

KONTAKTEN

TIDNINGEN FÖR MEDARBETARE
INOM ERICSSONKONCERNEN

12.2004

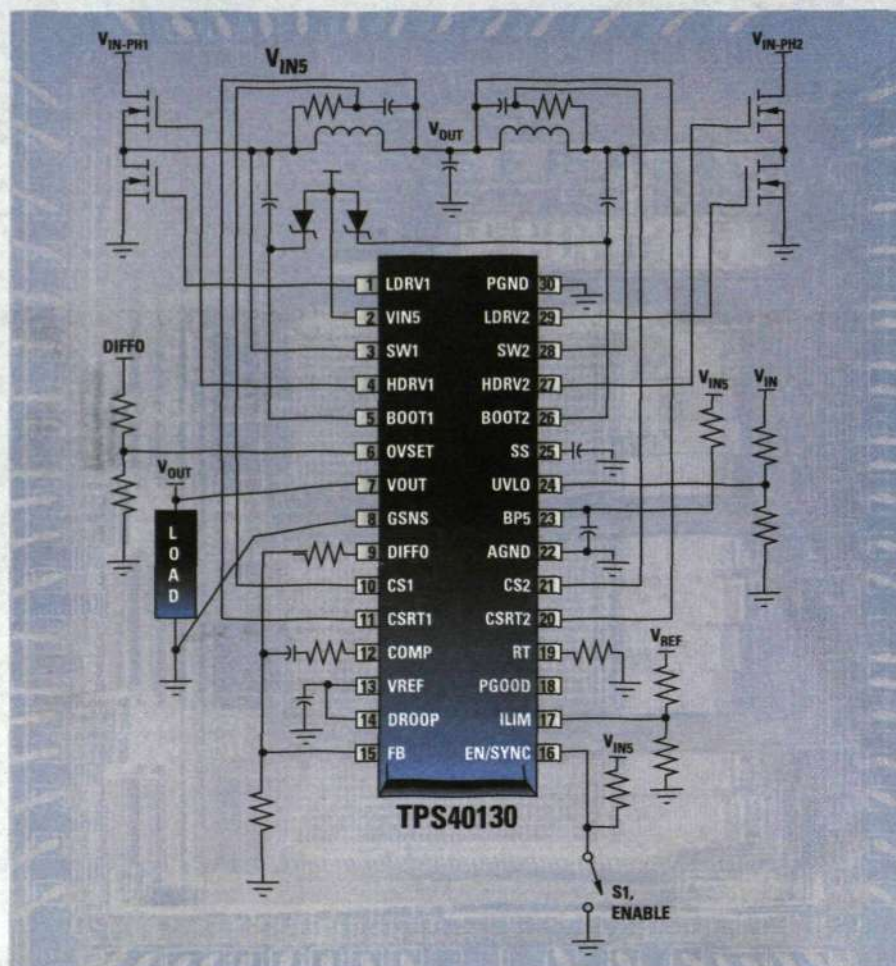
▽ Illustration: Studio Kongo



På väg mot nya arbetssätt

6-12

Two-Phase Buck Controller with integrated MOSFET drivers



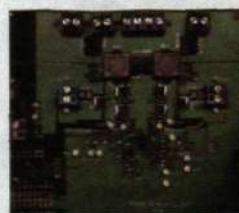
► TPS40130 Applications

- DDR memory banks
- Graphic cards
- Internet servers
- Networking equipment
- Telecom equipment
- DC power distributed systems

► TPS40130 Features

- 2-phase interleaved operation
- Integrated adaptive gate drivers
- 3-V to 40-V power stage operation range
- Programmable switching frequency up to 1 MHz/phase
- Current mode control with forced current sharing
- True remote sensing differential amplifier

Device	V _{IN} (min)	V _{IN} (max)	I _{OUT} (A) Per Phase	Number of Phases	Pin/Package
TPS40007/09	2.25	5.5	15	1	10-HTSSOP
TPS40020/21	2.25	5.5	25	1	16-HTSSOP
TPS40054/55/57	8	40	20	1	16-HTSSOP
TPS40060/61	10	55	10	1	16-HTSSOP
TPS40070/71	4.5	28	20	1	16-HTSSOP
TPS40090/91	4.5	15	30	4	24-TSSOP
TPS40130	3	40	30	2	30-TSSOP



Evaluation Module
NEW Power Management
Selection Guide,
Samples, Datasheets

www.ti.com/tps40k-e ○ 08 - 587 555 22

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

Lars-Magnus Kihlström, 08-588 331 35
lm.kihlstrom@journalistgruppen.se

Michael Masoliver, 08-588 330 16
michael.masoliver@journalistgruppen.se

Michelle Walkden, 08-588 331 49
michelle.walkden@journalistgruppen.se

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

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

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

Dermot McGrath
kontakten@ericsson.com

Peter Gotschalk
kontakten@ericsson.com

John Maxwell Hobbs, 070-638 97 36
john.hobbs@journalistgruppen.se

projektledare

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

biträdande redaktör

Jenz Nilsson, 08-588 331 38
jenz.nilsson@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 · Mobile Internet Forum	5
special · Our Ways of Working	6-12
rakt på sak · Håkan Eriksson	14-15
ericssons kunder · TIM	16-17
ericsson runt	19
Ericssons kredit på rätt väg	20-21
Frukost med Carl-Henric	23
Koll på Japan	24-26
Den perfekte säljaren	28-29
sedan sist	30-31
Första dagen på Ericsson	32



Betydelsen av en företagskultur

Vad är en företagskultur? Vilken roll spelar den egentligen?

Det var frågor jag grubblade på när jag kom som ny till Ericsson i maj 2002. Vi var mitt i en omstrukturerings och ingen visste när den skulle bli klar.

Det som slog mig mest som nykomling var hur nästan alla jag mötte i firman bet ihop trots det påfrestande läget. Frustration, ja. Men inte handlingsförklaring. Jag tror att sånt har med företagskulturen att göra. Vi vet vilka vi är. Vi vet vad vi kan och vi vill vara stolta över vad vi utträttat tillsammans. När det såg som tuffast ut funderade jag ibland över om det fanns en risk för att vi skulle drabbas av en kollektiv depression, men det var väl för att jag inte begrep mig på vår företagskultur – då.

Idag, två och ett halvt år senare, känns det som om jag har börjat förstå. Det var just kulturen som var plattformen.

Ta bara det faktum att vi har klarat av våra 3G-utrullningar och försvarat vår position som branschens främsta systemleverantör, samtidigt som personalstyrkan på Ericsson har mer än halverats. 3G-kontraktet med Cingular i USA nyligen är också det bästa kvitto vi kan få på att vårt företag är på rätt väg.

Samtidigt har vi jobbat igenom strategin och sett till att den blir välkänd inom Ericsson. Vi har också vår nya varumärkesplattform som lever i symbios med vårt sätt att vara och jobba. Allt vi gör och allt vi säger är det som skapar den sanna bilden av Ericsson.

Nu har vi också fått resultatet av årets dialogundersökning. Det var en kick. Den visar förvisso att vi har områden där vi kan bli mycket bättre. Men för min del gläds jag mest åt engagemanget. Mer än 90 procent har svarat på undersökningen. Jag har jobbat i flera andra stora företag. Dialogundersökning 2004 på Ericsson slår allt jag sett. 90 procent!

Nu ska vi jobba igenom resultaten. På min egen avdelning blir det fokusering på tydligare roller och ansvarsfördelning samt operational excellence. Dialog är värt att ta på allvar, vilket ni Ericssonmedarbetare har visat att ni gör.

Vi i koncernledningen vill kvittera med att tacka för engagemanget, det tar vi verkligen på allvar!



spalten

Henry Sténson
informationsdirektör
och ansvarig utgivare

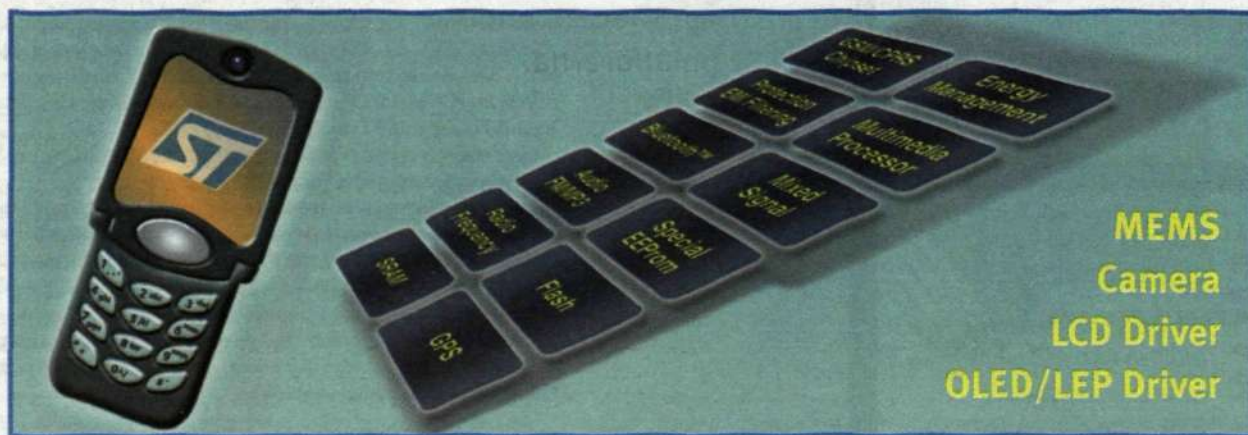
Want a technology partner that's as dedicated as you to producing new wireless solutions?

ST HAS A TRACK RECORD SECOND TO NONE IN WIRELESS

ST's position among the world leaders in Wireless ICs reflects more than just a range of products second to none in terms of diversity and technology. It also reflects our ability and willingness to work closely with our partners in the industry, responding to their needs with new technologies and products backed by our impressive portfolio of IP, especially in consumer multimedia applications. And now, for example, with our MEMS accelerometer technology we are helping push the borders of the man machine interface for wireless communications even further.

ST's solutions are, without doubt, the answer for optimum mobile phone autonomy (talk time and stand-by time), audio quality, hardware flexibility, reliability and value added features.

- Memories
 - NAND/NOR Flash, Multiple Memory Serial Non-Volatile Memories, SRAM
- Display Drivers for LCD and OLED
- RF Discretes and ICs
- Smart Card ICs
- Protection devices
- Linear and Logic ICs
- Integrated Passive and Active Devices (IPADs)
- Audio devices
- Digital camera sensors
- Nomadik application processor
- GPS location
- MP3 music decoding
- FM radio
- Bluetooth™ wireless connectivity
- Complete battery chargers
- MEMS Accelerometer



Want more information? Go to www.st.com/wireless or contact the ST sales office in Sweden:

Borgarfjordsgatan 13, Box 1094, SE-16425 Kista

Tel. +46 8 58774400 - Fax. +46 8 58774411



Helping lead the way

aktuellt: mobile internet forum

text: lars-magnus kihlström, lm.kihlstrom@journalistgruppen.se

foto: patrick gutenberg



Ericssons nya tagline Taking You Forward dominerade deltagarnas synfält under Mobile Internet Forum i Zürich. Vinnare av Ericsson Mobile Application Awards blev från vänster Eberhard Shoneburg, Artificial Life, Christian Steinborn, Gavitec, Stina Åkesson, Softhouse och Martin Wenhov, Wayfinder.



Forum för framgång i Zürich

400 representanter för operatörer, mediabolag och applikationsutvecklare samlades i början av december på Ericsson Mobile Internet Forum i Zürich med ett enda gemensamt mål: Att få ännu bättre fart på affärerna. Ett par heta nyheter kryddade dessutom dagarna i Schweiz.

Ericssons nya tagline Taking You Forward lyste i eldskrift över fasaden på hangaren på flygplatsen i Zürich – lokalen för en av forumets tre delar, finalen i Ericsson Mobile Application Awards. Inne i byggnaden illustrerades forumets övergripande tema Speed, med hjälp av formationer av jaktplan som dånade fram över väggen, projicerade på enorma skärmar. Lokalen var stämmig, full av konferensdeltagare som var angelägna om att fortsätta de resonemang som startats tidigare under dagen.

Ericsson Mobile Internet Forum, som i år hölls för sjätte gången, är annorlunda mot andra konferenser, säger flera deltagare. Och mottot Taking You Forward passar sällan så bra in på ett evenemang som på detta. Veiko Sepp, chef inom marknadsenheten Norden & Baltikum (NOBA) och en av initiativtagarna till forumet, säger att evenemanget alltid handlat om det – att hjälpa operatörer, utvecklare och andra parter framåt.

– En del av Forumets själ är att vi tillsammans med parterna ska dela erfarenheter och insikter för att tillsammans göra bättre affärer, säger han.

Evenemangets första del är en konferens – själva forumet – med presentationer och diskussioner. I år var huvudämnen företagslösningar, mobil media och mobil marknadsföring. Det blev också diskussioner kring prissättning och hur intäkterna från mobilapplikationer ska fördelas mellan utvecklare och andra parter.

– Jag känner till vår syn på marknaden, men här kan jag lära mig förstå andra aktörer bättre, säger Paolo Baldriga från den italienska operatören Wind, som besökte forumet för andra året i rad.

Under forumet presenterades också Ericsson Mobile Organizer, en produkt som gör det möjligt att sköta sin företagsmejl från mobilen. Produkten väckte stort intresse från flera av operatörerna.

Uppståndelse väckte även nyheten att Ericsson och Warner Music International inlett ett samarbete kring ringsignaler, artistlogotyper, autografer och liknande via Ericssons M-USE-lösning för nedladdningsbar musik. Avtalet ger Ericsson rätt att distribuera musiktjänsterna på 28 marknader runt om i Europa.

På kvällen avgjordes Ericsson Mobile Application Awards vid en gala som öppnades av Ericssons koncernchef Carl-Henrik Svanberg. Av mer än 200 anmälda applikationer gick tolv till finalen. Galapubliken och en jury röstade fram den bästa i de fyra kategorierna med hjälp av SMS.

I år vann klassen för bästa företagsapplikation av Gavitec med sitt system för att läsa optiska koder, till exempel streckkoder, både med hjälp av mobilen och från mobilens display. Informationsklassen vanns av Wayfinder som utvecklat ett GPS-baserat kart- och navigationssystem för mobil. Priset för bästa spel gick till den virtuella flickvännen V-Girl, utvecklat av Artificial Life, Inc. Slutligen fick Softhouse priset för bästa underhållningsapplikation för Twin Factor, en applikation som talar om vilken kändis man är mest lik och visar det i en morf-sekvens via MMS. Evenemanget avslutades följande dag med en så kallad matchmaking-session där operatörer och applikationsutvecklare knöt kontakter. Ett fyrtiotal utvecklare fanns på plats för att visa sina produkter.



Nya arbetssätt i blickfånget

Affärstrategierna är definierade och den nya varumärkesplattformen är på plats. Men inget av detta blir verklighet **om inte människorna inom hela företaget** är engagerade och motiverade. På flera håll inom Ericsson är arbetet i full gång med att anpassa de nya arbetssätten till en lokal verklighet, med utgångspunkt från årets dialogresultat och boken *Our Ways of Working*.



foto: tommy johansson



” Vi har många positiva resultat i dialogenkäten men det finns områden som vi måste jobba med.

Marita Hellberg

I början av november blev resultatet av årets dialogundersökning klart. Speciellt för året är att resultatet kommer samtidigt som koncernen befinner sig mitt uppe i arbetet med att förverkliga Ericssons nya arbetsätt, Our Ways of Working. Därmed blir Dialog en viktig måttstock på hur arbetet med att bygga den förnyade företagskulturen går. Många enheter har valt att gå igenom dialogresultatet och samtidigt ha det seminarium, som ska hållas i anslutning till boken Our Ways of Working.



Pär-Anders Pehrson

– Det tycker jag är en bra lösning eftersom flera av frågorna i Dialog hänger ihop med Our Ways of Working, säger Pär-Anders Pehrson, ansvarig för ledarskap inom Ericsson.

Stark koppling till Our Ways of Working har Human Capital Index (HCI), som är ett av de viktigaste måtvärdena i Dialog. Mycket enkelt förklarar man säga att Human Capital mäter hur mycket de anställda och deras arbete bidrar till att ge Ericssons kunder mervärde och därigenom leva upp till koncernens affärs mål.

HCI omfattar sex områden, kompetens, motivation, samarbete, organisatorisk effektivitet, befogenheter samt ansvar och initiativ. Årets HCI ligger på 58 procent jämfört med 56 procent vid mätningen förra året.

Förutom Human Capital är Empowerment ett av de viktigaste och mest använda måtvärdena i Dialog. Mätvärdet handlar om vad medarbetarna vill, får och kan och visar delaktigheten i beslut och möjligheten till egna initiativ. Vid årets mätning kom Empowerment

på 24 procent vilket är lite sämre än det tidigare värdet på 25 procent.

– Årets resultat för HCI och Empowerment går inte riktigt att jämföra med resultaten från förra dialogundersökningen eftersom vi då inte nådde hela koncernen och mätningarna var utspridda över hela året. Med hänsyn till det så är årets resultat bra, säger Marita Hellberg, Ericssons personaldirektör.

Det som framför allt påverkar HCI positivt är bland annat kundförståelse, tydliga mål och bra ledarskap. Organisatorisk effektivitet är ett område där det skett stora förbättringar, från 39 till 49 procent på ett år.

– Vi har många positiva resultat i dialogenkäten men det finns områden som vi måste jobba med,



Marita Hellberg



Katrineholm visar vägen

Det lönar sig att arbeta med resultaten från tidigare dialogresultat. Det är Ericssons produktionsenhet i Katrineholm ett bra exempel på. Här ökade Empowerment Index från 20 till 31 i den senaste dialogundersökningen, vilket var resultatet av ett antal aktiviteter på enheten under 2004.

Katrineholms-enheten, som är del av Business Unit Systems, tillverkar produkter inom områdena mobila stornät och fasta nät. En av enhetens viktigaste mål är hög leveransprecision – att leverera i tid till kunderna, bland annat Ericsson-enheter.

I den senaste Dialog uppnådde Katrineholm ett Human Capital Index på 56 och en motivationsindikator på 51. Det mest uppseendeväckande resultatet var ökningen av enhetens Empowerment Index till 31, jämfört med Ericsson-koncernens genomsnitt på 24.

– Vårt deltagande i undersökningen var mycket högt, 90 procent. Resultatet kommer att utgöra grunden för vidare förbättringsarbete och aktiviteter, och det är viktigt att alla deltar i det arbetet också, säger Tormod Kristiansen, chef för Katrineholms-enheten.

Under 2004 har man fokuserat på fyra områden – leveransprecision, kostnadseffektivitet, industrialiseringsförmåga samt ledarskap och motivation – allt för att förbättra förmågan

att leverera. I augusti omorganiserades enheten för att skapa en mer kundorienterad organisation och för att klargöra roller och ansvarsområden.

Enheten har också arbetat konsekvent med resultaten från tidigare dialogundersökningar. Alla avdelningar har genomfört handlingsplaner för att, till exempel, förbättra samarbetet inom arbetsgrupperna och öka kompetensen. Alla anställda har haft utvecklingssamtal med sina chefer, med tyngdpunkt på varje enskild individ.

Dessutom har man haft regelbundna personalmöten för att förmedla enhetens mål och kontinuerligt informerat de anställda om kunderna, vilket resulterade i en högre poäng inom dialogkategorin kundfokus.

Cheferna har nu informerat de anställda om undersökningsresultaten. Efter det startar arbetet med att ta fram handlingsplanerna, och förbättringsaktiviteter kommer att genomföras under nästa år.



Tormod
Kristiansen

JOHAN-GABRIEL FRITZ
johan.fritz@journalistgruppen.se

Högt deltagande och nya frågor

När Dialog genomfördes tidigare i höstas var det femte året i rad. Årets undersökning skiljer sig dock från tidigare enkäter.

– Det var första gången som vi genomförde Dialog samtidigt för hela koncernen och det ska vi nu göra varje år, säger Marita Hellberg, Ericssons personaldirektör.

Deltagandet i årets undersökning var högt, över 43 400 personer, vilket är drygt 90 procent av de anställda. Enkäten gick ut i tjugotalet språkversioner.

– Deltagandet är faktiskt exceptionellt högt i en jämförelse med andra storföretag där deltagandet brukar ligga på runt 65 procent. Det är glädjande att så många deltog och det tyder på att vi har engagerade medarbetare. Av resultatet framgår också att cirka 70 procent av personalen tycker att Ericssons värderingar känns angelägna, tillägger hon.

Cathrine Vincenti, som är ansvarig för dialogundersök-

ningarna, berättar att årets undersökning är en uppgraderad version av fjolårets och några nya områden finns med. Diversity, alltså olikheter när det gäller till exempel bakgrund, kultur och kön är ett område. Ericssons grundvärderingar, som är en del av Our Ways of Working, är ett annat nytt område och detsamma gäller för operational excellence.

– En annan nyhet i årets undersökning är att det finns en verktygslåda, som förklarar hela processen för cheferna. Där ska dessa fylla i de aktiviteter som är planerade för den egna enheten. Det sätter lite press på cheferna att få fart på aktiviteterna eftersom chefschef kan gå in och se vad som görs, förklarar Cathrine Vincenti.



Cathrine
Vincenti

fortsätter Marita Hellberg och nämner IS-IT som ett.
– Det är främst inom programvaruområdet som vi måste förbättra oss. Här pågår arbete med att göra systemen stabilare och mer effektiva.

Förbättringar behövs också när det gäller medarbetarnas förväntningar på organisatoriska roller och ansvar. Det här berör även operational excellence, där flöden och processer måste klarläggas bättre. Visserligen har operational excellence förbättrats men det finns mer att göra, säger hon.

När man tar en hastig titt på dialogresultatet för hela Ericsson är det de positiva staplarna som dominerar stort. Men det finns ett undantag och det gäller arbetsbelastning och stress.

– Visserligen är det glädjande att vi har mycket att göra men inte att många känner negativ stress. Till

vissa delar kan detta nog förklaras av att många upplever organisationen som oklar, vilket är frustrerande. De stora förändringar som skett har varit jobbiga för många och vi måste arbeta med att göra organisationen klarare med rätt person på rätt plats, betonar Marita Hellberg. Hon fortsätter:

– Det viktiga nu är att varje enhet inom Ericsson tar itu med de problem som synliggjorts i dialogresultaten, det underlättar i det fortsatta arbetet med Our Ways of Working. Detsamma gäller koncernledning som också bör beakta resultatet och föregå med gott exempel.

– I nästa års Dialog kommer vi att kunna se resultatet av det arbete som nu sker och hur framgångsrik varje chef varit. En liten del av de högsta chefernas STI (Short Term Incentive) kommer att vara relaterat till dialogresultatet nästa år.

En viktig del på vägen mot Ericssons nya arbetsätt är de seminarier runt Our Ways of Working som ska hållas innan årets slut. De uppföljningar som görs månadsvis visar att så många som upp mot 70 procent av alla enheter genomfört sina seminarier fram till december.

Under hösten har alla medarbetare fått en bok på 28 sidor med titeln Our ways of Working. I den beskrivs hur Ericsson ska arbeta för att nå målet att vara globalt ledande inom telekomindustrin. På intranätet finns dessutom en arbetsbok som ska användas vid seminarierna för Our Ways of Working. Arbetsboken togs fram i september och är till för att stödja och styra seminarierna och säkerställa att rätt diskussioner äger rum runt de fem områden som tas upp.

– Det är operational excellence, våra värderingar



Ikeas ledning reser runt med resultatet

Möbelvaruhuset Ikea, med drygt 200 butiker i över 30 länder och 85 000 anställda, är ett av de företag som regelbundet använder medarbetarundersökningar, som är uppbyggda på samma sätt som Ericssons Dialog. Ericssons och Ikeas samsyn på företagskultur och värderingar gör dessutom Ikea till ett bra företag att jämföra dialogarbete med.

– Här kallar vi undersökningen för Voice och genomför den minst vartannat år inom hela företaget. Hälften av våra varuhus har valt att genomföra den varje år, berättar Lars Gejrot, som är personalchef på Ikea.

När han och Ikeas VD reser runt till de olika varuhusen har de med sig resultaten från Voice som underlag för diskussioner.

– Då har vi möjlighet att ge både ris och ros, säger han och tillägger:

– Resultaten från Voice är egentligen inte någon concernfråga utan en bra grund för företagets enhetschefer att använda i förbättringsarbetet tillsammans med medarbetarna.

Ledarskap, motivation och möjligheten att själv påverka sin arbetsituation och utveckling, är frågor som står i fokus för Ikea.



Lars Gejrot

Ett annat viktigt område är Diversity, olikheter vad gäller kön, ålder och nationalitet.

– Det handlar inte främst om någon rättvisefråga utan bakgrunden är kommersiell. För Ikea är det viktigt att varje varuhus speglar sitt marknadsområde och i enkäten vill vi undersöka medarbetarnas inställning och erfarenhet av mångfald, förklarar han.

Lars Gejrot betonar att det är varje varuhus som äger Voice-resultatet och använder det som en grund för att införa förbättringar.

– Att Voice-enkäten leder till praktiskt förbättringsarbete är viktigt och gör att medarbetarna känner delaktighet. Det har vi märkt genom att resultaten i nästa undersökning gett avsevärda förbättringar, säger han.

På Ikea kommer man att fortsätta att använda Voice. Lars Gejrot tror att det kan vara dags att revidera enkäten om ungefär tre år.

– Ikea och Ericsson har samma syfte med sina medarbetarundersökningar, att genomföra förbättringar framför allt i lokalt arbete tillsammans med medarbetarna. Vi har också börjat titta på begreppet Diversity bland annat i våra dialogundersökningar och i det arbete som varje enhet gör inom Our Ways of Working, säger Cathrine Vincenti, som är ansvarig för Dialog på Ericsson. •



foto: lars åström



foto: ecke küller

>> och våra riktlinjer när vi gör affärer, alltså "guiding principles in doing business". Två andra områden är ledarskap och vårt åtagande, det vill säga "people commitment", vad de anställda kan förvänta sig av Ericsson och vad företaget kan förvänta sig att få tillbaka, förklarar Pär-Anders Pehrson.

Under seminarierna ska de fem områdena appliceras på medarbetarnas egen lokala vardag.

I arbetsboken finns en meny av frågor, som både gäller den enskilde medarbetaren och gruppen. Tanken är att skapa debatt kring de områden som tas upp. Vissa frågor kan behöva följas upp och dessa går vidare till enhetens personalchef.

Inom operational excellence ska tre förbättringsområden med tre uppgifter identifieras och dessa måste vara avklarade inom ett år.

Det femte området som tas upp i seminariet gäller

ledarskap. I fem frågeställningar ska gruppen öppet diskutera sin chef.

– Den här typen av seminarier har vi inte haft tidigare. Att det finns intresse för de områden som tas upp märks av de många frågor som spontant skickas in till Carl-Henric Svanberg, säger Pär-Anders Pehrson.

– Öppen, rak och ärlig kommunikation är en viktig del i det nya arbetssätt som ska präglade Ericsson. Boken Our Ways of Working är viktig men seminarierna runt den är lika viktiga för utan dem händer ingenting, avslutar han.

Seminarier har nu hållits runt om på Ericsson. Kontakten gjorde korta nedslag i Kina och Italien.

– Den 18 oktober höll vår chef här i Kina, Mats H Olsson, ett seminarium för sin ledningsgrupp på 22 personer. Under två timmar gick vi steg för steg igenom den arbetsbok som finns för Our Ways of Working,

berättar Diana Niu, som är personalchef på Ericsson i Kina, där koncernen har drygt 2 950 medarbetare.

– Det var ett mycket aktivt möte med många värdefulla bidrag från alla deltagare. När det gäller operational excellence på Ericsson i Kina var det många som tryckte på behovet av bland annat en försäljningsprocess, en leveransprocess och tydliga roller och ansvarsområden, säger hon.

Ett annat område som Diana Niu nämner är riktlinjerna för att göra affärer, där många var beredda att jobba extra mycket för att överträffa kundernas förväntningarna.

– Omedelbart efter seminariet dokumenterades vad vi kommit fram till och alla fick del av resultaten, säger hon.

Efter detta inledande semina-



Diana Niu



foto. ericsson arkiv

rium har cheferna börjat hålla sina seminarier. Diana Niu får månadsvisa rapporter av hur dessa fortskrider. Fram till slutet av november har ytterligare elva grupper haft sina seminarier och arbetet fortsätter nu längre ned i organisationen.

– Vi rekommenderar att seminarierna om Our Ways of Working hålls samtidigt med genomgången av dialogresultatet eftersom operational excellence, våra värderingar och medarbetarnas engagemang är områden som mäts i undersökningen. Dessa dialogresultat är en bra grund för diskussionerna medan innehållet i Our Ways of Working kan fungera som vägledande principer, förklarar Diana Niu.

– **Först var nog våra** medarbetare lite skeptiska inför seminarierna runt Our Ways of Working men efteråt har vi fått väldigt positiva reaktioner. Många har sagt att de upplever att något nytt är på gång,

säger Cesare Avenia, ansvarig för marknadsområdet Italien, där Ericsson har drygt 2 000 anställda. Fram till slutet av november hade mer än 65 procent av personalen deltagit i seminarierna.

Cesare Avenia tycker inte att det handlar om en ny företagskultur utan snarare om förnyelse. Ericssons grundvärderingar gäller fortfarande och utgör grunden för den förnyade kultur som nu byggs med hjälp av bland annat Our Ways of Working. Han säger att det behövs när konkurrensen nu blivit så mycket hårdare.



Cesare Avenia

– Fokuseringen på ett Ericsson är bra för oss i Italien. Det innebär att vi kan bli mer synliga inom koncernen. Med rätta är vi stolta över våra framgångar och nu blir det lättare för oss att dela med oss av våra kunskaper och

erfarenheter. Lagarbete har inte varit så populärt bland italienarna men den inställningen kommer att förändras, menar Cesare Avenia.

Han betonar det ansvar cheferna har att se till att handlingsplanerna, som seminarierna resulterat i, också förverkligas. Cheferna måste föregå med gott exempel och leva som de lär. Att kommunicera så alla förstår är nödvändigt. Marknadsenhetens hemsida är en viktig kanal, där chefernas uppdrag finns för alla medarbetare att ta del av.

– De årliga utvecklingssamtalen är ett gyllene tillfälle att följa upp hur förbättringsarbetet går och hur varje individ tar till sig Our Ways of Working. Kanske kan det behövas en ny omgång med seminarier. Hur vi lyckas leva upp till den förnyade företagskulturen på vår marknadsenhet får vi ett kvitto på i nästa dialogundersökning, säger Cesare Avenia. •



illustration: studio kongo

Praktiskt samarbete visar vägen framåt

Att arbeta nära kund är något som det ständigt talas om i samband med Our ways of Working. I Newbury i södra England är det redan verklighet. På Vodafone-Ericsson Technology Center. (VETC), det första utvecklingscenter som de båda företagen har tillsammans, arbetar man med gemensamma utvecklingsprojekt och demonstrationer av nya produkter.

– Att vi samarbetar tätt med Vodafone inom forskning och utveckling, FoU, är ingenting nytt. Det har vi gjort i flera år bland annat med projekt inom IP Multimedia och 3G-tester, berättar John Hayes, som är teknikchef på Ericsson i England.

Det var i början av året som Ericsson och Vodafone skrev under ett samarbetsavtal och samarbetet blev mer officiellt i och med att VETC bildades.

Patrick Waters, som är ansvarig för arbetet på VETC från Vodafones sida, tycker att utvecklingscentret fungerar bra.

– Det är roligt att se hur öppet och effektivt teknikerna arbetar tillsammans. De kommer från olika bakgrund vad gäller erfarenhet och företagskultur och alla är mycket motiverade. Här finns ett kreativt arbetsklimat som vi måste se till att behålla och vidareutveckla.



John Hayes

Det dagliga arbetet styrs av en ledningsgrupp med deltagare från båda företagen.

För det långsiktiga arbetet finns en styrgrupp, där Jan Uddenfeldt, ansvarig för teknikstrategi på Ericsson, delar ordförandeskapet med Mike Walker ansvarig för teknik på Vodafone.

– Den stora fördelen med centret är att man kan testa nya teknologier med kunden som till exempel IMS alltså IP Multimedia Subsystem. Man har redan demonstrerat VoIP, Voice over IP med 3G-terminaler och det finns möjlighet att göra tester med HSDPA, evolved 3G, säger Jan Uddenfeldt.

På VETC arbetar just nu fem personer. Det kan tyckas få men Michael Joyce, som är Ericssonanställd och har ansvar för det dagliga arbetet, förklarar:

– Just nu är vi tre från Ericsson och två från Vodafone som har vårt jobb här men beroende på vilka projekt vi jobbar med så är vi flera. Vi tar in



Patrick Waters

den kompetens som behövs och det kan vara medarbetare från båda företagen från många olika länder.

VETC har två uppgifter. Det fungerar som ett "showcase", en "utställningsmonter" med demonstration av nya produkter. Den andra uppgiften, som är väl så viktig, gäller utveckling av produkter och lösningar.

– När vi visar nya produkter är det på en teknisk nivå för tekniker och det är väldigt viktigt att våra demonstrationer är korrekta, förklarar John Hayes.

VETC har lokaler i samma hus som Ericsson i Newbury, bara några kilometer från Vodafones huvudkontor. Att det inte handlar om något vanligt utställningscenter syns på "inredningen" som bland annat består av många olika basstationer och växelutrustning. Förutom demoutrymmen finns labb för testverksamhet.

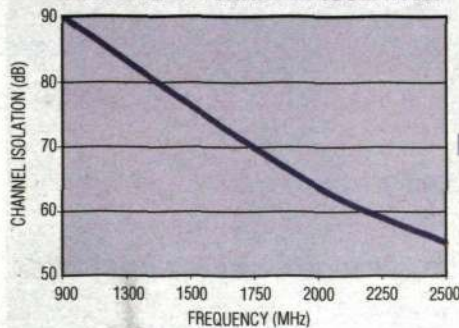
– Genom vårt samarbete med Vodafone har vi möjlighet att tillsammans testa utrustning från flera olika tillverkare på ett annat sätt än de tester som sker på Ericsson, säger John Hayes.

– Men testerna här ersätter inte de tester för interoperabilitet som Ericsson själva gör, förklarar han.

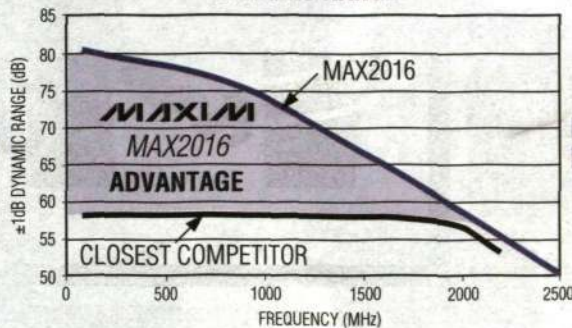
Vodafone och Ericsson tar tillsammans initiativ till och bemannar projekten i centret. Ericsson står för utrustning och Vodafone ger möjligheten att testa med nät som är i drift. Just nu är det flera nya projekt som ska påbörjas. Ett går under namnet Vision 2008. Det är ett stort uppdrag som går ut på att via mobiltelefonen ge slutanvändarna upplevelser som är personligt anpassade vid till exempel stora sportevenemang. Andra projekt gäller IMS, IP Multimedia Subsystem, där man har aktiviteter på gång tillsammans med Nokia och Siemens.

DUAL-RF POWER DETECTOR DELIVERS SUPERIOR PERFORMANCE AND INTEGRATION

**OUTSTANDING
CHANNEL-TO-CHANNEL ISOLATION**

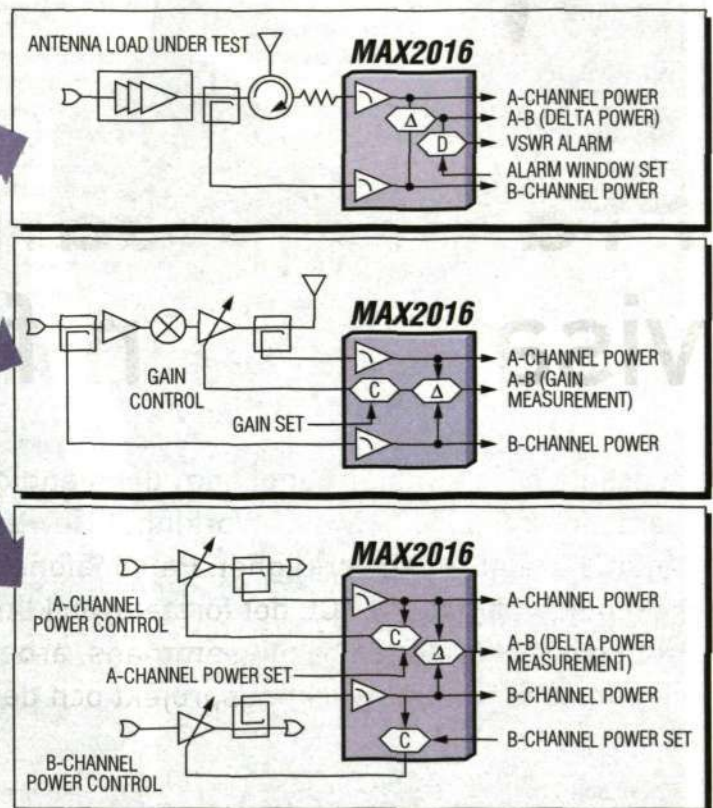


**SUPERIOR A-B
DYNAMIC RANGE**



**WORLD'S MOST
PRECISE MONOLITHIC
SOLUTION FOR
VSWR/RL, GAIN,
AND POWER
MEASUREMENTS!**

- ◆ Ideal for Many RF-Detection and Control Applications
 - ◆ VSWR/RL Measurements and Load Integrity Detection
 - ◆ Gain Measurements and Control
 - ◆ Power Measurements and Control
- ◆ Low-Frequency to 2.5GHz Operation
- ◆ Exceptional Precision over Temperature
 - ◆ Dual Log Detectors Track over Temp
 - ◆ Outstanding Dynamic Range Maintained—Only a 5dB Degradation over -20°C to +85°C!
- ◆ On-Chip Comparators and 2V Reference Enable Window Detection for VSWR and Power-Alarm States



**Free Product
Slide Rule!**
Visit website for details.



www.maxim-ic.com/DualDetector

FREE Wireless Design Guide, and High-Speed ADCs, DACs, and AFEs Design Guide—Sent Within 24 Hours!

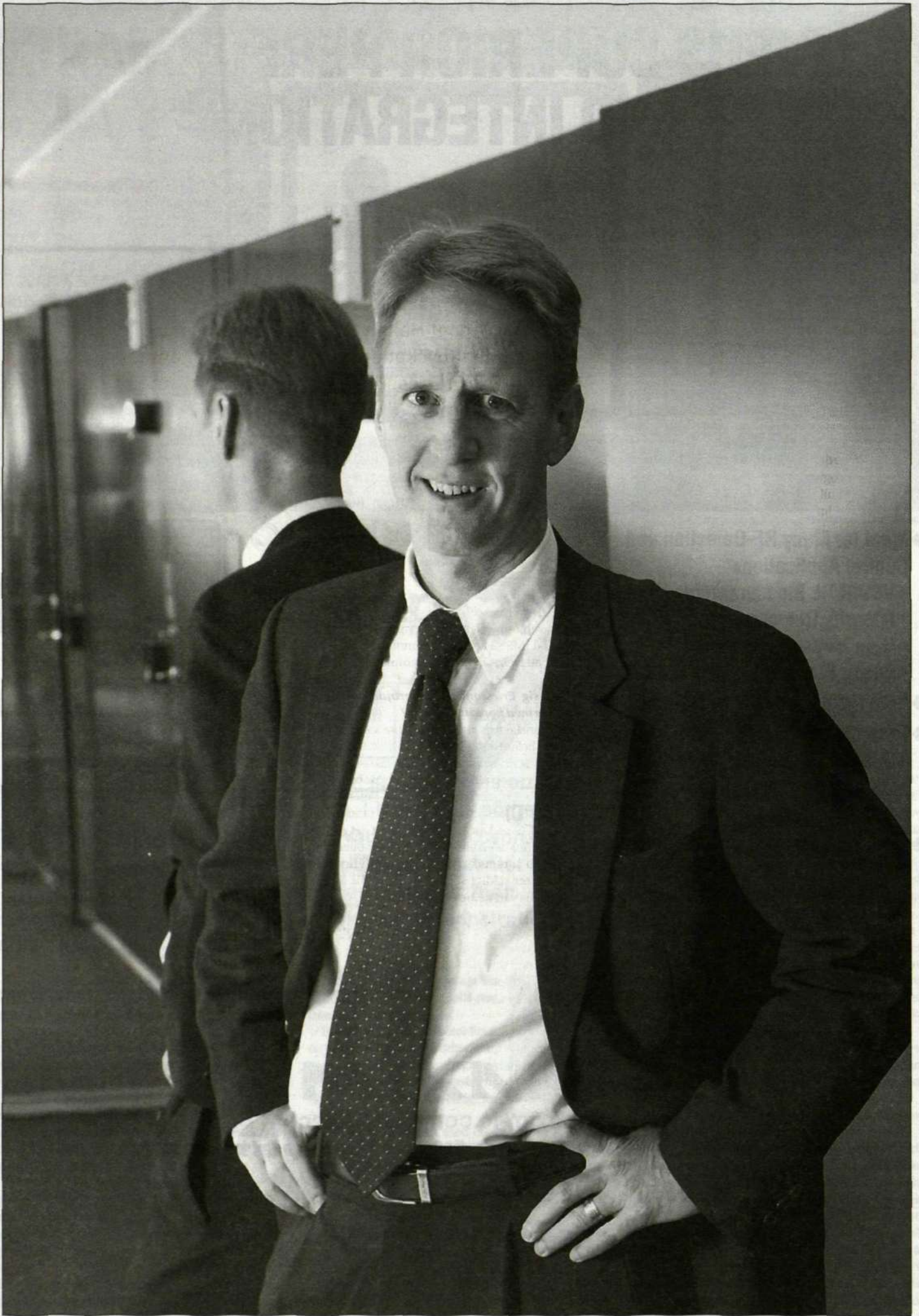
CALL 08 444 54 30 or FAX 08 444 54 39
For a Design Guide or Free Sample



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

Delat av Maxim/Dallas
program distribueras av
ELFA
175 80 JÄRFÄLLA
Tel 020-75 80 00
Fax 020-75 80 10
www.elfa.se

rakt på sak



Håkan Eriksson

Dubbelt tekniskt ledarskap för företaget. Ingen blygsam ambition, men det är målet för Ericssons FoU-chef Håkan Eriksson. Företaget är redan teknikledare inom vissa områden medan mycket arbete återstår inom andra. Hur är det exempelvis ställt med CDMA, IMS och Ericssons mjukvaruarkitektur? Kontakten ställde frågorna. Håkan Eriksson svarade.

Tekniskt ledarskap handlar om att både utöva technology push och att agera snabbt på technology pull, beroende på vilken tidshorisont vi talar om. Technology push innebär förmågan att tidigt se tekniktrender och utifrån det utveckla och ta fram lösningar långt innan kunderna börjar efterfråga dem, förklarar Håkan Eriksson.

– Men man kan också vara det företag som snabbast löser kundernas önskemål och utmaningar i samma stund de dyker upp – då behärskar man technology pull. Jag vill att Ericsson ska vara det främsta företaget i båda hänseendena, säger han.

Men vad garanterar att ett teknikledande företag är det företag som alltid gör det bästa finansiella resultatet?

– Flera undersökningar visar att det företag som är tidigt ute med forskning och standardiseringsarbete runt en teknik också är det företag som får flest kontrakt. För Ericsson är detta samband särskilt tydligt inom GSM och WCDMA där vi har bidragit med flest förslag till standarder och har högst antal kontrakt.

Hur måste Ericsson agera så att ställningen som ett teknikledande företag inte bara blir tomma ord?

– Vi har forskningen, standardiseringsarbetet, plattformar att demonstrera våra produkter på och våra testbäddar. Dessa delar ska harmonisera med varandra, så att vi övertygar våra kunder om att vi är först med det senaste. Det räcker inte att tala om det för dem – vi måste visa det genom att demonstrera våra produkter, både i testmiljö och i kommersiell drift. Vi har dessutom definierat tre strategiska områden inom vilka vi vill uppnå tekniskt ledarskap: IMS (IP Multimedia Subsystem), helhetserbjudande (end to end) och evolved 3G.

Vad tycker du är viktigast att förändra i FoU-organisationens sätt att arbeta?

– För att vi ska uppnå operational excellence inom FoU krävs det att vi får in mer funktionalitet i våra produkter med hjälp av den personalstyrka vi har idag. Det kan vi enbart uppnå med en tydligare ansvarsfördelning och ett bättre arbetsflöde. Viktigt är att vi gör täta avstämningar så att vi vet att en produkt fungerar redan tidigt i utvecklingen. Då kan vi bygga ytterligare funktionalitet på något som vi vet kommer att fungera i slutändan. Förutom att det sparar tid och pengar så är det ett mera stimulerande sätt att arbeta på.

Ericsson är inte först med att erbjuda IMS för konvergens mellan mobilt och fast nät, hur kan ni kompensera det?

– Man ska inte se IMS som ett isolerat erbjudande, utan som en plattform att bygga ytterligare tjänster på. Vi är aktiva i standardiseringsarbetet runt IMS och är redan igång med Ericsson Instant talk (push to talk), som bygger på IMS. Dessutom kan vi köra Voice over IP över 3G med IMS som applikationsgrund, vilket vi också har demonstrerat för våra kunder. Även om vi kanske inte var först på marknaden med IMS så är min bedömning att vi ligger bra till för att lyckas inom det här området.

Hur står sig Ericssons helhetserbjudande i en jämförelse med konkurrenterna?

– Någon kanske tror att Ericsson inte kan komma med något helhetserbjudande, därför att vi inte har några egna terminaler. Men vi har faktiskt något som är ännu slagkraftigare – Ericsson Mobile Platforms (EMP). De står för det tekniska innehållet – inte enbart i Sony Ericssons terminaler, utan även i en rad andra tillverkare. Det innebär att det på sikt kommer att finnas en ansenlig mängd mobiler runt om i världen som redan är testade mot Ericssons nät. Det är ett väldigt starkt argument för att en kund ska välja vårt helhetserbjudande.

Fundamentet för mycket av den tekniska utvecklingen bygger på att ha rätt mjukvaruarkitektur. Har Ericsson rätt mjukvara?

– Vi har bra mjukvara, men vi ser samtidigt att mjukvaran blir en allt viktigare del i våra basstationer. En WCDMA-basstation består idag till 75 procent av mjukvara och det lär inte bli en mindre andel de kommande åren. Därför går vi igenom den mjukvarukompetens som redan finns inom företaget i syfte att hitta exempel på bra arbetssätt och metoder att utnyttja vår kompetens effektivare. Men vi behöver också rekrytera ytterligare mjukvarukonstruktörer till företaget, så att vi kan behålla vår position inom det här området.

Ericsson är teknikledare och marknadsledare inom GSM och WCDMA. Varför är företaget inte det inom CDMA?

– Det knyter an till det vi pratade om inledningsvis. Inom GSM och WCDMA var vi med från början och tog täten inom både forskning och antalet bidrag till standard. Med CDMA missade vi de viktiga första åren och fick slå oss in på marknaden genom att

fakta: håkan eriksson

År på Ericsson: 18

Född: Mjölby

Bor: Täby

Utbildning: Civilingenjör Y-linjen, Linköping

Familj: Fru, dotter 16 år, och son 15 år

Fritidsintressen: Ridning, golf, fritidshus i skärgården

Gjorde i lördags: Red (hoppning)

köpa Qualcoms division för infrastruktur i slutet av 1990-talet.

Vad talar då för att Ericsson kommer att vara topp tre inom CDMA om högst fem år?

– Dit kan vi enbart nå genom att utnyttja våra gemensamma plattformar för CDMA2000 och WCDMA. Då kan CDMA dra nytta av den stora marknadsandel och de forskningsresurser vi ha inom WCDMA. I den gemensamma 3G-plattformen använder vi AXE, TSP och CPP för såväl CDMA2000 som WCDMA.

Det talas om evolved 3G och beyond 3G inom Ericsson för tillfället. Vad är skillnaden?

– Steget efter 3G skulle kunna kallas 3,5G, men vi kallar det WCDMA Evolved eller HSDPA. Inom CDMA-världen har det fått namnet CDMA2000EV. Överföringshastigheten av mobildata ligger på 14 Mbit/sek jämfört med dagens 3G som har en hastighet på 384 kbit/sek. Beyond 3G kallar vi den teknik som i framtiden kanske kommer att kallas 4G.

Vad vet Ericsson idag om beyond 3G och vad kommer tekniken att innebära för slutanvändarna?

– Vi forskar redan inom beyond 3G på samma sätt som vi gjorde inom GSM, GPRS och 3G. Enkelt förklarat innebär beyond 3G en överföringshastighet på åtminstone 100 Mbit/sek. Det blir som att ha en fiberkabel dragen direkt till mobiltelefonen i din ficka. •

Vill du ställa frågor till Håkan Eriksson?

Skicka dem till spotlight@ericsson.com senast 15/1-05. Ett urval av frågorna besvarar han i en videointervju som kommer att finnas på Inside.

Italienska TIM alltid långt fram

Redan några få år efter starten har den italienska mobiloperatören TIM blivit en av världens ledande operatörer. En del av företagets framgång kan förklaras med hemmamarknadens varma mottagande av mobiltelefonin. I Italien finns i dag fler aktiva sim-kort än det finns invånare.

När man talar om mobiltelefonins rekordsnabba utbredning under senare år är det svårt att undgå det italienska exemplet. Faktum är att få andra nationaliteter tog till sig den bärbara telefonen, eller "il telefonino", i lika hög utsträckning och med samma passion som det italienska folket.

Den ena studien efter den andra bekräftar ett och samma faktum, att italienarna hör till de mest flitiga mobiltelefonanvändarna i världen. I dag finns cirka 61 miljoner aktiva sim-kort, både förskottsbetalda (prepaid) och traditionella (postpaid), i ett land med ungefär 58 miljoner invånare, vilket innebär en penetration på över 100 procent. Förklaringen är att många italienare har för vana att använda två telefoner, en i tjänsten och en på fritiden.

Italienarnas kärlek till mobiltelefonen är ett sätt att förklara den fenomenala framgången för TIM (Telecom Italia Mobile), som sedan avknoppningen från Telecom Italia har blivit en av världens ledande mobiltelefonoperatörer med cirka 52 miljoner kunder på bara några år.

Hellre än att bara anamma befintliga trender har TIM legat längst fram inom teknisk utveckling och drivit mobilmarknaden framåt. 1993 introducerades en familjetariff, 1996 kom korten för förskotts betalning och på senare tid har möjligheterna utökats för mobiltelefonanvändare att fylla på sina mobiler.

Lika skickliga har TIM varit att ta till sig ny teknik. I juni 2002 hjälpte företaget till med att inleda 3G-eran genom att introducera MMS för den italienska och den europeiska marknaden. I mars 2004 hade fler än 3,6 miljoner MMS-mobiler sålts. Operatörens nät som till stor del har byggts av teknik från Ericsson har de senaste tolv månaderna hanterat cirka 70 miljoner MMS-meddelanden.

Men innovationerna tar inte slut där. Företaget har nyligen lanserat en mobil tv-tjänst, den första i sitt slag i hela världen, som gör det möjligt för kunderna att se ett urval av tv-kanaler som streamas direkt till mobiltelefonerna via GPRS-, EDGE- eller UMTS-förbindelser.

I april i år blev TIM första operatör i Italien att lansera EDGE som ett komplement till UMTS-tjänsterna. Kunderna kan använda bandet för efterfrågad tjänst oavsett vilket nät de använder. I maj var operatören återigen först med en kommersiell lansering på den europeiska marknaden: TIM Turbo, en serie av 3G-tjänster som baserades på EDGE-UMTS-tekniker.

EDGE i hela landet

Operatörens 3G-nätverk täcker redan i dag de större städerna i Italien och operatören siktar nu på att erbjuda EDGE-täckning över hela landet före årets slut. Det nya sortimentet av TIM Turbo-mobiltelefoner gör det möjligt för kunder att använda det mobila nätverket för 3G-multimediatjänster med överföringshastigheter på hundratals kilobit per sekund, vilket ska jämföras med de nuvarande GPRS-nätverkens 40 kilobit per sekund. Därutöver har företaget redan meddelat att det ska lansera en ny tjänst som ska göra det möjligt för operatörens alla kunder att skicka bilder under pågående telefonsamtal.

För TIM representerar tillväxten av sådana mervärdetjänster en allt viktigare tillväxtfaktor. Företaget uppskattar att mervärdetjänsterna genererade 333 miljoner euro, motsvarande cirka 3 miljarder svenska kronor, under det tredje kvartalet 2004 bara på hemmamarknaden. Försäljningen av de mer innovativa mervärdetjänsterna ökade med 80 procent jämfört med motsvarande period 2003.

– De här resultaten är bevis för att kundernas efterfrågan på dataöverföringstjänster växer kontinuerligt, säger Marco De Benedetti, vd för TIM.

Banbrytande arbete

Den affärsmodell som TIM har valt för att leverera nya interaktiva tjänster och tillträde till internetsajter bygger på en öppen modell som i sin tur baseras på integrationen av många tekniska plattformar. Med detta i åtanke bildade företaget nyligen en kommersiell allians med Telefonica Moviles, T-mobile och Orange (kallat "Freemove"). Syftet är att förbättra kvaliteten på tjänster, öka konkurrenskraften på internationella marknader samt förbättra synergier inom utvecklingen av nya produkter och tjänster. Den grundläggande tanken är att ge kunderna möjlighet att använda alla tjänster internationellt som om de hade varit hemma.

Det banbrytande arbetet i hemlandet har försett den italienska operatören med en idealisk plattform för dess expansion på andra internationella marknader i Latinamerika, Medelhavsregionen och Mellanöstern. Därutöver har företaget policy för att avskaffa dotterbolag utanför kärnverksamheten i länder som Frankrike, Österrike och Spanien gett operatören möjlighet att framgångsrikt koncentrera sin energi på de snabbt växande marknaderna Brasilien, Turkiet och Grekland.

I Brasilien, till exempel, har TIM som omedelbart mål att bli landets näst största mobiloperatör. Den framgångsrika lanseringen av GSM-teknik i oktober 2002 har bekräftats av att målen uppfylldes i förtid med 6,5 miljoner aktiva sim-kort i Brasilien i september 2004.

TIM:s strategi har varit att erbjuda stöd som part-



De här resultaten är bevis för att kundernas efterfrågan på dataöverföringstjänster växer kontinuerligt. **Marco DeBenedetti, VD TIM**

ner inom teknik och marknadsföring till sina dotterbolag, utveckla plug-and-play-erbjudanden, introducera strukturer för tariffer och innovativa tjänster. Operatören erbjuder dessutom dotterbolagen färdiga lösningar för funktioner som till exempel drift och underhåll av nät, fakturering, kundvård och Customer Relationship Management (CRM).

Strategin har så här långt gett god utdelning och

skapat möjlighet för snabb expansion på några av världens mest dynamiska marknader. TIM har uppfattningen att nyckeln till framgång är att fokusera på sina allmänt erkända styrkor, däribland tekniskt ledarskap, produktledarskap, utmärkt kundvård, ett gediget och trovärdigt varumärke, allt med avsikten att driva TIM-motorn framåt.

fakta: TIM

TIM bildades i juli 1995, som en avknoppning från Telecom Italia, och noterades i samma vecka på Milanobörsen.



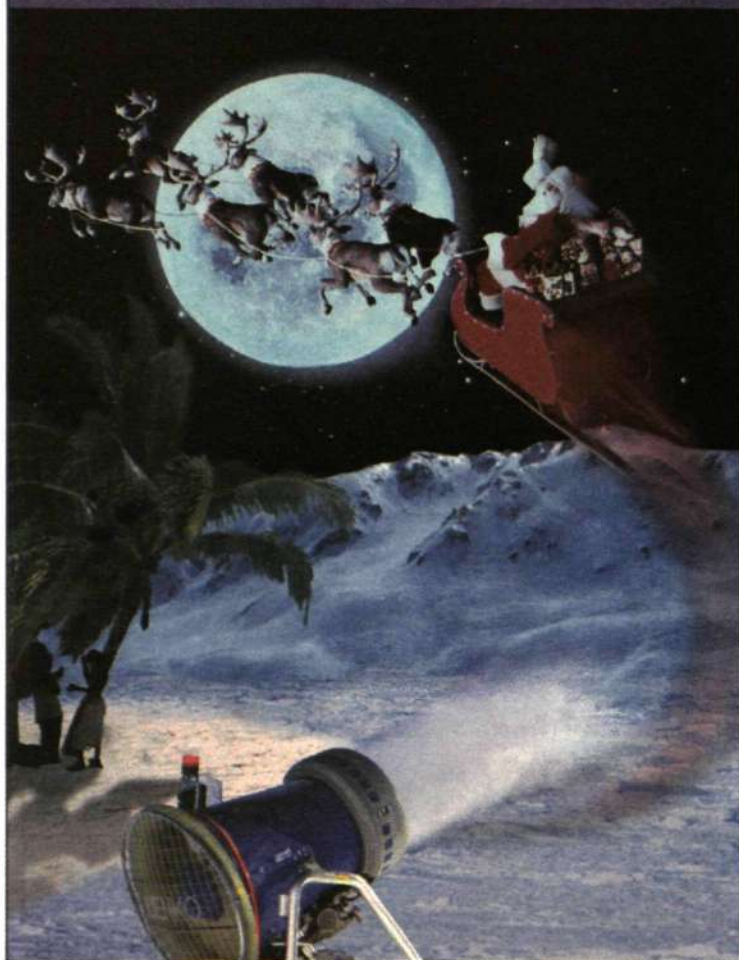
1996 lanserade bolaget, som första operatör i världen, ett förskottsbetalt GSM-kort som gick att fylla på, det så kallade TIM-kortet.

I oktober år 2000 fick TIM en av licenserna för UMTS till priset av cirka 2,4 miljarder euro, motsvarande cirka 21 miljarder svenska kronor, i samband med en auktion som anordnades av italienska staten.

Bolaget har även en UMTS-licens i Grekland via sitt dotterbolag Stet Hellas som lanserade sin UMTS-service i januari 2004.

I dag är TIM nummer ett på hemmamarknaden Italien med 26,1 miljoner aktiva sim-kort (31 dec 2003). Om man inkluderar dotterbolagen i Europa, Latinamerika och Medelhavsregionen uppgick antalet aktiva sim-kort i slutet av 2003 till totalt 44,5 miljoner.

Tomten vill skicka en
snökanon till Jamaica...



...för att garantera en vit jul.

Vi rekommenderar en skraddarsydd
förpackning i PP-plast med
skyddande PE-foam och
snö vitt fyllnadsmaterial av EPS.

Nefab utvecklar kompletta förpackningslösningar för hela
logistikflöden. Vi erbjuder allt från design och test till
produktleveranser och logistikservice. Målsättningen är att
kombinera minimal totalkostnad och miljöpåverkan med
ett optimalt produktskydd. Nefab har lång erfarenhet av
kvalificerade förpackningslösningar, med tonvikt på den
globala telekomindustrins in- och utgående flöden.

God Jul önskar

NEFAB

Kompletta förpackningslösningar

www.nefab.com

Nordens största Elektronikmässan!



Elektronik/EP – branschens i särklass viktigaste mötesplats!

Ett axplock av vad som händer på mässgolvet!

- **Optimerad Produktion** – en levande produktionslina som fokuserar på kostnadseffektiv och rationell produktion
- **Forskning, Tillväxt och Framtid för Sv. Elektronikindustri**
Paneldebatt med bl.a. näringsminister Thomas Östros och Håkan Eriksson, teknik- och forskningsdirektör på Ericsson
- **Silicon Seminars och Silicon Square**
9 av världens stora halvledarföretag visar den senaste tekniken
- **Wireless Expo** – avdelning för trådlös teknologi
- **EDA Village** – de ledande leverantörerna av EDA-verktyg
- **Embedded Technology Park** – avdelning för inbyggda system
- **Test & Mät** – här samlas de ledande leverantörerna



Registrera dig senast 27 januari:
Vinn en weekend med nya Saab 9-3 Cabl
www.elektronikmassan.com
Förhandsregistrering ger dig fri entré!

Elektronik
komponenter test & mät
elektronikproduktion embedded
... och mycket mer!

1-3 februari 2005 Stockholmsmässan, Älvsjö

Arrangörer: Stockholmsmässan i samarbete med IM-föreningen



An event by
Stockholmsmässan Stockholm International Fairs
Postal address: SE-125 80 Stockholm, Sweden Phone: +46 8 749 41 00
Fax: +46 8 749 61 79 E-mail: staff@stofair.se www.stockholmsmassan.se

Gör mjukvaruutvecklingen lättare!



När det handlar om utvecklingsverktyg placerar världens ledande
företag Telelogic högt på sina listor. Och det kan du också göra,
tack vare det gällande avtalet mellan Ericsson och Telelogic!
Telelogics verktyg automatiserar och optimerar hela processen för
utveckling av mjukvara. Resultatet är minskade kostnader, högre
kvalitet och kortare utvecklingstid!

Telelogic är en leverantör till Ericsson. För information om
godkända verktyg, kontakta Ericsson R&D IS/IT Management
inom IS/IT & Sourcing.

Anmäl dig till någon av de UML 2.0
workshops vi kommer att hålla under 2005.
Ring Telelogic: 040-17 67 29
eller besök www.telelogic.com/ericsson

Telelogic
Requirements-Driven Innovation

Mentor på plats i Japan

Mentorskap kan föra långt. För Eva Salomonson har det lett ända till Japan. I januari i år gick hon i avtalspension efter 35 år på Ericsson men banden till företaget har hon fortfarande kvar. Ett av de starkaste är Bin Yu, som nyligen flyttat från Ericsson i Kista till Ericsson i Shin-Yokohama, Japan.

Bin kom till Sverige 1992 och läste sina sista år på KTH. Det var via ett mentorprogram där som Eva och Bin kom i kontakt med varandra 1994.

– Olika adepter har olika behov. När Bin kom behövde hon en familj. Eftersom hon är nästan jämngårig med mina barn så har hon kommit att bli lite av ett extra barn, mycket mer än de andra adepter som jag haft genom åren, berättar Eva.

Bin jobbar på Global Services med nätplanering och fick tidigare i höst en utlandsstationering i Shin-Yokohama. Hennes man Rob Schmersel har också fått jobb på Ericsson i Tokyo. Familjen har två barn, Robin, 5 år och Sofie 3 år.

– Bin kände sig lite orolig över hur det skulle gå



Eva Salomonson, Bin Yu och barnen Robin och Sofie i trädgården i Shin-Yokohama. Foto: Rob Schmersel

för barnen i ett nytt land och på ett nytt dagis. Eftersom jag känner barnen väl, inte hade några andra planer och inte varit i Japan tidigare så ställde jag upp som "extra-mamma/mormor". Mina sju veckor i Japan blev ett roligt äventyr, säger Eva.

En viktig uppgift var att skola in barnen på dagis och vara med dem när de inte var där.

– Dagis är från 9 till 14.30 så både på morgonen och på eftermiddagen behöver de annan passning men det slapp de när jag var där. Det är jobbigt för

barnen med engelskan och japanskan och de är jättetrötta när de kommer hem, berättar Eva.

När barnen var på dagis hann hon med både sightseeing, turer med tunnelbanan och att promenera i omgivningarna.

– Förutom att det är både givande och utmanande att ha hand om barn så tycker jag att det är intressant att se en utlandsfamiljs vardag på nära håll. Att byta det svenska novembervädret mot hösten i Japan var inte heller så dumt, sammanfattar hon. •

Ministern ringde video-samtal i Kina

I början av november besökte kommunikationsminister Ulrika Messing Ericssons Forsknings- och Utvecklingscenter (FoU) i Sanlitun, Peking.

Mats H Olsson, chef för Ericsson i Kina, inledde med att ge en inblick i koncernens långa verksamhet i landet. Ericsson har funnits i Kina sedan 1892.

Dan Redin, teknikchef på Ericsson i Kina, berättade om de FoU-center som företaget har i landet och speciellt om arbetet på centret i Sanlitun.

Ulrika Messing, som kom tillsammans med

representanter från svenska ambassaden, visade speciellt intresse för den demonstration av videotelefoni, som hon fick i labbet för Integrering och Verifiering. •

Kommunikationsminister Ulrika Messing prövade videotelefoni i labbet för Integrering och Verifiering, där Zhang Zhijun är ansvarig. foto: jade xie



ur arkivet



Ericssons korgbollslag i Mexico City 1930.

30-åringar på Guldfest i Stockholms Stadshus

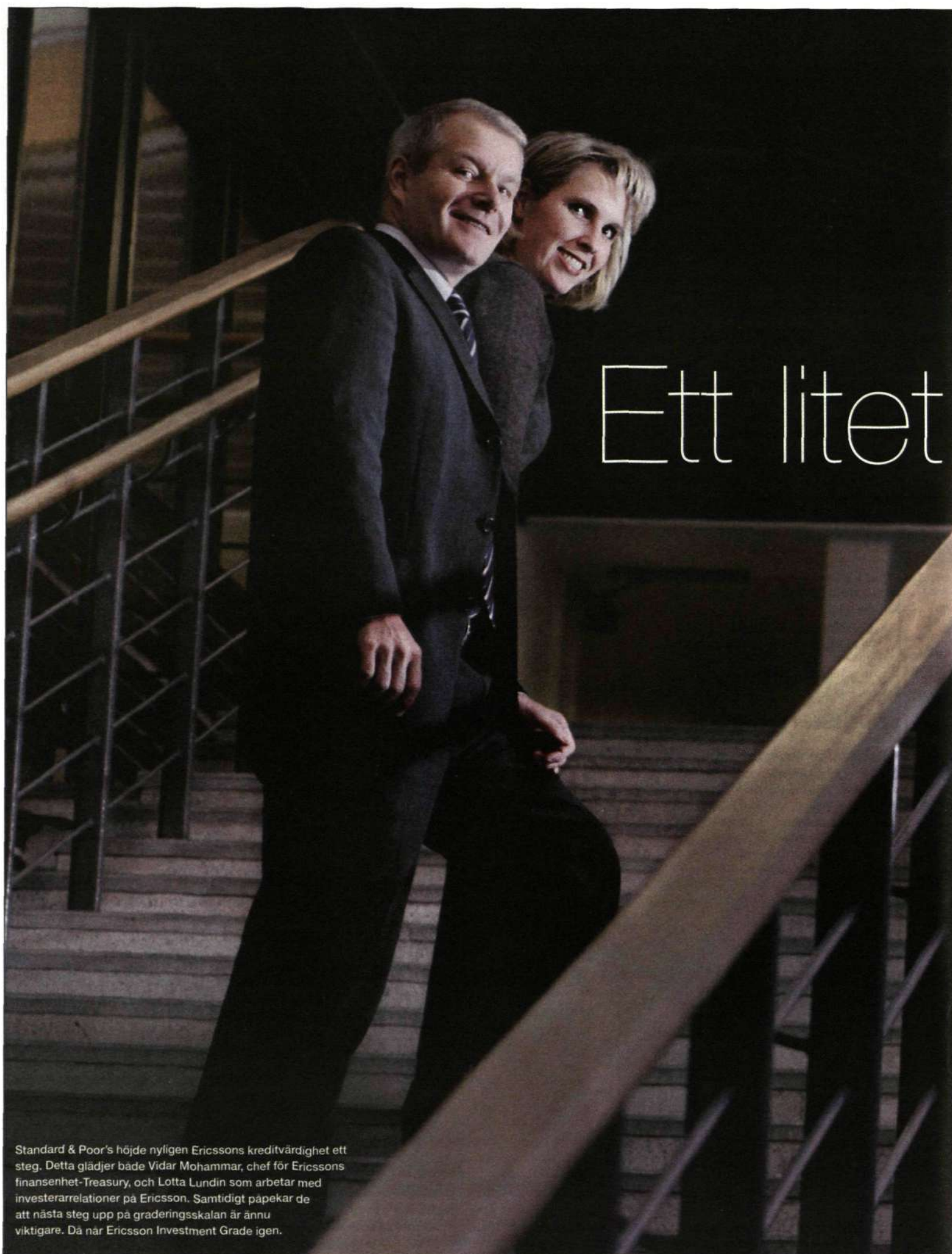


Gunilla Rehnwall, Kumla och Ronny Bergqvist, Kista var två av 30-åringarna som var med på guldfest-festen på Stockholms Stadshus. foto: peter nordahl

Det var en härlig feststämning när årets guldmedaljörer samlades till medaljutdelning i Gyllene salen med efterföljande middag, tal, underhållning och dans i Blå hallen på Stadshuset den 3 december.

På menyn stod pilgrimsmusslor och laxtarter som entré, sömrandslamm till huvudrätt och chokladmousse till dessert.

– I år är det 220 medarbetare som jobbat 30 år på Ericsson och får medalj i form av guldarmband till damerna och guldlocka till herrarna, berättar Elsie Henriksson, som är ansvarig för guldfest-festen. •



Ett litet steg i rätt riktning

Ericssons kreditvärdighet är på väg uppåt igen. Nyligen uppgraderades Ericsson av kreditvärderingsinstitutet Standard & Poor's ett steg, från BB till BB+ och framtidsutsikten från "stabil" till "positiv". För många Ericssonmedarbetare betyder detta inte mer än två bokstäver och ett plustecken. Men hur påverkar en ny kreditvärdering, uppåt eller nedåt, företagets finanser och affärer?

Standard & Poor's (S&P) och Moody's är en hjälp för alla de långivare och investerare som placerar pengar i företag. De bedömer bland annat kreditvärdigheten i företag som ger ut obligationer som ett sätt att skaffa likviditet till bolaget, däribland Ericsson. Den 10 november i år höjde Standard & Poor's Ericssons kreditvärdighet för första gången på två år. Ett enda steg upp efter att ha nedgraderats sammanlagt sju steg sedan januari 2001 kan verka mindre betydelsefullt men för Ericsson med utestående obligationer på 20-25 miljarder kronor betyder det trots allt en del.

– För varje steg som S&P eller Moody's uppgraderar oss så minskar Ericssons lånekostnad med cirka 30 miljoner på årsbasis, säger Lotta Lundin som arbetar med investerarerelationer på Ericsson.

Dessutom ger det bättre lånevillkor om företaget behöver ta upp nya lån. Förutsättningarna är naturligtvis de motsatta om kreditvärderingsinstitutet väljer att nedgradera ett företag. Något som samtliga företag inom telekombranschen har drabbats av de senaste fyra åren. När de ekonomiska bekymren började inom industrin 2000/2001 var det först de stora europeiska operatörerna som fick se sin kreditvär-

fakta: kreditvärderingsinstitut

Standard & Poor's (S&P) och Moody's är två kreditvärderingsinstitut som bevakar Ericsson. Ericsson betalar för deras tjänster och deras kreditbetyg kan ses som en oberoende kvittens åt långivare och investerare på företagets ekonomiska stabilitet. Att ha två olika institut som granskar ett företags kreditvärdighet är inget som lagen kräver. Däremot är det kutym i branschen. S&P och Moody's använder sig dessutom av två olika metoder för att sätta sina kreditbetyg, vilket ger investerare en mer fullständig bild av Ericssons ekonomiska situation.

Ett tredje kreditvärderingsinstitut, Fitch, har också satt ett kreditbetyg på Ericsson, BB+, ett steg under Investment Grade. Fitch har gjort detta oombedda och baserar sitt kreditbetyg enbart på publik information. Ericsson betalar följaktligen inte heller för Fitch tjänster.

dighet nedgraderad. De dyra 3G-licenserna hade belastat operatörernas ekonomi hårt och de drog på sig stora lån, vilket ledde till att de skar ner på sina egna investeringar kraftigt. Några månader senare drabbade detta även telekomleverantörernas finanser. Under sommaren och hösten 2001 sänktes Ericssons kreditvärdighet gradvis av såväl Moody's som S&P. Som lägst värderade Moody's Ericsson till B1. Detta har naturligtvis hämmat Ericssons tillgång till upplåning på bankmarknaden såväl som på obligationsmarknaden.

– Under lång tid har det varit dyrt för oss att låna pengar, både hos banker och genom våra obligationer. När det såg som värst ut för något år sedan kunde man köpa Ericsson-obligationer på marknaden som gav köparen en avkastning på 17-18 procent per år under sin återstående löptid, säger Vidar Mohammar, chef för Ericssons finanssenhet, Group Function Finance – Treasury.

– Det är väldigt vanligt att en bank kopplar kostnaden för ett nytt lån till det aktuella kreditbetyget. Och bankerna tog ju också intryck av kreditinstitutens betyg vid den här tidpunkten och sänkte sina lånegränser och höjde låneräntan. Att gå till bankerna och låna de 30 miljarder kronor som Ericsson fick in genom nyemissionen i september 2002 hade varit omöjligt, säger han.

Andra som fäster stor vikt vid kreditbetygen är Ericssons egna kunder.

– Operatörerna vill naturligtvis ha stabila leverantörer som kan leverera vad som har utlovats. Men jag tycker vi på Ericsson har varit bra på att förklara för våra kunder hur finanserna ser ut och att det inte påverkar vår leveransförmåga, säger Vidar Mohammar.

Men enbart ett lågt kreditbetyg innebär inte alltid automatiskt att det är dyrt att låna pengar. Det hänger också ihop med hur stark kapitalmarknaden är vid det aktuella tillfället och marknads inställning till telekomindustrin. Ericsson kan exempelvis låna billigare idag än under 2001, trots att företaget har ett väsentligt lägre betyg. Kreditbetygen släpar dessutom ofta efter när ett företag har förbättrat sina finanser.

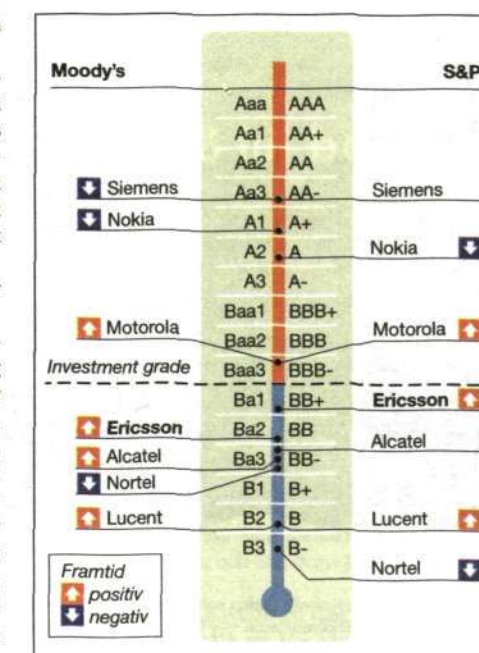
– Det går alltid snabbare att sänka ett kreditbetyg än att höja det. Så trots att vi under stora delar av 2004 har haft ett väldigt lågt kreditbetyg hos båda instituten så har vi haft möjligheten att låna förhållan-

devis billigt. Det finns för närvarande stora summor pengar på marknaden att placera och telekom är återigen ett intressant alternativ för investerare.

Vidar Mohammar gläds åt S&P's senaste uppgradering men påpekar att nästa steg uppåt är ännu viktigare.

– Då rankas vi åter som ett företag med Investment Grade vilket vi räknar med ska inträffa under 2005. Det blir ett kvitto på att vi är ett företag med en riktigt god likviditet och stark finansiell ställning, vilket öppnar nya dörrar, säger han och fortsätter:

– Det finns ett betydande antal investerare som på grund av restriktioner inte får låna ut pengar till företag som ligger under Investment Grade. Så vi ser fram emot den dagen då Ericsson tar steget upp dit. •



Aktuell kreditvärdering december 2004. Med varje ny kreditvärdering ställer instituten oftast också en prognos för de närmaste månaderna; positiv, stabil eller negativ.

Standard & Poor's höjde nyligen Ericssons kreditvärdighet ett steg. Detta glädjer både Vidar Mohammar, chef för Ericssons finanssenhet-Treasury, och Lotta Lundin som arbetar med investerarerelationer på Ericsson. Samtidigt påpekar de att nästa steg upp på graderingsskalan är ännu viktigare. Då när Ericsson Investment Grade igen.



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 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.

God jul & gott nytt år!

När julmaten sjunkit undan och klapparna bytts, ses vi väl på Elektronik/EP 2005, Stockholmsmässan 1-3 februari? Läs mer på www.elektromekan.se

 **elektromekan**
- member of Westergyllen



Tappa inte tempo - förnya din licens för IBM Rational före jul.

Använder du idag några produkter från IBM Rational har det blivit dags att förnya din licens för 2005. Din nuvarande licensen löper ut den 31 december 2004, så om du inte vill förlora takten gör du klokt i att beställa redan idag. Och givetvis går det lika bra att även nybeställa licenser.

Beställ på Ericsson Rational Easy Access Shop.

Adressen är <http://accelerator.ericsson.net>

Har du några frågor kan du mejla ericsson_order@se.ibm.com

Rational software

ON DEMAND BUSINESS



QIVALUE
TECHNOLOGIES



SuSE Linux & Inbyggd Linux

Experter inom Linux med utbildnings- och konsultverksamhet.
Bland våra kunder finns idag bl.a. Ericsson.

SuSE Linux Training
QiValue Embedded Linux Training
Anpassade utbildningspaket.



QiValue
- Din Linuxpartner



Aniaraplatsen 2 · 191 47 Sollentuna
Telefon: +46 8 35 25 80 · Fax: +46 8 623 05 17
E-mail: kontakt@qivalue.com · www.qivalue.com

operational excellence: frukostmöte

text: michelle.walkden@journalistgruppen.se & gunilla.tamm@journalistgruppen.se

foto: peter nordahl



Carl-Henric Svanberg och några av deltagarna på ett frukostmöte för en tid sedan. Från vänster Inger Eriksson, Sara Karlsson och Hannes Medelius.

Frukost med svar på tal

När sexton Ericssonmedarbetare samlas varannan månad för att dricka kaffe och äta fralla är det inte för att bara prata bort en stund.

Frukostmötenas upphovsman Carl-Henric Svanberg ser dessa träffar som en värdefull möjlighet att ta reda på vad de anställda egentligen tycker och tänker.

Sedan Carl-Henric Svanberg bjöd in till sitt första frukostmöte 2003 har Ericssons högste chef kunnat ta del av ett överflöd av återkoppling. Därmed har den något annorlunda mötesformen tjänat sitt syfte väl. Carl-Henric Svanbergs frukostmöten är nämligen inte vilka möten som helst. Här finns inte tillstymmelsen till agendor eller powerpointpresentationer. Koncernchefens syfte med frukostmötena är först och främst att inhämta, inte delge, information, och det är människorna som sköter den dagliga verksamheten på Ericsson som svarar för denna information. Rundabordsamtal av den här typen erbjuder en unik möjlighet för utbyte av information ur ett helt nytt perspektiv för Ericssons högsta chefer.

Frukostmötena som från början pågick i en timme kom ganska snart att sträckas ut med ytterligare en halvtimme. Det om något är ett tecken på den betydelse som Carl-Henric Svanberg tillmäter sina frukostmöten och den kunskap som de bidrar med.

Per Zetterquist, chef för Ericssons internkommunikation säger att upplägget på frukostmötena och variationen av mötesdeltagare är till för att mötena ska bli uppriktiga.

– Det handlar mycket om att diskutera var människor befinner sig, vad som intresserar dem och vad de bryr sig om. Det är intressant att se hur frukostmötet har förändrats under det senaste året. I början var fokus riktat mot turbulensen inom företaget. Nu handlar det mer om de stora förändringar som vi upplever, våra strategier, vår kultur och vårt sätt att arbeta. Diskussionserna speglar verkligen vad som händer inom företaget och de inbjudna säger vad de har på hjärtat.

Deltagarna kommer från alla områden inom Ericsson. När idén till frukostmötena föddes sommaren 2003 e-postades inbjudningar till samtliga medarbetare i Kista. Fler än 1 400 anställda tackade ja till möjligheten att få vara med och påverka Carl-Henric Svanberg. Slumpen avgör vilka 16 medarbetare som blir inbjudna till varje frukostmöte.

Our Ways of Working, karriärmöjligheter och kundrelationer, var några av de ämnen som kom upp på ett frukostmöte för en tid sedan. Kontakten var med och lyssnade.

Chefsbyten och karriärmöjligheter var det flera av deltagarna som frågade om. Att byta chef många

gånger under kort tid råkar många ut för och då kan det vara svårt att ha en karriärplanering som fungerar.

– Det finns det en tradition hos oss att flytta runt personer i organisationen lite för ofta. Många tycks tro att det är viktigt att flytta på sig efter två år om man vill göra karriär, men är viktigt att vara så länge i en roll att man hinner lära av såväl misstag som framgångar, sa Carl-Henric Svanberg.

Med hänvisning till att operatören 3 lämnat över sin nätövervakning till Ericsson, kom även frågan om insourcing upp.

Carl-Henric Svanberg svarade att det är ett intressant område och en utveckling av företagets basaffärer, som man nog får se mer av.

– Om vi kan övervaka näten skapar vi ett djupt partnerskap med kunden och det skapar affärsmöjligheter. Nätövervakning ska ses som en strategisk resurs, poängterade han.

För Sara Karlsson på affärsenheten System och Hannes Medelius, som arbetar inom forskning och utveckling, var det första gången som de träffade Carl-Henric Svanberg.

– Mötet var mer informellt än jag trott. Det var intressant både att höra vad de andra frågade och svaren de fick, tycker Sara Karlsson. Själv frågade hon om insourcing och Ericssons planer inom det området.

Hannes Medelius tyckte att frågorna och svaren speglade Ericsson på ett bra sätt. Han undrade bland annat varför det skapas nya FoU-center när det rätt nyligen skett en koncentration. Svaret han fick var att det är viktigt att finnas nära de stora kunderna i bland annat Kina och USA.

Innehållet viktigast för japanska mobilanvändare

På världens mest avancerade telekommarknad ser konsumenterna mer till innehåll än till teknik. Här är det operatörerna, inte leverantörerna av terminaler eller nät, som driver utvecklingen framåt.

Men den japanska marknaden är unik också på ett annat sätt. Här nöjer sig konsumenterna inte med mindre än perfektion.

Den utlänning som första gången reser med lokaltåget till Shinjuku i Tokyo, som för övrigt är en av de mest trafikerade järnvägsknutarna i hela världen, slås omedelbart av hur uppslukade resenärerna är av sina mobiltelefoner. En hel del använder naturligtvis sina telefoner till att prata. Men det är högst troligt att långt fler är fullt sysselsatta med att fördriva tiden med att internetsurfa, spela spel eller skicka ljud- och bildfiler.

Morgonpendlarna på Shinjuku-tåget är ganska representativa för en befolkning som använder sina telefoner till synes oavbrutet och till långt mycket mer än bara prat. Av japanernas ARPU (Average Revenue per User) som motsvarar lite drygt 450 svenska kronor per månad härrör hela 25 procent från överföring av data, som till exempel textmeddelanden. I Europa svarar dataöverföring för 15 procent av den samlade konsumtionen av mobiltelefoni.

De europeiska mobiltelefonanvändarna använder något mer textmeddelanden än japanerna men ligger långt efter japanerna när det handlar om andra mobila tjänster, som till exempel internetbaserat innehåll. I dag lägger japanerna drygt hälften av sin datakonsumtion på andra tjänster än sms. Därmed inte sagt att telefonerna mest används i tjänsten. Endast 10 procent av den japanska mobiltelefonimarknadens intäkter härrör från företagskunder. 90 procent av all fakturering betalas alltså med pengar ur egen ficka.

Inte sällan är det de unga tjejerna som sätter tren-

terna. För dem spelar det mindre roll vem som tillverkat terminalen eller vad operatören råkar heta. Utbudet av tjänster som förmår underhålla och erbjuda förströelse betyder desto mer.

Japanska mobilanvändare visar ringa intresse för den bakomliggande tekniken. Fastän landet har haft ett antal 3G-nät i gång sedan flera år är konsumenterna sällan medvetna om vilket nät de använder. I Japan reglerar innehållet, vilket bland annat har till följd att konsumenterna har liten eller ingen förståelse för bristfällig teknik.

Lite förenklat kan man säga att japanerna i gemen struntar i om tekniken de använder råkar heta WAP, WCDMA eller Bluetooth. Däremot kräver både konsumenterna och operatörerna att tekniken verkligen fungerar. Det är orsaken till att Ericsson står inför större utmaningar i Japan än någon annanstans i världen, förklarar Rory Buckley, ansvarig för Ericssons dotterbolag Nippon Ericsson K.K sedan början av 2004:

– Ur kvalitetssynpunkt är Japan den svåraste marknaden i världen. Om vi visar kunderna en teknik med ett antal kvarstående problem, vilket du kan komma undan med i stort sett i hela världen, blir den japanske kunden helt enkelt inte intresserad. Det är högst troligt att han eller hon i stället frågar oss varför vi inte redan har löst dessa problem om de nu var så små.

Rory Buckley säger att Ericssons största utmaning i Japan är att övertyga alla inom Ericsson att tänka på just detta sätt. Om Ericsson kunde införa den japanska nivån av precision och kvalitet rakt igenom hela

sin organisation skulle företaget vinna stora fördelar gentemot sina konkurrenter, av vilka många inte ens finns representerade på den japanska marknaden.

Ericsson är enda leverantör från västvärlden att förse den japanska operatören NTT DoCoMo med infrastruktur. Tetsuo Kato är ansvarig för Nippon Ericsson K.K:s försäljning till NTT Group Business Division. Tetsuo Kato har nyligen förhandlat fram ett avtal som inbegriper en ny 800 Mhz WCDMA basstation som NTT DoCoMo ska installera på landsbygden för att öka 3G-täckningen.

NTT DoCoMo använder bland annat Ericsson som leverantör av dessa basstationer som byggts enligt NTT DoCoMos specifikationer. Enligt Tetsuo Kato har Ericsson en fördel framför konkurrenterna tack vare att företags produkt har fler kanaler och är enklare att reparera ute på fältet.

Ändå måste Ericsson kunna visa att både kostnad och kvalitet lever upp till NTT DoCoMos stenhårda krav.

Tetsuo Kato:

– Det här kontot är strategiskt viktigt för oss eftersom det ger oss möjlighet att visa att Ericsson kan leverera produkter som är överlägsna de som våra



Rory Buckley

text: peter gotschalk & michael masoliver, michael.masoliver@journalistgruppen.se foto: peter gotschalk





Japanska mobilanvändare visar nästan inget intresse för den bakomliggande tekniken. Här betyder tjänster och innehållet allt och man är beredd att betala vad det kostar. Endast 10 procent av den japanska telefonmarknadens intäkter härrör från företagskunder resten betalar japanerna ur egen ficka. Foto: Pressens Bild

fakta: den japanska marknaden

Mobil penetration: 83,2 miljoner kunder av totalt 127 miljoner invånare, vilket motsvarar cirka 66 procent.

Average Revenue per User (ARPU): 51,50 euro per månad, vilket motsvarar lite drygt 450 svenska kronor.

Källa: Telecommunications Carriers Association

fakta: mobiloperatörer

NTT DoCoMo: 46,6 miljoner kunder (56 procent av marknaden).

KDDI au / TuKa.

au: 17,8 miljoner kunder (21,4 procent).

TuKa: 3,6 miljoner (4,3 procent).

Vodafone K.K.: 15,1 miljoner kunder (18,1 procent).

Källa: Telecommunications Carriers Association

>> konkurrenter kan erbjuda. Vår långa erfarenhet av att samarbeta med NTT DoCoMo och tidigare lärdomar har betalat sig på den här tuffa marknaden. Kvalitetsmässigt är vi numera på samma nivå som våra medtävlare, och NTT DoCoMo är mycket nöjda med de produkter vi erbjuder.

KDDI är ett annat företag som har visat sig ha potentialen att bli stor kund hos Ericsson. KDDI köper för närvarande CDMA 2000-basstationer från leverantörer som Motorola, Samsung och Hitachi. Men Ericssons meriter från samma teknik i USA och förmågan att hitta synergier mellan teknikerna WCDMA och CDMA 2000 bättre än konkurrenterna gör att Ericsson avser att erbjuda bättre priser för dessa produkter, säger Masanobu Fujioka som leder The New Business and Technology Department inom Nippon Ericsson K.K.

Dessa möjliga konton visar att japanska operatörer fokuserar enbart på 3G-lösningar vilket också är förklaringen till att Nippon Ericsson K.K. är det enda

dotterbolaget inom Ericsson som saknar en 2G-affär.

Rory Buckley säger att Ericssons möjligheter i Japan, om de hanteras på rätt sätt, kan ge en hävstångseffekt för företaget i sin helhet och hjälpa Ericsson att lägga konkurrenterna bakom sig.

– De krav vi ställer på organisationen måste vara kristallklara, säger Rory Buckley. Tekniken måste fungera. Den måste också levereras i tid. Den här processen kan vara besvärlig men vi har utmärkta projektansvariga på plats som kan sköta den och vi tror att det kommer att gagna hela företaget på sikt. Japan ligger två år före alla andra om man ser till telekommunikationer. Här är 2G dött. Finns det något bättre sätt att förbereda sig inför framtiden än att prestera väl på en sådan marknad?

Med lite drygt 15 miljoner kunder har den japanska delen av Vodafone, Vodafone K.K., en andel på 18 procent av den japanska marknaden för mobiltelefoni. Här fungerar samarbetet med Ericsson bättre än på andra håll, berättar Vodafone K.K.s vd John Thompson.

– I Japan har vi haft ett stabilt och bra samarbete. Här har vi inte haft den sortens problem som vi har upplevt i Europa. Vi fortsätter att lita på Ericsson. Ericssons expertis uppskattas av våra anställda, och här i Japan uppfattas företaget som en tillförlitlig partner.



John Thompson

I december 2002 lanserades Vodafone K.K.s nätverk för Wideband CDMA. I dag finns cirka 15 500 basstationer som bland annat garanterar fullständig täckning i Tokyos vidsträckt tunnelbanesystem. Men mycket annat har också blivit bättre sedan nätverket lanserades, däribland storleken på terminaler, tillförlitligheten, funktionerna, kvaliteten och servicen.

– Täckningen för 3G kan nästan jämföras med 2G-täckningen, berättar John Thompson. Men vi har alltså en lång väg att gå.



We add **functionality**
to your **design**



Design assistance, calculations,
tool design and manufacturing plus
high volume production of flat strip
components
Phone +46 370 69 45 00
jakob.lindquist@lesjoforsab.com
www.lesjoforsab.com

LESJÖFORS



Busy focusing on your target?

You develop products that are shaping the future. You invent more innovative solutions and powerful features. But can you ensure more satisfied customers?

Semcon Informatic develops product information that helps people to use products optimally. When you can concentrate on the things that you are good at and we add the thing we do best – **Customer Product Information** – together we can deliver more value, a lot quicker, a lot better and more cost-effectively.

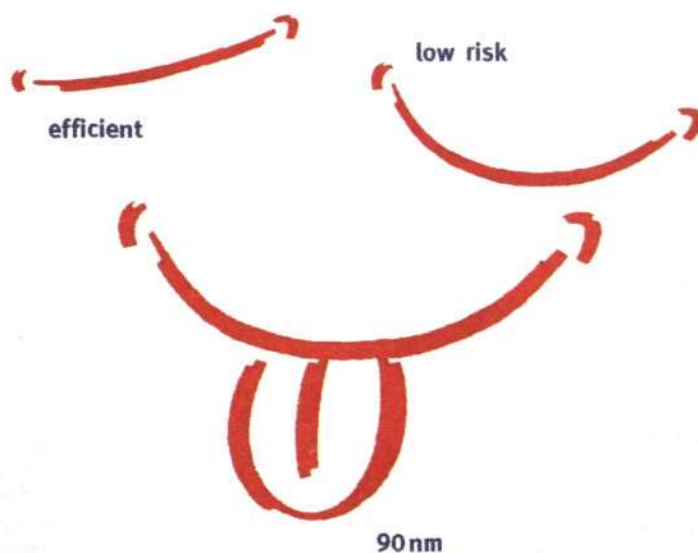
We can provide a partnership concept with added value focusing on increased flexibility coupled with new skills and technology. Interested? Find out more at www.semcon.com.

SEMCON

Semcon Informatic is part of Semcon, an international leading design and development company with 1500 qualified consultants. Semcon's consultants help companies to develop products faster, with better form and design and with the latest technology built-in. Semcon Informatic provides Ericsson with experience from a variety of businesses and organizations.

NEC ELECTRONICS

Learning to smile with ISSP.



ISSP Tired of awkward choices? ISSP gives you the best from two worlds. With frequencies up to 500 MHz and 90nm technology the brandnew ISSP90 now performs like a cellbased solution. ISSPs ultra-short production time and low NRE-costs (at only a tenth of what you are used to) are unmatched. Its astonishingly easy design flow is unique, providing you with customized samples within days. And ISSP outcompetes FPGA too. By performance and by much lower cost – which makes it the ideal solution for your midrange volumes. So switch & smile!

NEC Electronics (Europe) GmbH

www.ee.nec.de/ISSP

Empowered by Innovation

NEC

Byggandet av den ultimata säljkåren fortsätter

I januari fyller Sales & Marketing ett år. Koncernfunktionen som fick ansvaret för att stärka Ericssons försäljning har bland annat sett till att säljorganisationen har fått mer tid till att just sälja.

Kontakten bad KAM:arna Toby Seay, Erik Feng och Edvard Gavdefalk att summera satsningens första tolv månader.

I januari 2005 presenteras vinnarna i Ericssons första globala säljtävling någonsin, Top Sales Competition 2004. Koncernfunktion Sales & Marketing står bakom tävlingen som kommer att uppmärksamma de etthundra medarbetare inom Sales som har presterat bäst under det gångna året.

Tävlingen är ett av flera tydliga tecken på att saker

och ting faller på plats inom Ericssons säljorganisation, knappt ett år efter starten för koncernfunktion Sales & Marketing.

Toby Seay som är KAM för nordamerikanska operatörerna Cingular uppfattar säljtävlingen som ett steg i exakt rätt riktning.

– Den här typen av aktiviteter är oerhört viktiga för

en organisation som vill bli starkare på säljsidan. Det räcker inte med att bara prata om säljkultur. Det måste finnas belöningar som de anställda kan sträva efter och som visar om vi lyckas leva upp till våra mål, både som individer och grupper, säger Toby Seay.

– Den här typen av tävlingar kommer att generera mycket för bolaget i sin helhet. Top Sales Competi-

tion bidrar till framgång och visar dessutom på vilket sätt som organisationen ska kunna uppnå sina mål. Vi kan visa att här finns människor som har klarat av det och som på så sätt blir förebilder för resten av organisationen.

Top Sales Competition är en av flera aktiviteter inom ramen för Sales Transformation, programmet som koncernfunktion Sales & Marketing drog igång i början av 2004 för att förstärka Sales Culture, Sales Excellence och Sales Management samt, som det hette, skapa en "aggressiv säljkultur" inom bolaget.

I mars kunde Kontakten berätta om flera av aktiviteterna, däribland införandet av det koncerngemensamma säljverktyget Sales Information Organizer (SIO) som har gjort det möjligt för samtliga marknadsenheter att arbeta i en och samma miljö. Med bättre system för uppföljning och rapportering blir även framförhållningen bättre. Därmed blir det enklare att planera leveranser efter kundernas behov.

Toby Seay säger att gemensamma verktyg och processer är oerhört viktiga och välkomnar alla system som kan skapa mer enhetlighet och samstämmighet inom organisationen. Men han kan inte nog understryka hur beroende av säljorganisation är även av mjukare värden som kan tjäna som kitt för en global organisation som Ericsson.

– Det är absolut nödvändigt att vi alla strävar åt ett och samma håll. Den sortens mjuka värden hjälper oss medarbetare att hålla tankarna på det som betyder något. Om vi bara klarar av att ställa in rätt fokus och sätta upp rätt mål så vet vi att vi har all kompetens och vilja som behövs för att lyckas.

Toby Seay anser att Ericsson har kommit en bra bit på väg under det senaste året, även om framstegen antagligen ser ganska olika ut inom olika delar av organisationen.

– Nu har vi en gemensam inriktning, ett gemensamt språk och ett gemensamt mål. Vi vet vart vi ska och vi vet hur vi ska bygga en säljkultur. Förändringen har helt klart startat, vilket är ett mycket stort steg. Koncernfunktionen har gjort helt rätt.

Marknadsenhet Kina har haft stor nytta av både SIO och den nya informationskanalen till säljkåren,

Sales Force Portal. I början av december började man dessutom införa One Sales Process enligt riktlinjerna i koncernfunktionens taktiska kontoplanering, som har gjort det möjligt för medarbetare att hitta processer och verktyg för att planera just konton på bästa sätt.

One Sales Process är en hett efterlängtat nyhet, berättar Erik Feng, KAM för China Mobile:

– Med tiden har den förra säljprocessen utvecklats på olika sätt i de olika regionerna. Men snart kan vi antligen använda en och samma process i hela Kina, vilket innebär en klar förbättring.

I ett land med cirka 100 Key Accounts har även Business Review Meeting blivit en välkommen nyordning. I fortsättningen kommer representanter från marknads- respektive affärsenheten att träffas tre gånger om året för att diskutera affärsituationen. Därmed minskar risken avsevärt för att Ericsson ska råka försumma en affärsmöjlighet, vilket är en viktig förbättring, säger Erik Feng.

Edvard Gavdefalk är KAM för Celtel International, en mobiloperatör med huvudkontor i Holland och verksamhet i 13 afrikanska länder. Sedan 1998 har det snabbväxande bolaget investerat i mobillicenser som täcker en tredjedel av Afrikas befolkning.

Edvard Gavdefalks skrivbord står i Kista, Stockholm, varför en stor del av kontakterna med både kunder och arbetskamraterna inom tre KAM-regioner måste ske virtuellt. Detta arbetssätt förutsätter att tekniken fungerar felfritt, liksom system och rutiner för beslutsfattande, rapportering och annat utbyte av information.

För Edvard Gavdefalk är det nödvändigt att beslutsprocessen är så enkel som möjligt.

– Kunden vill tala med den som kan fatta beslut. Därför är det viktigt att vi KAM:ar har både mandat och kompetens att fatta beslut i vårt möte med kunden. Samtidigt som vi bygger långsiktiga affärsrelationer måste vi ta tillfället i akt när affärsmöjligheterna dyker upp.

Edvard Gavdefalk säger att verktyg och system för rapportering har blivit bättre under 2004 och att det har blivit enklare att arbeta enhetligt med försäljningsprocessen. Med bättre och enklare interna pro-



Erik Feng

cesser har han och hans kolleger fått mer tid över till det som de är bäst på och dessutom är anställda för att göra, det vill säga sälja.

– Jag har helt enkelt fått bättre förutsättningar för att kunna göra ett bra jobb och ägna mig åt väsentligheter. I slutänden är det personliga affärsrelationer som ligger bakom utvecklandet av strategiska partnerskap. Det som har fungerat allra bäst är våra möjligheter att bygga upp kompletta team för att kunna föra helhetsdiskussioner med kunden. Medarbetarna i min organisation ställer sig positiva till det som händer.

Om Edvard Gavdefalk fick möjlighet att utforma platsannonser för framtidens säljare på Ericsson skulle han i första hand fråga efter människor med rätt inställning. En säljare ska vara hungrig, gilla att göra affärer och göra allt som står i hans eller hennes makt för att tillfredsställa kunden.

– Säljaren måste tycka om kunden och vara beredd att ställa upp dygnet runt.

Dessutom måste han eller hon vara komplett. Den säljare som kan prata om både teknik och finansiella dimensioner kan verkliga lyfta diskussionen och skapa trovärdighet. Det är också viktigt att en säljare kan arbeta i team och vägrar att ge upp.

Toby Seay väljer att definiera en bra säljare inom Ericsson som någon som kan addera värde till både Ericssons och kundens affärer och på så sätt bidra till att skapa ett långsiktigt partnerskap. En duktig säljare måste dessutom kunna kommunicera dessa värden både internt och externt, det vill säga representera bägge sidor.

Toby Seay förklarar:

– En KAM som kan förklara för sina kolleger på vilket sätt en uppgörelse adderar värde till kunden och det egna bolaget underlättar hela organisationens arbete.

Idealen för en säljare är att uppnå statusen av affärsrådgivare. I Toby Seays ögon har säljaren därmed vunnit det ultimata erkännandet.

– Det absolut finaste beröm vi kan få är när kunden säger: jag behöver ditt råd. På vissa håll har Ericsson nått dit.

För mer information, se Sales Force Portal <http://internal.ericsson.com/salesforce>



Ericsson är beroende av säljare med rätt inställning. I januari 2005 presenteras vinnarna i Ericssons första globala säljtävling någonsin, Top Sales Competition 2004. Tävligen är ett av flera tydliga tecken på att saker och ting faller på plats inom Ericssons säljorganisation. (Bilden är från ett tillfälle 2002 då Orange besökte Ericsson.)



Läs även artikeln Klara. Färdiga. Sälj! i Kontakten 3/2004.

foto: anna rehnberg

sedan sist



Genombrottskontrakt med Cingular

I sin satsning på 3G i USA har landets största mobiloperatör Cingular Wireless LLC valt Ericsson som leverantör och integratör till utbyggnaden av nästa generations nät för tal och data. Enligt kontraktet ska Ericsson leverera den del av Cingulars kärnnät, som bygger på paketdatateknik och UMTS/HSDPA, liksom accessutrustning till nätet.

Med start nästa år kommer Cingular att bygga UMTS/HSDPA-nät för en rad större marknader som omfattar såväl storstäder som förortsområden. Tillsammans med Lucent och Siemens ska Ericsson utveckla och leverera den infrastruktur som behövs för en storskalig utbyggnad av UMTS/HSDPA-nätet.

Ericssons chef för Nordamerika Angel Ruiz betonar vikten av ett nära samarbete med Cingular.

– Ericssons strategi för Key account management (KAM) har haft stor betydelse för vårt sätt att bemöta kunden på alla nivåer, såväl vanliga medarbetare som företagsledning, Carl-Henric Svanberg

Cingular Wireless LLC valt Ericsson som leverantör och integratör till utbyggnaden av nästa generations nät för tal och data.

foto: ericsson arkivbild

har arbetat mycket hårt för att skapa ett förtroende för Ericssons förmåga att leverera det vi lovat och alltid satsa på kvalitet. Faktum är att han engagerade sig så djupt i detta att han till slut kallade sig för vice-KAM, berättar Ruiz. Han fortsätter:

– Det var viktigt att vi verkligen förstod vad Cingular ville uppnå och deras mål var att bli ledande inom UMTS/HSDPA. För Ericssons del gällde det att bevisa att vi med en passande lösning och en bra prisstruktur kunde hjälpa Cingular att komma dit.

Till förhandlingsbordet tog Ericsson även Ericsson Mobile Platforms, Sony Ericsson och Sony för att förtydliga att man kunde leverera en helhetslösning, och för Cingular var det en viktig förutsättning för att lyckas på den amerikanska marknaden.

Cingular Wireless kommer också att få tillgång till Ericssons nät och tjänster genom det senaste förvärvet av AT&T Wireless, som tidigare i år lanserade Ericssons UMTS-utrustning på flera marknader i USA.



Angel Ruiz

JOHN MAXWELL HOBBS

john.hobbs@journalistgruppen.se

Kina går utanför murarna och bildar MU Greater China tillsammans med Taiwan.



foto: lars åström

Jättekontrakt i Kina

Ericsson har fått ett kontrakt värt nästan 5,5 miljarder kronor för att leverera utrustning till utökningen av Guangdong Mobile Communication Corporations GSM-nät.

– Det är en ära för Ericsson att ha fått detta rekordkontrakt, säger Mats H Olsson, chef för Ericsson China. Det här för upp det långvariga samarbetet med Guangdong Mobile på en högre nivå.

Ericsson ska leverera infrastruktur och utrustning, både hårdvara och mjukvara, för utökningen av sydkinesiska Guangdong Mobiles GSM-nät.

När leveranserna avslutas i mars 2005 kommer Guangdong Mobile att kunna nå 54 miljoner abonnenter. I dagsläget har företaget 30 miljoner abonnenter i Guangdongprovinsen i södra Kina och är det största regionala telekommunikationsföretaget i landet. Ericsson har samarbetat med Guangdong Mobile sedan 1987 och är företagets främsta leverantör av GSM/GPRS-nät.

Ny marknad på väg att födas

2005 blir inte bara ett nytt år. För Ericsson innebär det också födelser av en ny marknadsenhet.

Taiwan blir en del av marknadsenheten Kina och tillsammans bildar de MU Greater China. Kinachefen Mats H Olsson är utsedd till chef för den nya marknadsenheten. Han säger att det i huvudsak är ett strategiskt beslut som har tagits för att främja tillväxten i regionen på lång sikt. Kina, Taiwan och Hong Kong/Macau följer samma mönster när det gäller utveckling av teknologi och telekommunikation. Kina är en stor tillväxtmarknad medan Taiwan och Hong Kong/Macau är mer mogna men tekniskt avancerade.

– Jag tror vi kan hitta synergier mellan dessa marknader och forma en av de mest spännande marknaderna inom Ericsson, säger Mats H Olsson.

CDMA andelen i Kina växer

Ericsson tog nyligen ett viktigt steg i sin CDMA-expansion i Kina.

Landets andra största mobiloperatör China Unicom har uppdragit åt Ericsson att leverera infrastruktur när China Unicom expanderar sitt 3G-nät. Mer specifikt rör leveransen Ericssons CDMA2000 1X-utrustning för kärn- och radionät. Men kontraktet inkluderar även ett fullständigt servicepaket med utbildning, nätutrustning och teknisk support. China Unicom expansion kommer att ske i provinserna Jiangsu, Yunnan, Heilongjiang and Liaoning. Ericsson har dessutom nyligen levererat CDMA-infrastruktur till China Unicom i ytterligare tre provinser, Henan, Anhui och Sichuan. Ericsson beräknas i dagsläget ha 15 procent av marknadsandelarna för CDMA i Kina.

Mobilt bredband lanserades i San Diego

Ericssons koncept Mobilt bredband lanserades externt i samband med årets Kapitalmarknadsdag i San Diego den 11 november. Lösningen gör det möjligt att uppnå bredbandshastigheter när man kombinerar dator och mobiltelefon.

– Först blev rösten mobil, nu blir även bredband mobilt, sade Ericssons koncernchef Carl-Henric Svanberg i sitt tal i samband med lanseringen.

Mobilt bredband ska hjälpa operatörerna att öka den genomsnittliga intäkten per användare genom att kombinera mobiltelefoni, fast telefoni och mobilt bredband. Dessutom fungerar konceptet med samtliga 3G-tekniker. Detta gör det möjligt att med en bärbar dator, förberedd för 3G anslutning, ständigt vara uppkopplad mot nationella 3G-nät och få tillgång till bredbandshastigheter.

– Mobilt bredband kommer inte att konkurrera med traditionell mobiltelefoni utan vara ett välkommet komplement för både affärsvärlden och privata användare, säger Andrei Duski, marknadsansvarig på affärsenheten Access för Mobilt bredband.



Andrei Duski



Mobilt bredband hjälper användarna att få upp hastigheten på både telefoni och data till bredbandshastigheter. Ericsson lanserade nyligen konceptet Mobilt bredband till allmänheten.

foto: pressens bild

Motorola och Apple tar ton

Musiknedladdning till mobiltelefoner ser ut att bli en allt mera eftertraktad tjänst bland slutanvändarna. Senaste nytt på fronten är att Motorolas mobiltelefoner kommer att kunna fungera med Apples musiktjänst iTunes music store. Det är den tyska tidningen Berliner Zeitung som rapporterar att samarbetet har inletts mellan de båda företagen och att Apples programvara ska byggas in i Motorolas mobiltelefoner. Detta gäller både i de enklare och de mera avancerade modellerna. Målet är att telefonerna ska hantera musik lika enkelt som Ipodspelarna.

– På det här sättet ska vi definitivt nå en massmarknad, säger Apples vice ordförande Eddie Cue.



Musik allt tillgängligare i mobilen.

Sony Ericsson hjälper DoCoMo

Ett av världens största WCDMA-nät, japanska DoCoMos 3G-nät Foma ska utvecklas med hjälp av Sony Ericsson och Sharp. I ett gemensamt pressuttalande meddelar de båda telefонтillverkarna att de ska använda DoCoMos symbianbaserade plattform för att utveckla ny programvara för Fomanätet. De båda företagen ska dessutom utveckla hårdvara som de kan använda i sina respektive telefoner. Meningen är att dessa ska erbjudas på marknaden som Fomatelefoner. Antalet kunder anslutna till Fomanätet i Japan uppskattas i dagsläget vara åtta miljoner. Sharp har tidigare levererat telefoner till Foma men för Sony Ericsson är det premiär.



foto: pressens bild

Ny kundpassad organisation för DRND

Från och med nyår ska den del av Development Unit Radio Network, DRND, som arbetar med GSM/WCDMA slås ihop med Business Unit Access och den del som håller på med CDMA slås ihop med Business Unit Mobile Systems.

– Syftet med omorganisationen är att förstärka ledningen och göra ansvarsfördelningen tydligare, så att vi kan leva upp till kundernas förväntningar, säger Kurt Jofs, chef för Access.

Följande DRND-enheter kommer ingå i Access: GSM RAN, BTS, WCDMA RAN, RBS, WCDMA Wideband Products, OSS (Irland), System & Technology and staff functions. Och följande enheter ska ingå i Mobile Systems: C-RAN och C-RBS.

Har du svettats sönder din mobil nyligen?

Siemens har frågat 300 mobiltelefonförsäljare om vilka deras kunder uppger vara de vanligaste mobilolyckorna. Så här svarade de:

- 1) Tappat mobilen i marken.
- 2) Klämt mobilen i fickan.
- 3) Pratat i mobilen i regnet.
- 4) Slängt mobilen i marken.
- 5) Hunden fick tag i mobilen.
- 6) Tappat mobilen i toaletten.
- 7) Tappat mobilen i sjön.
- 8) Glömt mobilen på biltaket.
- 9) Svettats på mobilen.
- 10) Tappat mobilen i snön.

KÄLLA: SIEMENS/METRO

till sist

text: gunilla tamm. gunilla.tamm@journalistgruppen.se

foto: kit fanner

Första dagen på Ericsson

Boken *Our ways of working* tar upp betydelsen av att Ericsson stimulerar sina anställda och investerar i ny kompetens. Ett tecken på det senare är de nyanställningar som sker på olika håll i världen. Ericsson i Guildford, England har nyligen fått förstärkning av 15 ingenjörer. Kontakten träffade två av dem.

Linda Oranika tycker att hon haft en otrolig tur. Redan när hon började plugga till ingenjör i Nigeria drömde hon om ett jobb på Ericsson och för några månader sedan blev det verklighet. Det var på en jobbmässa på sitt universitet som Linda Oranika fick kontakt med Ericsson. När hon berättar om sin väg till företaget riktigt strålar hon av lycka

– Jag har alltid varit intresserad av vetenskap och teknik och bestämde mig tidigt för att läsa teknik med inriktning på telekommunikation. Jag drömde om att få ett jobb på Ericsson, som är ett välkänt företag i mitt hemland Nigeria. Efter min grundexamen i Nigeria flyttade jag till England och pluggade till civilingenjör.

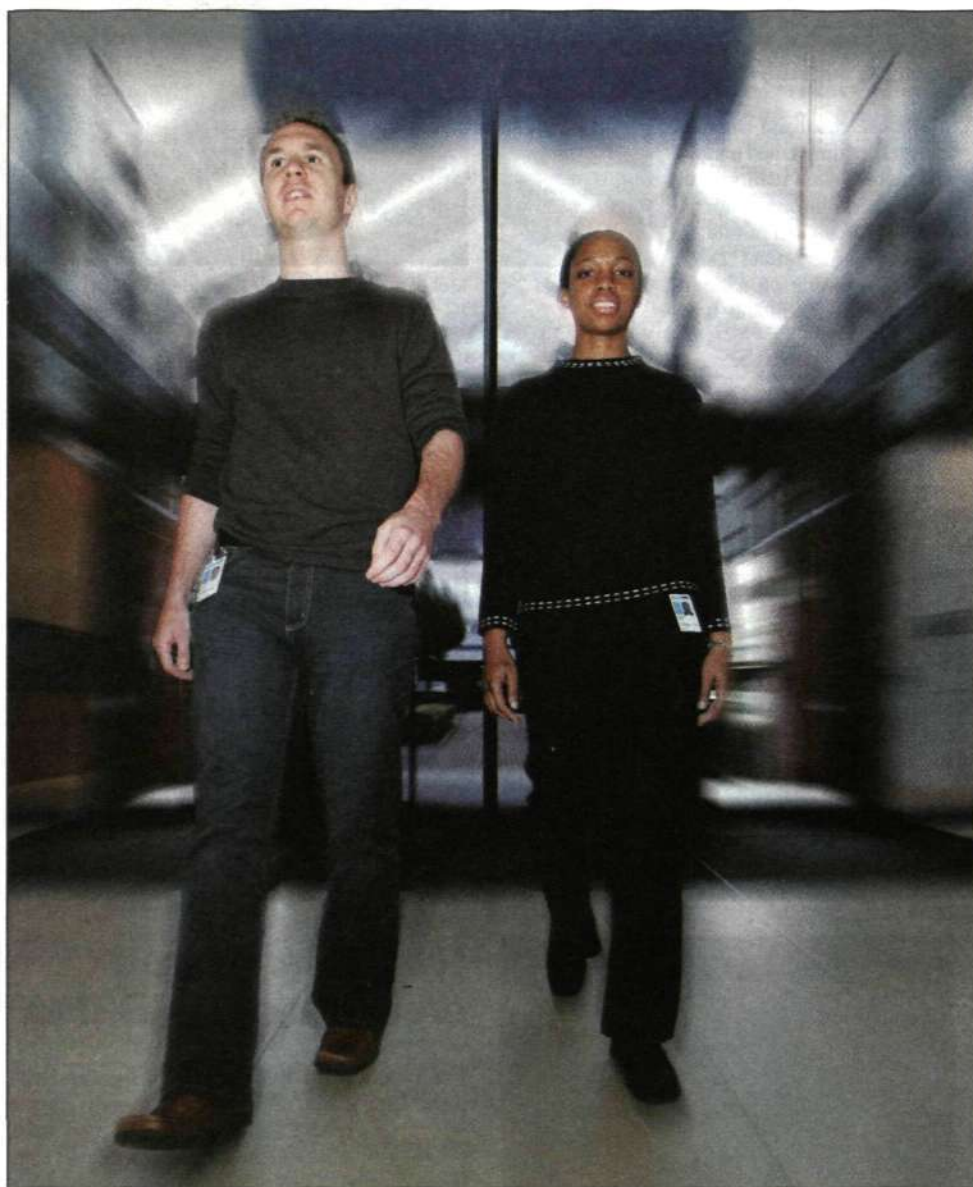
Over 750 jobbsökningar kom in till Ericsson och bland dessa valdes 15 personer ut. Alla är nu på plats i Guildford, där de påbörjat ett 18 månader långt internt utbildningsprogram.

– Våra nya medarbetare ska ses som ett tydligt tecken på att vi investerar för framtiden, säger Phil Hooper, personalchef på Ericsson i Guildford.

Alun Watkins är ytterligare en av de nyanställda. Han sökte jobb på 25 företag innan han via mail fick kontakt med Ericsson.

– Jag trodde inte att jag hade någon chans och blev glatt överraskad när jag gick vidare i anställningsprocessen och sen fick jobb. Flera av mina studiekompisar har sökt över hundra jobb, säger han.

Både Linda Oranika och Alun Watkins arbetar med support, där arbetsuppgifterna varvas med olika kurser.



På Ericsson i Guildford, England, har man anställt 15 nyutexaminerade tekniker. Alun Watkins och Linda Oranika är två av dem.

Båda ser positivt på framtiden och är övertygade om att Ericsson nu har den hårda tiden bakom sig.

– Jag upplever att det finns en både proffsig och avslappad stämning här. Jobbet blir aldrig tråkigt, det finns massor att lära sig. Om fem år är jag nog fortfarande kvar på Ericsson. Kanske har jag specialiserat mig och jobbar nära kunderna, säger Linda Oranika.

– Att jobba för Ericsson i Nigeria vore toppen, tillägger hon.

Även Alun Watkins tror att han är kvar på företaget om fem år.

– Vem vet kanske är jag då en erfaren tekniker som hjälper nyexaminerade att komma in i jobbet på Ericsson, skrattar han.