobbet. Jag ser fram emot att fler kvinnor och människor från olika bakgrund ska lyckas på Ericsson. Min regel för allt jämställdhetsarbete är att behandla alla människor som jag själv vill bli behandlad.

Vill du ställa frågor till Jacqueline Hey?

Skicka dem till spotlight@ericsson.com senast 5/11. Ett urval av frågorna besvarar hon i en videointervju som kommer att finnas på Inside.

(WE USED TO BE MOTOROLA SEMICONDUCTOR)

Yes, we're the
No. 1 supplier of
semiconductors
that process your
Internet data. No, we're
not the ones filling your
email with spam.



Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2004.

Hi, we're Freescale™ Semiconductor. And while we won't claim to have invented the Internet, we're proud to say we play a major part in it. That's because if you've accessed a Web site, received an email (even the spam kind) or downloaded an MP3, there's a good chance the data has passed through our processors. After all, the top 10 networking and communications equipment providers all use our solutions to create innovative, new designs and speed product development. Why? Because we're able to leverage our extensive semiconductor experience, 4,900 patent families and global resources to help them meet their business needs. Want to learn how Freescale can accelerate possibilities in your business? Visit www.freescale.com



Launched by Motorola

freescale™
semiconductor

Målen som ska blidka operatörerna

En säker väg till operatörernas investeringar heter **konvergens mellan fast och mobil telefoni**. Men utan produkter och lösningar i absolut toppklass lär Ericsson gå vilse. Kontakten pejar hur tankar och arbete går kring detta område som upptog så stor del av årets GMC-möte.

1. Tillhandahålla helhetslösningar (end-to-end) baserat på konvergerade tjänster och nät inklusive terminaler.

– Ur ett användarperspektiv är två saker viktiga när man använder sin mobiltelefon: det ska vara enkelt och pålitligt (driftsäkert). Ericssons bidrag blir att leverera komplett utrustning så att slutkunden aldrig behöver tänka på uppkopplingen. Vi har alla byggblocken inom Ericsson för att leverera helhetslösningar, säger Björn Olsson, chef för affärsenheten System, och tillägger:

– Vi kan fast- och mobilnät. Vi har Ericsson Mobile Platforms som samarbetar med flera mobiltelefonverkare, vilket ger oss en möjlighet att koppla ihop nät och terminaler på ett bra sätt. Den tredje viktiga delen är vårt omfattande arbete inom servicelagret med systemintegration som bidrar till att slutanvändaren ska känna igen mobiltelefonerna och användarmiljön, oavsett om man använder en telefon eller en dator.

2. Dra största möjliga fördel av gemensamma plattformar med telekomkvalitet.

– Detta är till stor del grunden till företagets framgång och något vi måste bygga vidare på. AXE är fortfarande den gemensamma plattformen för en mängd olika produkter, växlar i det fasta och mobila nätet, HLR (Home Location Register) och Base station controllers för GSM, säger Ericssons FoU-chef Håkan Eriksson.

– Fördelen med gemensamma plattformar är att våra kostnader fördelas på flera olika produkter och att kvaliteten hela tiden förbättras därför att plattformen används av så många. Det ger oss ett bättre grepp om totalkostnaden och gör att vi kan ge våra kunder mer exakta tidsramar. Med telekomkvalitet menar vi att en nod får vara ur drift maximalt 5 minuter på ett år, säger han.

Idag arbetar Ericsson med ytterligare två gemensamma plattformar CPP (för BTS och BSC/RNC för CDMA 2000, WCDMA och Media Gateways) och TSP (för service och kontrollnoder). Meningen är att alla nya releaser och produkter som Ericsson lanserar från och med i år ska utvecklas på dessa tre plattformar.

3. Leda och säkra trådlös evolution (2G, 3G och beyond 3G)

– Det första halvåret i år gick åt till att stabilisera våra nät inom wideband. De kommande månaderna fortsätter arbetet med neddragning av produktkostnader, parallellt med ökad funktionalitet inom



Björn Olsson

foto: gunnar ask



Håkan Eriksson

foto: anna rehnberg



Pär Lövgren

foto: per myrhead



Carl-Henric Svanberg

foto: anna rehnberg

WCDMA-näten. Vi har brutit ner målen som sattes upp på GMC i olika delmål och gjort upp en handlingsplan där samtliga mål ska uppnås inom de närmaste nio månaderna. Det handlar om allt ifrån att genomföra nyckelkontrakt till att stärka vår position inom Seamless Network och CDMA. Parallellt med detta arbete löper ett antal kundåtaganden med hög prioritet, säger Pär Lövgren, ansvarig för business control inom Access.

4. Ta ledningen inom layered architecture och konvergens (IMS)

– Av de 25 Ericssonlevererade WCDMA-nät som är i drift globalt baseras 14 stycken på layered architecture. På fastnätsidan (ATM-teknologi) handlar det om runt 25 nät. Ingen annan leverantör kan visa upp ett liknande facit. Nu gäller det att befästa vår ledning genom att leverera layered architecture även för GSM-nät. För att bli lika framgångsrika inom IP multimedia subsystem (IMS) kör vi idag ett program inom affärsenheten System med Global Services och Ericsson Mobile Platforms. Ambitionen är att bygga en produkt som dels stödjer operatörernas önskemål i en IP-värld och dels bidrar till att förverkliga nya intressanta tjänster till slutanvändarna, säger Björn Olsson.

5. Bli starkare inom fasta nät, fokusera på softswitch och bredbandsaccess

– IP-telefoni finns idag framför allt i fasta nät i företagsvärlden. Därmed kan man säga att IP-baserad telekommunikation drivs av fastnätsidan. Dessutom vill fastnätsoperatörer erbjuda bredbands och IP-baserade tjänster. Ericsson levererar redan idag IP-centrelslösningar som baseras på IP-protokollet för kunna möjliggöra traditionell fast telefoni inom ett bolag. Men vi kan göra ännu mer på fastnätsidan och se till så att det går ihop med vår IMS-strategi, säger Björn Olsson.

6. Investera för att vara topp tre inom alla verksamhetsområden inom tre till fem år

– För att lyckas skapa en långsiktig och lönsam tillväxt måste vi nå en position bland de tre främsta aktörerna inom våra verksamhetsområden sett till marknadsandelar. Vi är inte där idag inom exempelvis CDMA och Enterprise, men satsningen på dessa områden är hundra procentig. Om hela Ericsson fortsätter att stötta denna satsning kommer vi att nå detta mål, det är jag helt säker på, säger Ericssons koncernchef, Carl-Henric Svanberg. •

rapport: videotelefoni

Big Brother i mobilen lockar italienare

Att vara först ut med ett mobilsystem som bygger på ny teknik sätter press på både operatör och leverantör.

3 Så har det också varit i samarbetet mellan operatören 3 i Italien och Ericsson. Nu är det stadiet passerat och de flesta barnsjukdomar har klarats av. Speciellt bra fungerar samarbetet inom videotelefoni.



Ivan Fornabaio

– Videotelefoni är vår chans att skilja oss från andra mobiloperatörer och därför är det nödvändigt att vi kan erbjuda kunderna intressanta lösningar. Vårt samarbete med Ericsson är viktigt och fungerar bra. Det visar de senaste testaktiviteterna inom videotelefoni, säger Ivan Fornabaio på 3 i Italien, där han är tekniskt ansvarig för videotelefoni.

Samarbetet mellan Ericsson och 3 i Italien började redan 1999, vilket var innan Hutchison fått sin italienska 3G-licens. Ericsson är huvudleverantör och har levererat hela kärn- och ungefär halva radionätet. Den andra hälften är levererad av NEC och Siemens tillsammans.

3 i Italien var bland de allra första med att lansera sitt 3G-system kommersiellt.

– För oss betyder det att operatören är en mycket viktig referens. Italien är intressant eftersom man ligger långt fram och det är dessutom ett land med en stor tillväxtpotential, säger Stig Puustinen, som är ansvarig för Ericssons globala kundprogram för Hutchison.

Efter en intensiv marknadsföringskampanj öppnade 3 i Italien sitt nät för kommersiell användning i mitten av mars 2003. Videosamtal, nyheter och sport var redan från början de populäraste tjänsterna.

3 är inte bara en viktig referens utan har också en betydande roll när det gäller FOA, First Office Application, alltså test ute hos kunden. Videotelefoni är ett område där flera viktiga FOA genomförts.

– Senast var det FOA för VIG 2.0, alltså en ny version av Video Gateway, säger Eirik Stephansen, som är Ericssons globalt kundansvarige för 3 när det gäller videotelefoni.

– Med den blir det möjligt för användarna att navigera sig genom olika kanaler via en videoportal. Efter att ha ringt ett speciellt nummer kan man använda sin 3G-telefon som en fjärrkontroll, förklarar han.

Tjänsten kommer att marknadsföras nu under hösten.

Från Ericsson har 3 i Italien tidigare köpt fyra andra lösningar inom videotelefoni. Det är videomail, videosamtal med mobil till pc, videosamtal till och från tjänsteleverantören Tiscali och kretskopplad streaming.

FOA för VIG 2.0 ägde rum mellan mars och juni i år. Förutom test i Italien provades även tjänsten från utlandet, bland annat från USA och Storbritannien.

Ivan Fornabaio är mycket nöjd med resultatet av denna test.

– Den gick nästan alltför bra, skrattar han och fortsätter:

– Under den tid vi har arbetat ihop med Ericsson har vi byggt upp ett partnerskap som blivit allt starkare. Vi lutar verkligen på varandra så nu går jobbet snabbare och bättre. Genom att förmedla våra önskemål från olika kulturer med olika infallsvinklar och kundernas reaktioner till Ericsson hjälper vi företaget att vidareutveckla sina produkter, säger han.

Ett bra exempel på samarbetet är användningen av Video Gateway Systems och ECDS (Ericsson Contant Delivery Solution) som möjliggjorde lanseringen av såpopera Big Brother på nätet. Från den första idén fram till att tjänsten blev verklighet tog det endast två månader. Att tala om succé är inte fel. När det sista avsnittet av programmet sändes var det rekordmånga 3-abonnenter som följ-



Att följa såpopera Big Brother via mobiltelefonen har blivit en succé för operatören 3 i Italien.

fakta: videotelefoni

Video Gateway System kopplar ihop 3G med Internet och telefonnummer med IP-adresser. Användaren på fastnätssidan behöver en bredbandsuppkopplad dator med en IP-klient. I dagens WCDMA-nät kopplas ett videosamtal mellan två abonnenter i radionätet som ett kretskopplat samtal i en tunnel för att få kvalitet på överföringen. För att kunna koppla upp ett WCDMA-videosamtal mot en pc på Internet krävs däremot en konvertering från kretskopplat till paketdata.

Ericsson har tagit fram fem lösningar för användning av videotelefoni i 3G-nät.

- **Video Telephony Mobil-Mobil**, det vill säga samtal mellan två 3G-telefoner.

- **Video Mail** är en lösning som gör att om en 3G-abbonent inte är anträffbar eller upptagen i telefon får han/hon ett mail med videosamtalet inspelat.
- **Video Telephony CS streaming** gör det möjligt att ta emot och streama videoklipp med 3G-telefonen.
- **Video Telephony Multi-party conferencing** gör att man kan hålla videokonferens med deltagare med såväl 3G-telefoner och telefoner för ISDN-Video som med pc.
- **Video Telephony Mobile - PC client** gör det möjligt att ringa videosamtal från en 3G-telefon till en vanlig pc.

de programmet via sin mobiltelefon. Statistiken visar att många ringde flera gånger vilket tyder på att de både var nöjda och intresserade.

Antalet 3-abonnenter i Italien har vuxit kraftigt det senaste halvåret och är i dag 1,5 miljoner. Av användarna är det ungefär 15 procent som använder videotelefoni en gång i veckan och 10 procent minst en gång om dagen.

Just videotelefoni anses vara en av de stora drivkrafterna för 3G. Ivan Fornabaio tror på en positiv utveckling. Ericssons olika lösningar inom videotelefonin spelar en viktig roll för att operatören ska lyckas.

– Men, säger han, det sker inte automatiskt. Vi måste ta reda på kundernas behov och få dem att förstå möjligheterna med videotelefoni. Det gäller också att bygga upp ett förtroende för tjänsterna – det är viktigt och kan ta tid. De nya terminaler som kommer ut på marknaden hjälper till att öka intresset för videotelefoni.

Vi är lite bakom. Men alltid före.

Det är oftast inte vi, utan våra kunder, som blir hyllade för våra tekniska framsteg och utvecklingsarbete som alltid ligger ett par steg före. Och som en av Nordens ledande kontraktstillverkare av elektronik, är det precis så vi vill ha det. Läs mer på elektromekan.se så förstår du.

elektromekan
— member of Westergyllen

Vi syns inte. Därför finns vi.

(WE USED TO BE MOTOROLA SEMICONDUCTOR)

We helped mobile device
makers design and deliver
over 533 million units in

just six years. Not
like we're counting
or anything.



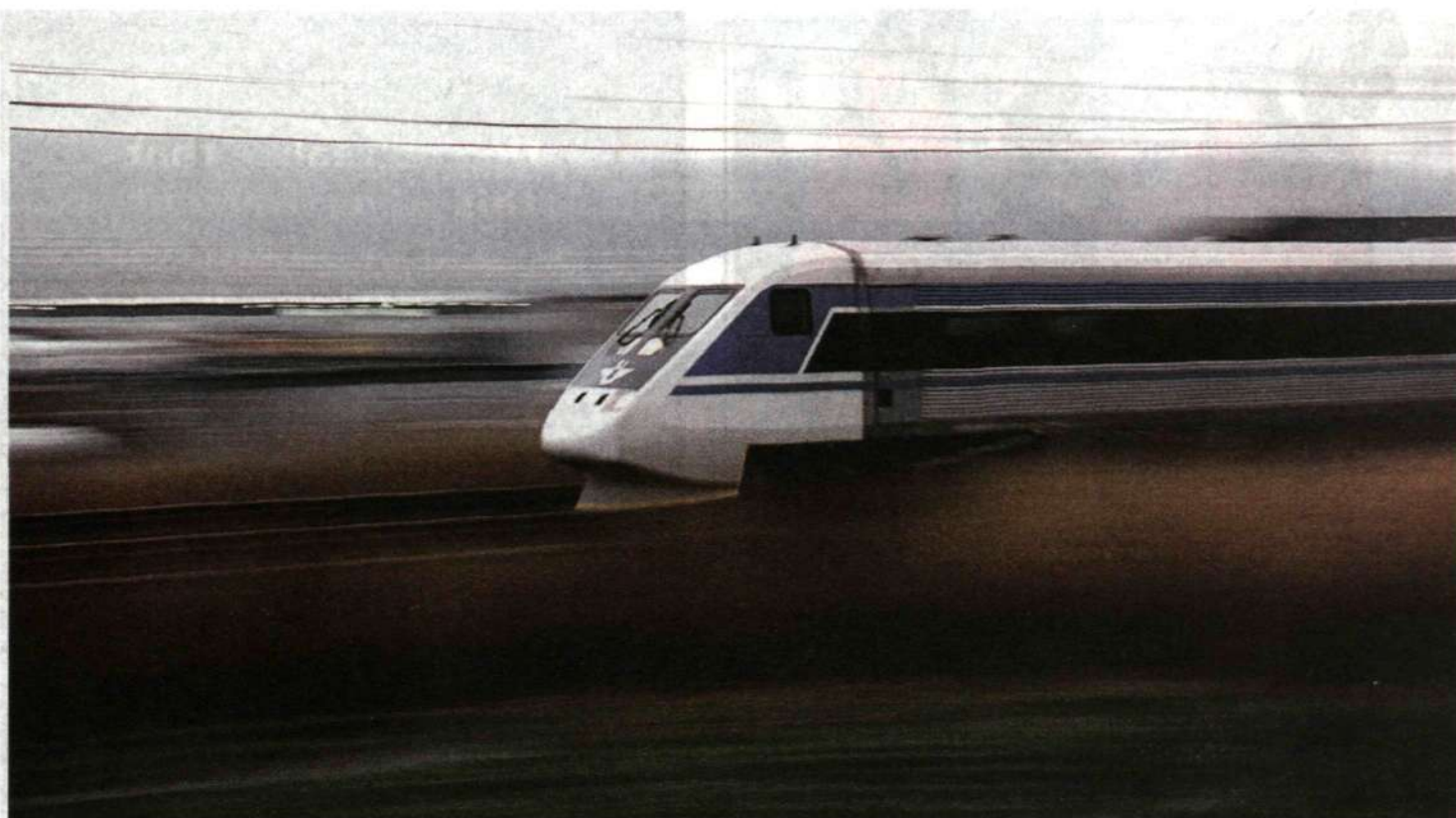
Freescale™ and the Freescale logo are trademarks of Freescale Semiconductor, Inc. All other product or service names are the property of their respective owners. © Freescale Semiconductor, Inc. 2004.

Hi, we're Freescale™ Semiconductor. And we agree that more than half a billion devices is a pretty big number to fathom. But when you've been on the forward edge of wireless platform development for as long as we have, it's not that surprising. After all, we've got more than 50 years of experience and expertise in semiconductors. Plus, over 4,900 patent families and worldwide support resources just a phone call away. It's reasons like these that we count virtually all major mobile manufacturers as our customers. They depend on us to help them develop the most advanced new products and get them to market fast. Want to see how Freescale can accelerate possibilities in your business? Visit www.freescale.com



Launched by Motorola

freescale™
semiconductor



Ericsson fortsätter att vara draglok i teknikutvecklingen, men när hjulen nu åter börjar snurra gäller det att behålla och stärka banden till operatörerna.

Nya tag i tekniktäten

Nu tar Ericsson ett nytt grepp för att **befästa sin position som nummer ett** inom teknikutvecklingen. En nyckelperson ska verka som direktlänk mellan Ericssons försäljningsorganisation och teknikchefen hos de tio viktigaste operatörerna.

Den tekniska utvecklingen inom telekombranschen är en dans med invecklade turer, där gränsen mellan kund och leverantör luckras upp allt mer.

Att det är Ericsson som är ledare inom teknikutvecklingen är ett faktum, men mycket av ansträngningarna de senaste två åren har koncentrerats på att få företaget på rätt köl.

– De två senaste åren när det varit stiltje på marknaden har vi behövt rikta blicken inåt. Nu är det dags att ta sats igen, säger Jan Uddenfeldt.



Jan Uddenfeldt

Ericsson ska arbeta närmare de viktigaste operatörskunderna i teknikstrategifrågor. Bland annat genom att inrätta nya tjänster i form av Technology Liaison-personer. De placeras hos den kundansvarige (Key Account Manager) för Ericssons tio viktigaste operatörskunder, och ska verka som ett fönster mot kundens teknikchef (Chief Technology Officer, CTO). Jan Uddenfeldt ska hålla samman gruppen om dessa Technology Liaison-personer, och gör detta inom ramen för Bert Nordbergs koncernfunktion.

Man kan kanske förledas att tro att detta är ytter-

ligare en säljkanal, men så är inte fallet. De konkreta diskussionerna om produkter ligger på affärsenheterna. Syftet med det här initiativet är snarare att stärka den dialog som berör frågor längre fram i tiden. Tidshorisonten är 18 månader och framåt. Ericssons grund för diskussionerna är den långsiktiga strategin för forskning och utveckling, men nyckelordet är lyhörddhet.

– Vi gör ju detta för att förstå kundernas behov, säger Jan Uddenfeldt.

En av dem som ska lyssna är Stig Rune Johansson, Ericssons nyutnämnde Technology Liaison-person för Vodafone, med placering i Düsseldorf. Hans nya roll liknar den han har haft i tre års tid, fast då med AT&T Wireless som samtalspartner. Hans uppfattning om vad arbetet innebär är alltså ganska klar. Som han uttrycker det är det viktigt att ha en viss erfarenhetsmässig tyngd, "att med hygglig trovärdighet bära hem budskapet".

Att den nya rollen passar kunderna väl kan Stig Rune Johansson redan vittna om. När han tidigare i höst presenterade sin nya roll för Vodafone blev de han mötte positivt överraskade. Förutom att Ericsson pekar ut en person som ansvarig för ny teknik, ser man också möjlighet att använda honom

som "smörjmedel" i processen att ena de olika Vodafone-bolagen till ett globalt företag.

– Jag tycker det här är aldeles perfekt, säger han.

De tio operatörerna utgörs av de stora globala kontona som Vodafone med flera, samt några stora nationella operatörer som Cingular, China Mobile och NTT DoCoMo. Att inte alla Ericssons kunder får den här typen av samtalspartner handlar förstås inte om att vissa kunder är mindre värda, utan det är rent praktiska överväganden som har avgjort. Vissa operatörer är helt enkelt föregångare, banbrytare inom sitt område precis som Ericsson.

Förutom den riktade kanal som Technology Liaison-personerna innebär ska Ericsson fortsätta sitt breda samarbete med kunder kring teknikutvecklingen. Två gånger om året stämmer man av agendan i ett större forum, Technology Alignment Meeting. Och Jan Uddenfeldt är mycket entusiastisk:

– Det är kul nu, det känns väldigt bra.



Stig Rune Johansson



Are you prepared?

You probably have what it takes to meet the demands from your customers. You have extensive experience and the right kind of focus to create a competitive advantage. But are you prepared to face the future?

Do you know how to exceed your customers' expectations? Can you deliver an outstanding performance?

Have you got what it takes to be a certified **Project Management Professional**®?

As a Registered Education Provider at PMI and as a preferred supplier to Ericsson, Semcon Project Management offers **PMP**® preparation courses. Find out more at www.semcon.com/spm.

SEMCON

Semcon Project Management is part of Semcon, an international leading design and development company with 1600 qualified consultants. Semcon's consultants help companies to develop products faster, with better form and design and with the latest technology built-in. Semcon Project Management provides Ericsson with experience from a variety of businesses and organizations.

Do you realize that this advertisement is read by all Ericsson employees worldwide?

Book the ad space with us!



Contact us for prices and booking
+46 (0)90-711500
 or visit our webpage for current prices and information
www.display-umea.se

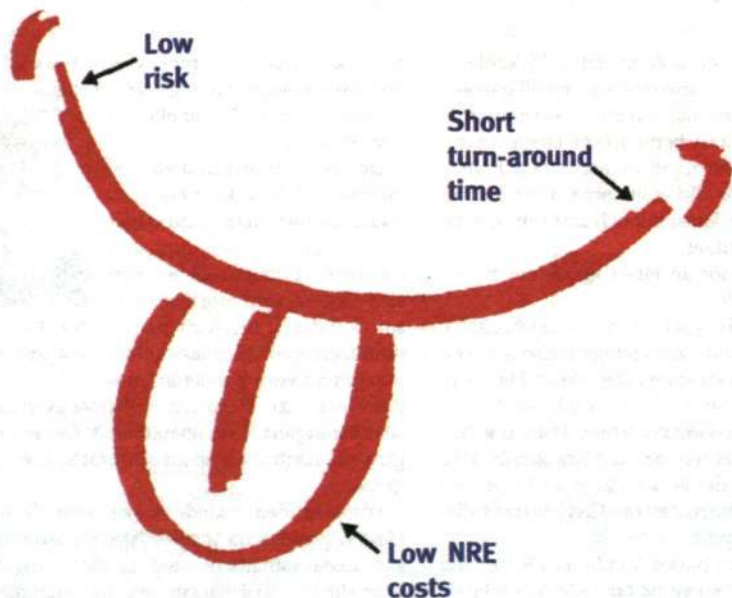
Mikael Lindholm +46 (0)90-711511
 or
info@display-umea.se

Display AB works with commissioned media sales. Our customers include: Ericsson, KF Media, Posten Sverige AB, Svenska Kyrkans Press AB, AB Volvo and Skyways.



NEC ELECTRONICS

Smile the ISSP Smile.



ISSP Custom designs without ASICs are now more fun than ever before. ISSP from NEC puts a smile on the face of developers with 90 nm technology and system clock rates up to 500 MHz. ISSP from NEC puts a smile on the face of financial controllers with extremely low NRE and unit costs. ISSP from NEC raises smiles instead of concerns with just seven days to your first prototype and just one month to the start of mass production. ISSP from NEC: he who laughs first, laughs longest.

NEC Electronics (Europe) GmbH

www.ee.nec.de/ISSP

Empowered by Innovation





Det svenska skogsindustriföretaget Stora Enso använder Ericsson Enterprise för att få en övergripande utvärdering av sin telekomsituation. Magdalena Örtendahl, säljansvarig för Enterprise Norden, träffar Lars-Gunnar Olsson, områdeschef vid Stora Enso Service.

Enterprise vinner terräng

Ericsson Enterprise fortsätter sin nysatsning på att bearbeta företagsmarknaden med nya tjänster och mobila lösningar. Intresset från kunderna är stort och redan nu märks **en ökning av intäkterna**. Samtidigt står affärsenheten inför stora utmaningar.

Marknadsenheten Norden och Baltikum, NOBA, har varit en av pilotmarknaderna när Ericsson Enterprise tagit fram en ny organisation och strategi. En stor installerad bas av företagslösningar och 50 procents marknadsandelar i Norden gör marknaden lämplig som försöksområde. Affärsplanen rullas nu ut över hela Europa.

Planen bygger på en vidareutveckling av de produkter och lösningar som Ericsson redan erbjuder. Särskild tyngdpunkt ligger på framtidsområdet Services, som omfattar både konsulttjänster och lösningar. NOBA:s ambition är att ta tjugo nya tjänsterelaterade kontrakt under nästa år. Flera nya affärer är klara eller på gång, bland dem svenska skogsindustriföretaget Stora Enso som har beställt en övergripande analys av sin telekomsituation: en Total Cost of Ownership-analys.

– Stora Enso har i likhet med andra företag på den nordiska marknaden visat stort intresse för att effektivisera sina telekomfunktioner. Med den här tjänsten bidrar Ericsson direkt till slutkundens verksamhetsutveckling, säger Peter Nilsson, kundansvarig för Stora Enso.

Genom att se över Stora Ensos svenska växelpark och granska antalet funktioner och vilken kapacitet det interna nätet har, kan Ericsson föreslå hur kommunikationen kan effektiviseras och optimeras

ytterligare. Den här typen av översikt är en konsulttjänst som är attraktiv för flera svenska storföretag, vilka gjort stora investeringar i Ericssons företagsväxel MD 110. Inom Stora Enso fanns sedan tidigare ett behov av förbättrad telekominfrastruktur. Ökad närhet ger bättre service till företagets kunder och förbättrar samtidigt kontaktmöjligheterna för övriga interna och externa intressenter inom Stora Enso. Den utvärdering av befintliga växelprodukter som nu gjorts ska ligga till grund för en anbudsfrågan som går ut brett till marknaden.

– Samarbetet med Ericsson har utvecklats från skepsis från vår sida till en intressant dialog. Slutsatsen av undersökningen är att MD 110 är en stabil och bakåtkompatibel (fungerar med tidigare versioner) växelplattform som ger oss möjlighet att möta framtida tekniker i den takt vi önskar. Det är viktigt för oss att kunna bygga vidare på den utrustning vi har för att hålla nere kostnaderna, säger Lars-Gunnar Olsson, områdeschef vid Stora Enso Service.

Stora Enso och andra storföretag i Norden, däribland SAS, är viktiga kunder på den referenslista Ericsson Enterprise tar fram som underlag för fortsatta affärer.

– Samarbetet med Stora Enso har varit något av en försöksverksamhet som gått bättre än väntat. Vi har insett att företagskunderna är mycket nyfikna på

den här typen av tjänster, samtidigt som det ofta genererar merförsäljning i form av hårdvara, säger Magdalena Örtendahl, säljansvarig för Enterprise i Norden.

Tjänsteaffärer, eller Telecom Optimization Services, är ett av de fem lösningsområden Ericsson Enterprise prioriterar i sin nysatsning. Mobila datalösningar, Mobile Data Solutions, har samma inriktning. Ericsson har bra förutsättningar även här och satsar stort på utveckling tillsammans med partner som HP och systemintegratören Martinsson. Potentiella kunder är företag och myndigheter med behov av specialkomponerade mobila kommunikationslösningar. Det har visat sig att slutkunderna ofta saknar kunskap om Ericssons företagsutbud.

– Många företag har uppfattningen att Ericsson Enterprise ligger långt ned i värdekedjan. Det måste vi ändra på. Vi ska gå ut oftare direkt till kund och inte överlåta all kommunikation till våra säljpartner, säger Jens Gregers Jensen, säljchef för Enterprise-teamet inom NOBA.

Medan affärerna håller på att växa till sig finns det en hel del utmaningar för Enterprise att ta tag i. Det kommer till exempel att behövas en översyn och en komplettering av de säljrelationer Ericsson byggt genom åren. Företagsmarknaden förändras snabbt och framtidens affärer handlar inte bara om företagsväxlar, utan även om att sy ihop statsnät och omfattande säkerhetslösningar. För detta krävs stora, starka partner som är villiga att investera i kompetensutveckling. Samtidigt vill Enterprise i vissa fall bli mer synligt ute hos slutkunderna.

– Det gäller att hitta en balans mellan att jobba med ett distributionsnätverk, som vi fortsätter att vara starkt beroende av, och samtidigt bli mer aktiva i direktkontakten med företagskunderna, säger Jens Gregers Jensen.

sedan sist

Dags för dialog

Tiden är inne för att göra sin röst hörd i Dialog igen. Det här året genomförs undersökningen för första gången samtidigt inom hela Ericsson.

Inbjudningarna att delta skickades ut förra veckan. Ericssons ledning har aktivt deltagit i utformning-



en av årets Dialog-undersökning. Resultaten kommer att användas för att utarbeta en gemensam handlingsplan och mål för organisationen under nästa år. Detta ska också vävas ihop med arbetet med Ways of Working som Carl-Henric Svanberg presenterar på Aktuellt-sidan i det här numret av Kontakten.

– Jag uppmanar alla anställda att delta och därmed bli en del av såväl den lokala som globala respons som Dialog ger. Det är också alla anställdas ansvar att aktivt delta i förändringar och förbättringar inom företaget, säger Cathrine Vincenti, kompetensansvarig inom Ericsson.

Vid sidan av möjligheten att upprätta gemensamma mål finns andra fördelar med att genomföra Dialog brett inom företaget.

– Det är mer kostnadseffektivt, eftersom en del lokal administration kan ersättas av ett centraliserat system, fortsätter Cathrine Vincenti.

Förberedelserna inför årets dialog har varit en utmaning rent logistiskt, berättar Cathrine Vincenti. Bland annat har registren över de anställda uppdaterats.

Men att genomföra en sådan här så pass omfattande undersökning samtidigt i koncernen har också varit en stor logistisk utmaning.

– Projektledarna för Dialog har jobbat hårt och mycket med att uppdatera de register som vi har över våra anställda med exempelvis e-postadresser. Att vi nu har dessa aktuella register kommer både vi på HR och andra att ha nytta av framöver, säger Cathrine Vincenti.

När väl resultaten har sammanställts faller det på lokala chefer att upprätta en handlingsplan som kommuniceras och efterlevs. Därefter sker uppföljningar.

Frågorna i Dialog handlar bland annat om kulturen i företaget, kompetens, motivation, effektivitet i organisationen, ledarskap och kreativitet.

Förra året låg svarsfrekvensen på 83 procent. Dialog är tillgängligt på 20 språk. Resultaten är klara i november.

Liknande undersökningar genomförs i andra stora företag som Microsoft, SAS, Telenor, Telia, Lucent, AT&T och Sun Microsystems.

CARI SIMMONS

cari.simmons@journalistgruppen.se

Franskt förvärv ger nya affärsmöjligheter

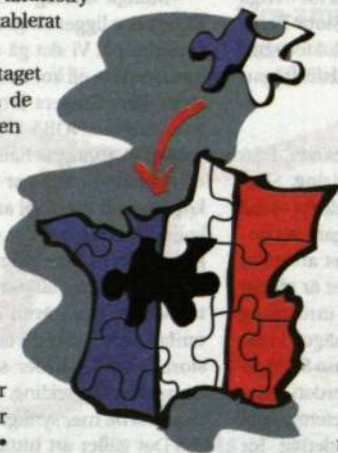
Köpet av det franska företaget Audilog stärker Ericssons kompetens och konkurrenskraft inom systemintegration i Frankrike.

ericsson Köpet slutfördes den 21 september. Hans Vestberg, chef för affärsområdet Global Services, säger att affären primärt naturligtvis är avsedd att öka affärsmöjligheterna i landet. Men han påpekade också att förvärvet sänder en signal om att Ericsson ser systemintegration som ett tillväxtområde.

Trots att Audilog, med sina 60 anställda, inte är ett särskilt stort företag är det känt för sin stora kompetens inom både systemintegration och service assurance. Frank Bouétard, chef för området systemintegration, understryker också att Audilog har etablerat starka band till operatörer.

– På egen hand har företaget varit för litet för att vinna de riktigt stora affärerna. Men med muskelkraften från Ericsson kommer nu den möjligheten, säger Frank Bouétard.

Flera andra företag var intresserade av att förvärva Audilog. Både Hans Vestberg och Frank Bouétard säger att Audilog på ett perfekt sätt motsvarar de behov som Ericsson har inom området.



Ännu en pusselbit på plats för Ericsson i Frankrike. Köpet av Audilog passar perfekt, där Ericssons tyngd kompletteras med Audilogs spetskompetens inom systemintegration. illustration: kerold klang

GSM-expansionen fortsätter i Ryssland

Banden med Rysslands största operatör Mobile TeleSystems (MTS) stärks genom ett GSM-expansionskontrakt, värt cirka en halv miljard kronor.

ericsson Kontraktet omfattar såväl mjuk- som hårdvara med leveranser fram till slutet av året. De basstationer som levereras har EDGE-funktionalitet, vilket möjliggör en smidig övergång till 3G när dessa licenser delas ut i Ryssland.



Expansionen medför en ökad kapacitet och täckning i Krasnodar, Tartarstan, Bashkortostan, Sibirien samt i de östligaste delarna av landet. Alexander Andrianov, vice president på marknadsenheten östra Europa och Centralasien, säger att kontraktet är ett bevis på MTS:s starka tilltro till Ericssons utrustning och professionalism.

Ericssons affärsrelation med MTS har omfattat utbyggnad av GSM i sammanlagt fem av Rysslands regioner. MTS har omkring 24,1 miljoner mobilabonnenter.

Sammanlagt i Ryssland står Ericsson bakom en fjärdedel av infrastrukturen för mobiltelefoni.



Den nyzeeländska glesbygden ska få bättre täckning. foto: bengt jansson/pressens bild

Bredband via satellit i Nya Zeeland

Företag och privatpersoner i Nya Zeelands glesbygd och på avlägsna Stillahavsöar får nu bättre tillgång till bredbandstjänster och snabbt

ericsson Internet. Ericsson Satellite Systems har tecknat ett femårigt avtal med operatören BayCity New Zealand.

Avtalet innebär bland annat att BayCitys kunder kommer att få snabba Internet-förbindelser på upp till 2 Mbps. Hastigheten kan så småningom öka till 8 Mbps.

BayCity har samarbetat med Ericsson i tre år, i första hand kring kommunikationstjänster riktade till glesbygd och avlägsna öar i Stilla havet. Bland annat har man hjälpt mjölkbönder att få bredbandsförbindelser till sina mejerier och installerat DSL-baserat bredband på Cooköarna.

Ericsson kombinerar i sin tur sina lösningar med satellitutrustning och tjänster från den thailändska partnern Ipstar.

Ipstar investerar just nu i en ny, stor satellitstation i Auckland.

Celebert besök stärker Ericssons roll i Kina

Kina ska utvecklas från den största telekommarknaden till en ledande industrigigant. Och i den utvecklingen har Ericsson en aktiv roll. Det utlovade Wu Yi, Kinas vice premiärminister, när hon besökte Ericssons huvudkontor nyligen.

Wu Yi räknas som världens näst mäktigaste kvinna och besöket vållade därför en del uppståndelse. Efter att hon fått höra presentationer om Ericsson, den kinesiska marknaden och Sony Ericsson, sade Wu Yi att hon var mycket nöjd med att Ericsson har en så pass stark närvaro i landet vad gäller forskning och utveckling.

– Den kinesiska marknaden potential är enorm, särskilt då när det gäller mobiltelefonens betydelse för livskvalitet och social utveckling, sade Wu Yi.

– Den kinesiska regeringen utlovar sitt fulla stöd till Ericsson och Sony Ericsson, fortsatte hon.

Styrelseordförande Michael Treschow sade att besöket var extremt värdefullt och viktigt för Ericsson i strävan att stärka företagets ledande roll på den kinesiska marknaden. Han påpekade att Wu Yi särskilt ville undanröja missuppfattningen att kinesiska konsumenter är sämre teknikerorienterade



När Kinas vice premiärminister Wu Yi besökte Ericssons huvudkontor nyligen fick hon bland annat en presentation av Sony Ericssons senaste telefoner. I samband med det passade Wu Yi på att undanröja missuppfattningen att kinesiska konsumenter är sämre teknikerorienterade än andra mobilanvändare.

foto: peter nordahl bild

än andra mobilanvändare, en uppfattning som många globala företag fortfarande har, enligt Wu Yi.

Mer än 315 miljoner kineser har mobiltelefon, varav 100 miljoner ringer via Ericssonnet. Tillväxten är cirka 60 miljoner nya användare per år. Ericssons andel av GSM-marknaden är cirka 35 procent. För CDMA är motsvarande siffra 15 procent.

Ericssons försäljningschef Bert Nordberg påpekade för Wu Yi att det sannolikt inte dröjer länge innan Kina går om USA som Ericssons största marknad för infrastruktur.

MICHELLE WALKDEN

michelle.walkden@journalistgruppen.se

Lyckat samarbete ledde till GSM-affär i Schweiz

Ericsson har blivit ensam leverantör till första fasen i utbyggnaden av Tele2:s nya GSM-nät i Schweiz. Affären ses som ett gott exempel på samarbete mellan ett lokalt Ericssonbolag och ett MCA (Multi-Country Account Team). Genom att operatörerna Tele2 och In&Phone fick varsin licens i slutet på förra året har antalet GSM operatörer vuxit från tre till fem i Schweiz. Tele2 är redan etablerat som fastnätoperatör i landet och är också återförsäljare av mobiltelefoni och andra teletjänster. Men företaget behövde ett eget mobilnät, bland annat för att kunna erbjuda sina fastnät-kunder avancerade mobila lösningar till bra priser.

Ericsson samarbetar med Tele2 i en lång rad europeiska länder. Arbetet med anbudet skedde i nära samarbete mellan lokalbolaget och Tele2/Millicom MCA. Teamet i Schweiz svarade för det viktiga förberedelsearbetet på plats medan förhandlingarna drevs av MCA i Stockholm.

GSM ska få ett lyft i Schweiz när Tele2:s nya nät byggs ut.



foto: pressens bild

Nokia och France Telecom i samarbete

Nokia och France Telecom har ingått ett strategiskt partnerskap för gemensam utveckling av multimedia-lösningar för mobiltelefoner.

Samarbetet, som även gäller tjänster och applikationer, har som mål att utveckla produkter och tjänster som ska göra det lättare att via mobiltelefonen koppla upp sig mot databaser i hemmet. En viktig aspekt i detta arbete är säkerhetsgarantin som måste vara maximal.

Tanken är också att de båda företagen ska dela sina erfarenheter och även använda resurser till att ta fram nya mobila tjänster. Företagen tror att det finns ett stort behov inom branschen för den här typen av samarbete mellan leverantör och operatör. Dels för att kunna möta den ökande konkurrensen och dels för den förestående konvergensen av it-, telecom och multimedia, skriver den svenska telekomtidningen telekomidag.



Google via sms skiljer sig markant från samma söktjänst på nätet.

Google som sms-tjänst för amerikaner

Nu kan amerikanska mobilanvändare söka på Internet-söktjänsten Google via sms. Men det liknar mer den svenska söktjänsten Eniro än **omvärd** den traditionella Google, skriver den svenska nyhetsajten Allt om mobil kommunikation.

Söker man på Google på Internet får man upp länkar till sidor som har med ens sökord att göra. Men på Google via sms får man varken se länkar eller sidor. I stället skickar användaren in ett textmeddelande med en specifik fråga.

Alla svar skickas tillbaka som rena sms. Du kan få reda på adressen till företag, restauranger eller affärer. Det går också att få reda på priser på varor eller rentav synonymer från en ordlista. Målet är tjänsten ska fungera över hela världen.

till sist

text: jonas blomqvist, kontakten@ericsson.com

foto: jonas blomqvist

Dubbla roller i Portugal

Det har varit ett hektiskt år för Ericsson i Portugal. EM-slutspel i fotboll, jättefestivalen Rock in Rio. 3G-lanseringar för alla de tre mobiloperatörerna och en regering fast besluten att investera tungt i bredband.

Mitt i smeten sitter Fatima Raimondi, med sina dubbla roller som försäljningsansvarig och chef för lokalbolaget.

– Just nu är en väldigt bra tid för telekom i Portugal, säger hon.

Brasilianskan Fatima Raimondi har arbetat på Ericsson i 20 år, varav de senaste 10 i Portugal. Från årsskiftet har hon varit försäljningsansvarig och chef för Ericsson i Portugal, ett jobb som innebär kontakter med fastnätoperatörer, myndigheter, mindre företag, och förstås en full satsning på de tre stora mobiloperatörerna: TMN, Vodafone och Optimus.

I Portugal har det aldrig hänt mer än nu. Två skeden som pågår parallellt och påverkar framtiden dramatiskt är lanseringen av 3G och starten på vad som skulle kunna bli en rejäl bredbandsutbyggnad. När det gäller 3G är det Ericsson som bär facklan i Portugal.

– Vi spelar en viktig roll, säger Fatima Raimondi. Som huvudleverantör till de tre operatörerna måste

vi försäkra oss om att våra kunder känner förtroende för den nya tekniken och att de första slutanvändarna får en väldigt bra start.

Vodafone var först ut med lansering i april, följda av TMN och Optimus. Nu när 3G-terminaler finns att tillgå är det en tävling mellan operatörerna att med nya tjänster locka till sig kunder.

Ericsson är ett starkt varumärke i Portugal. Ryktet som mobilleverantör är gott sedan den framgångsrika lanseringen av Telcels (idag Vodafone) GSM-nät 1992. Ericsson är dock inte lika välkänt som bredbandsleverantör, men det är Fatima Raimondi fast besluten att ändra på. Idag är det få som har bredband, men från regeringshåll trycker man på hårt med en målsättning om en penetration på 50 procent 2005.

– Många säger att det är ett överambitiöst mål, säger Fatima Raimondi, men det kommer att innebära ett genombrott för bredband, vilket är bra för oss.

– Det är avgörande för Portugals utveckling som informationssamhälle att fler får tillgång till snabb och tillförlitlig information, förutom att företagen blir mer effektiva. Vi jobbar hårt för att bli delaktiga i den här utvecklingen.

Mellan kundmöten satsar Fatima Raimondi på att hålla ångan uppe hos de 180 anställda. Efter 20 år inom Ericsson och 10 år i Portugal njuter hon av sitt arbete:

– Jag brukar alltid säga att jag inte vet om jag kommer att stanna här för alltid, men det är så mycket som händer inom telekom i Portugal – det är en underbar tid.

Fatima Raimondi är förväntansfull inför de satsningar på 3G och den omfattande bredbandsutbyggnaden som står för dörren.

