

KONTAKTEN

TIDNINGEN FÖR MEDARBETARE
INOM ERICSSONKONCERNEN

3·2005

▽ Foto: Sara Morge, Pressens Bild & Johner Bildbyrå

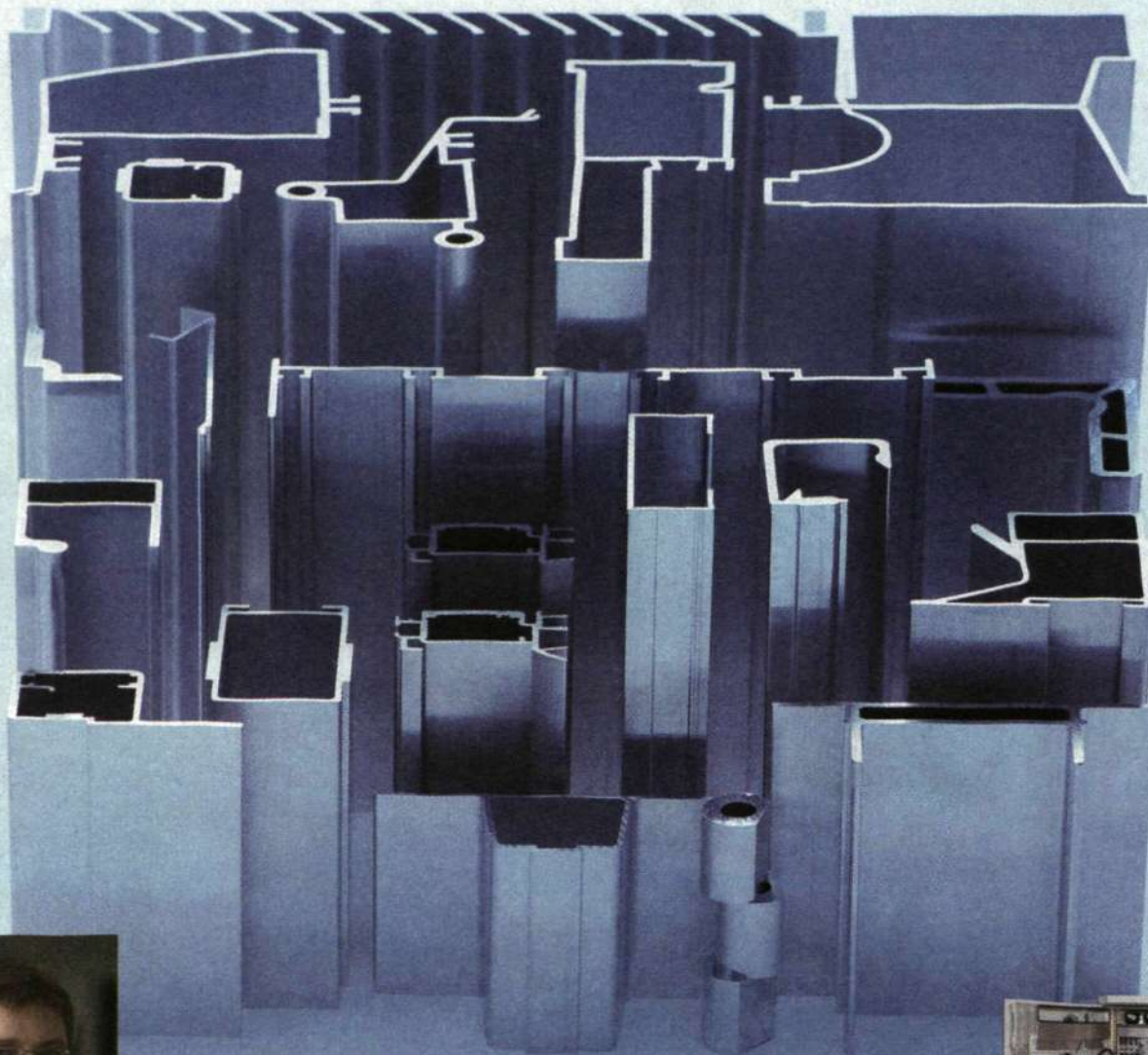


From Cannes with love

Ericsson glänste i Cannes

8-13

Sapa och Ericsson: samarbete 1967, 1968, 1969, 1970, 1971, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979, 1980, 1981, 1982, 1983, 1984, 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 och 2005.



Thomas Andersson, Sapa. "Vi har den kapacitet och flexibilitet som Ericsson kräver. Dessutom är det värdefullt för Ericsson att ha en dialog med en partner, som har resurser och kompetens att ställa upp med egen utveckling. Det finns en långsiktighet i vårt samarbete."



Fler än 1000 lösningar med **aluminiumprofiler**. Fokus på **kabinett** och kylprofiler.

Aluminium har låg vikt, hög hållfasthet och mycket god korrosionshårdighet. Aluminium**profiler** kan formas på de mest häpnadsväckande sätt.

Det här är faktorer som Ericssons konstruktörer och Ericssons kontraktstillverkare drar nytta av när de, i nära samarbete med Sapas tekniker, utvecklar kabinett.

Aluminiums egenskaper och profiltekniken bidrar till förbättrade funktioner och ger lösningar som underlättar montage – integrerade skruvfickor, fästen för

komponenter etc. etc. (Ovan ser du exempel på Sapa-profiler som ingår i ett antal olika Ericsson-kabinett.)

Dessutom: Behovet av att leda bort värme från systemen ökar ständigt. Sapa är idag ledande i världen när det gäller profilbaserade kylare för telekomindustrin. Även här bedriver vi ett intensivt och gemensamt utvecklingsarbete med Ericsson.

Och när vi går från utveckling till produktion: Sapa har den kapacitet som krävs. 36 pressar i nio länder är ett mått på det.

Sapa Profiler: På 60-talet nöjde vi oss med att pressa och bearbeta profiler. Idag är vi med och förädlar idéer, profiler, människor och företag. I nära samarbete har Sapa och Ericsson skapat fler än 1000 profillösningar.

Låt oss träffas och se hur vi kan fortsätta att forma framtiden tillsammans!

WAYS TO INCREASE PRODUCTIVITY



THIS IS ALL YOU NEED TO READ:
Get faster wireless global web access
with the new Sony Ericsson GC85 EDGE PC Card



 **Sony Ericsson**

www.WorkFasterSmarter.com



RF2850

GaAs HBT Direct Quadrature Modulator

- 1700-2500 MHz design suited for CDMA2001X, GSM/GPRS/EDGE, TD-SCDMA and WCDMA applications
- Carrier and sideband suppression >40 dBc
- Noise floor better than -158 dBm/Hz
- +21 dBm output IP3
- ACPR performance of -74 dBc; using single carrier WCDMA test Model, 64 DPCH
- SNR performance of -84 dBc; using single carrier WCDMA test model 1, 64 DPCH
- In a low cost QFN leadless package

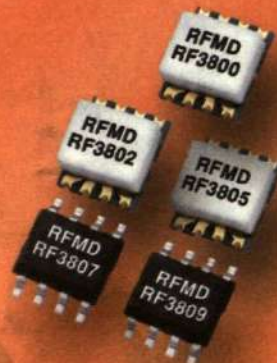


RF3315

GaAs HBT Broadband High-Linearity Amplifier

- Extensive broadband capacity: 300 MHz to 3 GHz operation
- GaAs HBT process technology
- Industry-standard, low-cost SOT-89 package
- 12.5 dB gain at 2.0 GHz and 3.0 dB noise figure at 2.0 GHz
- +23 dBm P1dB and +40 dBm OI3
- Single 5V power supply
- Ideal for CDMA, WCDMA cellular base station transceivers and pico cell applications; final PA for low-power linear transceivers and pico cell applications; and general purpose wireless infrastructure applications

At RFMD, our high-performing solutions power the infrastructure architecture that enables people to connect to the Internet, download a photo, make a phone call and more. Any time, any place.



Our RF3800 series of pre-driver and driver amplifiers keep people connected by offering infrastructure users high efficiency, high linearity, high gain and high output power. The RF3800, RF3802 and RF3805 are assembled in robust AIN LCC-8 packages, while the RF3807 and RF3809 are assembled in low-cost plastic SOIC-8 packages.

Both thermally enhanced package styles provide lower thermal resistance measurements yielding higher performance and longer MTTF.

At RFMD, performance is more than a feature. It's a requirement.

We are Wireless.

Cellular Wireless LAN

Bluetooth®

wireless technology

Infrastructure

GPS

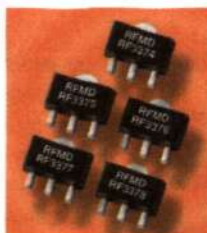
RF Micro Devices — Making History in the Semiconductor Industry

**More Than
One Billion
Cellular PAs
Shipped**



Enabling Wireless Connectivity™

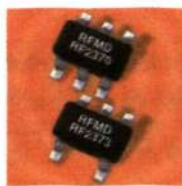
For sales or technical support, contact sales-support@rfmd.com.
www.rfmd.com



RF337X Series

GaAs HBT Broadband High-Linearity Amplifier Series

- Low-cost, industry-standard SOT-89 packaging
- Broadband DC-6 GHz operation
- Higher gain and P_{OUT} capacities with up to +32 dBm OIP3
- 50-ohm input and output impedance
- Specifically designed for cellular base stations, WLAN, SATCOM, Point-to-Point, LO buffer amplifiers, driver stages, IF and RF amplifiers, and final PAs for low-power applications



RF2373/RF2370

GaAs HBT Low-Noise Amplifiers

- WLAN and digital cellular infrastructure applications
- <1.3 dB noise figure @ 2.45GHz; 1.7 dB @ 3.8GHz
- Adjustable bias current
- Power down control
- Frequency range from 900MHz to 3.8GHz
- 1.8-5.0V power supply operation
- Low insertion loss bypass feature (RF2370)

ISO 9001:2000 Certified / ISO 14001 Certified

RF MICRO DEVICES®, RFMD® and Enabling Wireless Connectivity™ are trademarks of RFMD, LLC. BLUETOOTH is a trademark owned by Bluetooth SIG, Inc., U.S.A. and licensed for use by RF Micro Devices, Inc. ©2005 RFMD.

USA/Corporate Headquarters: RF Micro Devices, Inc.
Phone: 336.664.1233 Fax: 336.931.7454
www.rfmd.com

RF Micro Devices, Sweden
Phone: +46.46.152080 Fax: +1.336.678.0068
E-mail: mwidung@rfmd.com

All parts shown are Pb-Free and RoHS compliant

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

Tanja Lundqvist, 08-588 331 52
tanja.lundqvist@journalistgruppen.se

marknadsenheterna

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

skribenter i detta nummer

Lars Cederquist, 08-588 331 34
lars.cederquist@journalistgruppen.se

Tomas Eriksson
kontakten@ericsson.com

Henrik Berglind-Dehlin, 08-588 331 32
henrik.berglind-dehlin@journalistgruppen.se

Johan Kvickström, 073-682 60 56
johan.kvickstrom@journalistgruppen.se

Antoni Lacinai
antoni.lacinai@ericsson.com

Sara Morge, 08-588 331 36

Jesper Mothander, 073-682 60 54
jesper.mothander@journalistgruppen.se

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

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

projektleddare

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

biträdande redaktör

Jenz Nilsson, 08-588 331 38

layout

Citat, 08-506 108 70

tryck

NA Tryck AB
Örebro, 2005

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 · Nya telefoner från Sony Ericsson	7
special · 3GSM World Congress	8-13
Fasta nät på agendan i London	14-15
rakt på sak · Sivert Bergman	16-17
ericsson runt	19
ericssons kunder · GrameenPhone	20-21
WiMAX, hot eller komplement?	23
Bästa säljarna utsedda	24-25
sedan sist	26-27
Från Kingston till kalla Kista	28



14



16



28

I den nya världen



spalten

Henry Sténson
informationsdirektör
och ansvarig utgivare

Årets Cannesmässa var den sista på den orten, åtminstone på ett bra tag. Nästa år möts alla istället i Barcelona. Detta var min tredje 3GSM World Congress. Jämfört med de två tidigare, var denna kongress som en ny värld.

Själva mässan var sig ganska lik. Jag menar byggnader, montrar och kongresslokaler och så. Centrala Cannes vimlade av samma sorts människor som vanligt. Seminarierna och de så kallade Key Note Speeches avlöste varandra precis som vanligt. Till och med solen var med just denna vecka. Å andra sidan kanske just detta inte var som vanligt...

Vad var det då som gjorde det hela till en ny värld?

De senaste åren har vi haft trovärdighetsproblem. Utan god lönsamhet blir man ifrågasatt. Det känns ibland rätt cyniskt. Men, så har det varit. Folk man mött har lyssnat artigt, för att sedan för sig själva, eller öppet, ifrågasätta alla budskap. Eftersom man inte riktigt vet ändå. Ni tjänar ju inte pengar... Hur ska man då veta?

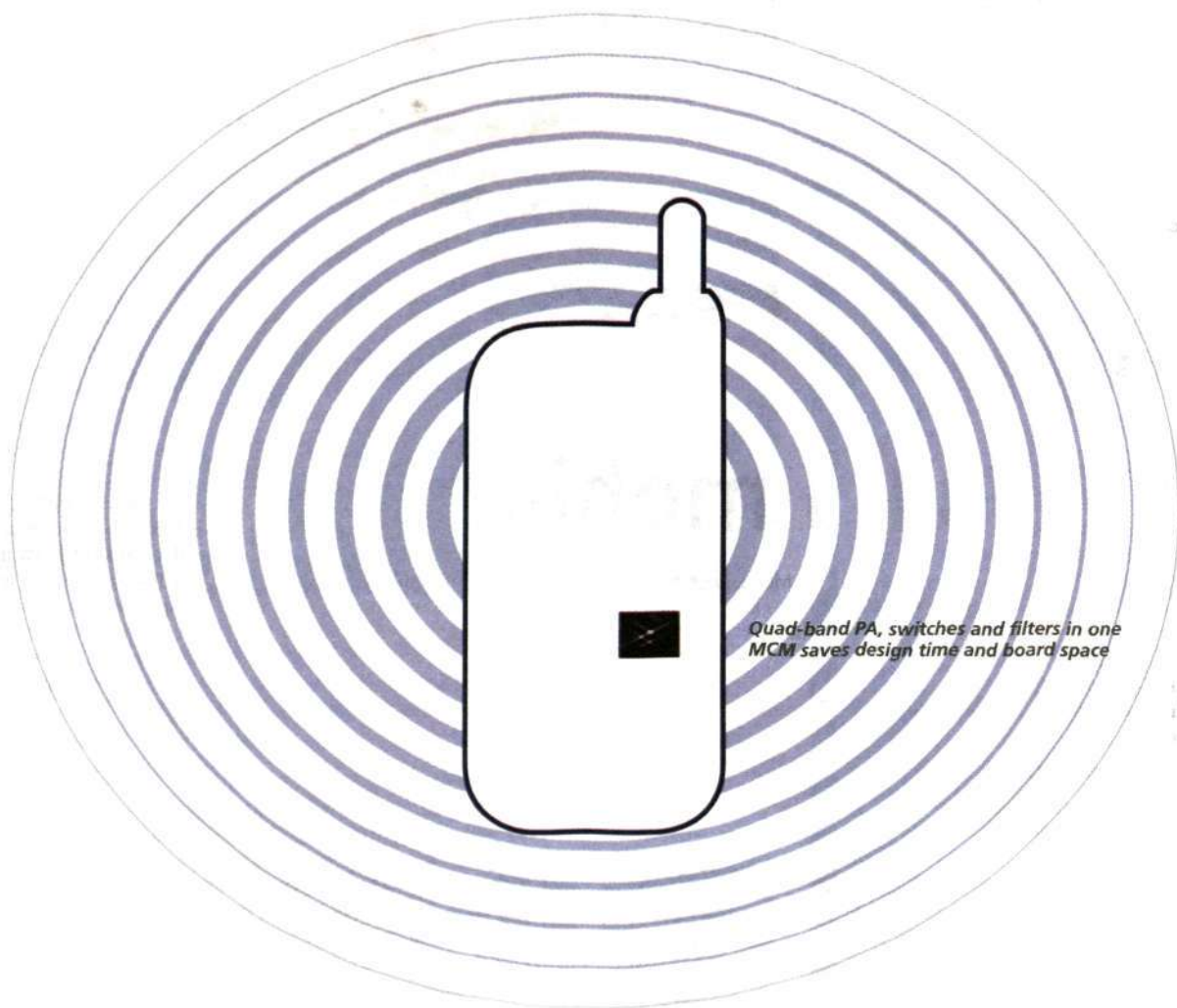
Denna gång var det helt annorlunda. En ny värld! På kundseminarier, vid intervjuer och, inte minst, vid vår stora årliga presskonferens lyssnade folk. Oavsett om det sen var kunder, analytiker av alla slag, eller journalister, så lyssnade man. Och då är vi i en ny värld.

I den nya världen tittar folk på oss med intresse. Man undrar över våra nya produkter. Man frågar om vår position i olika delar av världen. Vid presskonferensen var det så fullt i den stora lokalen, att folk fick sitta på golvet. Vi tvingades till och med se intresserade vända i dörren. Så ska det vara när Ericsson berättar om Triple Play och annat vid en telekommessa.

Världsledarskap skapar trovärdighet. Och då lyssnar marknaden.



SKYWORKS®



*Quad-band PA, switches and filters in one
MCM saves design time and board space*

The World's First EDGE Front-End Module

Breakthrough Simplicity®

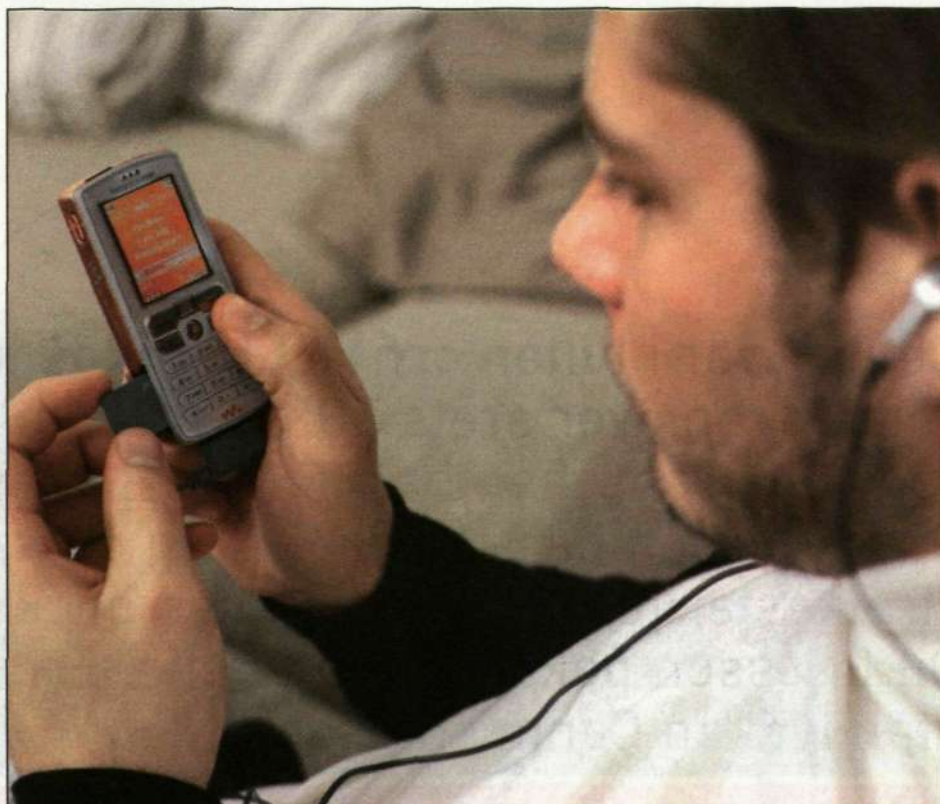
www.skyworksinc.com/spotlight

USA: 781-376-3000 • Asia: 886-2-2735 0399 • Europe: 33 (0)1 41443660 • Email: sales@skyworksinc.com

aktuellt: nya telefoner

text: jesper mothander foto: sony ericsson

När Sony Ericsson släppte fyra nya telefonmodeller den 1 mars i år var det speciellt en som rönste stort intresse: musikmobilen W800. Den tar Sonys urstarka varumärke Walkman in i mobilvärlden.



Nytt steg för musik i mobilen

Sony Ericsson fortsätter att visa sin styrka. Bolaget visar stabil lönsamhet, har lyckats över förväntan med sina kameratelefoner och tar nu täten bland musikmobiler genom användandet av varumärket Walkman.

Den första Walkman-telefonen heter **W800** och ska finnas i handeln i höst.

Telefonen har ett medföljande minne på 0,5 GB, vilket rymmer cirka 150 låtar. Det går också att ansluta Sonys minneskort på upp till 2 GB. Inbyggd programvara för enkelt över musikfiler av typen mp3 eller AAC, de två format som stöds. Allt man behöver göra är ansluta telefonen till datorn och dra-och-släppa.

Att Sony Ericsson får tillgång till Walkman är en enorm styrka när det gäller att marknadsföra terminalen. Datortidningen Mobile PC rankade nyligen Sony Walkman som världshistoriens tredje bästa elektroniska apparat någonsin, efter den bärbara datorn och fjärrkontrollen.

Peter Bodor, pressansvarig på Sony Ericsson, förklarar varför det här är så viktigt:

– Med kameratelefoner är det mycket utseendet i sig – knappar, lins med mera – som talar för produkten. Med musik är det lite svårare. Märket Walkman visar att W800 är en fullgod musikspelare.

Med W800 ökar Sony Ericsson sin popularitet hos operatörer, som ser musikfiler som viktiga när det gäller att öka trafiken i sina databärande mobilnät.

Men telefonen är inte bara musik, den har också en inbyggd kamera på 2 megapixlar med autofokus.

Den mest avancerade kameratelefonen hittills i Sony Ericssons sortiment är dock **K750**, en 2 megapixlars kamera med videokapacitet, fotolampa och inbyggd funktion för bildredigering. Telefonen är mer lik en vanlig digitalkamera än något annat Sony Ericsson tidigare levererat, med exempelvis ett aktivt linsskydd. Telefonen har också fm-radio och mp3-spelare inbyggda. Precis som W800 har K750 plats för minneskort.

K750 ska finnas tillgänglig redan under andra kvartalet i år.

När telefonerna utrustas med allt bättre musikspelare och kameror kan man inte låta bli att fundera över riskerna för Sonys egen produktportfölj, men Peter Bodor tycker ändå att distinktionen är naturlig.

– Snart är vi uppe på en upplösning där optisk zoom, en kraftig blix och så vidare spelar mer roll, och då handlar det om storlek. På musiksidan är det fortfarande skillnad mellan en telefon och en renodlad musikspelare avseende framför allt lagringskapacitet. Våra produkter tas alla fram med Sonys goda minne, och med musikmobilen är det precis lika angeläget för Sony att ta in varumärket Walkman i telefonvärlden.

Sony Ericssons tredje nyhet, **K300**, är en något enklare kameratelefon, som man hoppas ska locka företagsanvändare. Telefonen, som har en kamera med VGA-upplösning och videofunktion, har högtalarfunktion och synkronisering för pc.

Den fjärde och sista modellen tar sikte på främst ungdomar. **J300** har ett ungdomsligare formspråk, med mjukare linjer och utbytbara skal. Mobilen har mp3-spelare, en musikmixarfunktion samt det populära spelet Rayman.

Bara två dagar efter att de nya modellerna lanserats kom en rapport från varumärkesanalytikerna Nordisk Media Analys, som visade att Sony Ericsson gått om Nokia som Sveriges populäraste mobiltelefonmärke.



W800 är musikmobilen som tar Sonys varumärke Walkman in i mobilvärlden.

K750 är den telefon som mest liknar en kamera av allt Sony Ericsson gjort.



J300 ger Sony Ericsson bredden i produktportföljen, och är tänkt att attrahera ungdomsanvändare.



K300 är främst riktad mot företagsanvändare, med kamera, högtalarfunktion och pc-synkronisering.



Det var vår i luften och det berodde inte bara på att solen sken över årets 3GSM-mässa i Cannes.

Telekombranschen har nu definitivt vaknat ur sin dvala.

Och Ericsson har sträckt på sig ordentligt, klivit in i strålkastarljuset och drar allas blickar till sig.

Dit Ericsson pekar, tittar nu alla. Ericsson dominerade utan tvekan Cannesmässan.

Kungarna av Cannes

– För mig kändes årets Cannesmässa som ett segertåg för Ericsson. Kunderna pratade bara om hur bra allt gick. Det känns som att de förstår att vi ligger i framkant med tekniken, att vi är finansiellt stabila och att vi kan vara en värdefull partner, säger Ericssons säljchef Bert Nordberg.

Förra året drog Cannesmässan 25 000 besökare, i år kom ytterligare 10 000. Om det var tydligt förra året att de svartaste dagarna låg bakom branschen, så var det ännu tydligare i år att framtiden ser ljus ut. Kanske är det dags att göra som Cannes-born, köpa coola solglasögon och njuta av utsikten. Mauro Sentinelli, vice ordförande i GSM Association, tillika vd för TIM, uppmanade i alla fall sina operatörs-kollegor att sluta snåla och börja investera.

– Tillväxt måste nu vara vårt fokus. Vi måste bli offensiva med 3G, inte bara stirra på kostnader. Kostnadsmedvetenhet är viktigt men det är inte det som driver branschen framåt.

Med 35 000 telekomproffs samlade på ett och samma ställe är förstas konkurrensen om uppmärksamhet stenhård. Vissa syntes mer än andra. Att Nortel och Samsung var på plats kunde ingen missa och Orange var helt klart färgen på modet. Ericssons nya varumärkesplattform syntes visserligen, även

om den inte var tapetserad över hela staden. I stället valde Ericsson att med marknadsledarens självklara lugn låta kunderna, investerarna, pressen och till och med konkurrenterna komma till sig. Och voilà, succé!

– Till vår presskonferens kom mer än 300 personer, de satt trolldundna i en timme trots att vi inte hade några nya lanseringar, det vittnar verkligen om vilken nyfikenhet det finns på oss, berättar Pia Gideon, ansvarig för extern- och marknadskommunikation på Ericsson.

Lyckad HSDPA-demo

Även Ericssons monter var fullsatt hela tiden, kundseminarierna var trippelbokade och för att få komma i närheten av Ericssons yacht, där HSDPA-demonstrationen hölls, behövde man nog vara minst Grace Kelly, eller åtminstone en god kund. Men trots att långt ifrån alla hade chansen att se förelisningen, var det nog ingen som hade undgått snacket.

– Alla pratade om HSDPA i Cannes, det bästa är att det nog inte finns någon som längre ifrågasätter att Ericsson är bäst på det, säger Ericssons tekniske chef Håkan Eriksson.

Att titta på dataöverföring är inte en given huvudattraktion på en telekommässa, men Ericssons HSDPA-demonstration var snabbare än någon vågat hoppas. Och håret reste sig nog på konkurrenterna när ryktet nådde dem om att Ericsson kom upp i 11 Mbps mot utlovade 9 Mbps.

– Ja vi slog verkligen knockout på konkurrenterna med vår HSDPA-demo, säger Bert Nordberg.

– HSDPA, med en överföringshastighet över 9 Mbps, stärker mig i tron på den framtida utvecklingen, säger Mike Wright, ansvarig för 3G-utvecklingen hos Telstra. Det ska bli intressant att se i vilken utsträckning HSDPA verkligen är integrerat i den existerande handlingsplanen och den existerande infrastrukturen hos konkurrenterna. Men från vad jag har sett så byggs HSDPA på en existerande plattform, vilket är ett gott tecken.

Global interoperabilitet ett måste

Utvecklingen innebär att tjänster som tv och webb-sökning i mobilen blir naturliga, utan långa väntetider. Men ytterligare en viktig ingrediens som krävs är att branschen tar krafttag och ser till att global interoperabilitet inte bara är något som visas upp på mässor. Det var många som pratade om vikten av

text: sara morgé

foto: sara morgé och pressens bild



From Cannes with love



global interoperabilitet – och Vodafone gjorde klart att de inte tänker sitta med armarna i kors och vänta på att det ska ske.

– Vi behöver agera snabbt, som en mogen bransch, säger Guy Laurence, global marknadsföringschef för Vodafones konsumentdivison. Det kostar alldeles för mycket för innehållsleverantörerna att få sina applikationer att fungera på 100 olika telefoner. Det borde vara som i tv-branschen: där spelar det ingen roll om apparaten är från LG eller Sony, man kan titta på vilket program som helst.

Telia Soneras vd Anders Igel var av samma åsikt:

– Vi måste fortsätta på interoperabilitetsspåret och slåss mot protektionism, det är enda vägen om vi vill skapa massmarknader.

IMS på allas läppar

Ericsson har alltid gått i bräschen för öppna standarder och nu börjar hela branschen inse att det inte finns något trovärdigt alternativ till samarbete. På tekniksidan var det också tydligt att Ericsson ligger långt fram inom de områden som alla pratar om. De två tekniska lösningar som alla – utan undantag – pratade om i Cannes var HSDPA och IMS. Det råder nog inget tvivel om att det är IMS som ska fortsätta

driva konvergensen mellan fast och mobil telefoni framöver. Det anser även konkurrenterna.

– IMS är konvergensplattformen för framtiden, och ju mer utbyggt WCDMA blir, desto viktigare blir det med konvergens, sade Lothar Pauly, vd och koncernchef för Siemens Communications.

När det gäller IMS kunde Ericsson visa på konkreta applikationer med IMS i botten. Störst intresse väckte nog WeShare, som kan användas som ett slags whiteboard i mobilen. Samtidigt som jag pratar, ritar jag och förklarar på min mobil, och det dyker upp på din skärm. Lägg in en karta och förklara vägen genom att rita på kartan – enkelt och otroligt användbart.

Sanjay Nandrajog från Bharti var entusiastisk över flera saker:

– Det första jag tänker på är hur 3G och HSDPA kommer att förändra hur vi ser på de närmaste åren inom telekombranschen. IMS-plattformen är verkligen spännande och jag tror att den kommer att öppna för ett helt nytt synsätt på vår nätplanering framöver. Ett annat intressant område är små till medelstora företag. Jag har sett några väldigt spännande mobila applikationer för dem, som Virtual PBX.

De 11 Mbps som Ericssons HSDPA-demo kunde stoltsera med är hisnande snabb dataöverföring.

Med sådana hastigheter börjar det bli möjligt att ta applikationer som tv i mobilen på allvar. HSDPA möjliggör Mobile Triple Play, alltså när telefoni, internet och tv möts, är mobila och erbjuds i en gemensam infrastruktur.

Ericsson tog chansen och visade framfötterna med live-demonstrationer och trovärdiga affärsmodeller.

– I år har vi ryckt ifrån resten av gänget. I år kändes det fantastiskt att vara från Ericsson. Vi fick extremt mycket positiv återkoppling från alla. Och det var många som sade till mig att de tyckte att vi var de enda som hade en tydlig plan och som dessutom verkar vara kapabla att genomföra den, säger Håkan Eriksson.

fakta:

Ericsson hade fem teman, så kallade winning propositions, i Cannes: mobilt bredband, Mobile Softswitch, snabb servicelansering (Fast Service Launch), det mobila kontoret, och Managed Capacity.



Kommunikation gör världen vidare

>> Det finns två sätt att föra telekombranschen framåt. Det ena är att öka intäkten per användare, då gäller det att vända sig till de som har pengar, företagen. Det andra är att få fler abonnenter i näten, då blir uppgiften att göra mobiltelefonen till var och ens egendom, i alla länder.

Det känns självklart och inte särskilt komplicerat att telekombranschen vill och bör tjäna pengar på företagsanvändarna. Lite svårare kan det vara att förstå och rättfärdiga att man ska tjäna pengar även på fattiga människor i tredje världen. Men telekom har faktiskt en viktig roll att spela i uppbyggnaden av ekonomierna i fattigare länder. Jay Naidoo, styrelseordförande i Development Bank of Southern Africa, inpräntade med största möjliga tydlighet det budskapet i de delegater som lyssnade på hans anförande.

– Mobil kommunikation är en väldigt viktig drivkraft bakom ekonomisk tillväxt i de afrikanska länderna. Kommunikation kan inte få vara ett privilegium, det måste vara en rättighet. Kommunikation är en förutsättning för demokrati, och mobil kom-

munikation är ett väldigt kostnadseffektivt sätt att kommunicera på.

Men det handlar inte heller om välgörenhet, får man fart på dessa ekonomier har alla något att vinna.

– Det finns en kommersiell möjlighet här. Jag är här för att övertyga er om vår sak. Vi är redo att göra affärer, att vara en smart partner. Men vi måste ha billigare telefoner, fortsatte Naidoo.

Och just bra, funktionella mobiler till låg kostnad, stod högt på agendan i Cannes. Motorola lanserade en terminal som de tagit fram åt GSM Association, den ska kosta under 350 kronor. Microsoft och Flextronics lanserade sin Peabody i samma prisklass.

– Afrika har idag fyra procent av världens abonnenter, men 15 procent av världens befolkning och är tillsammans med Östeuropa den snabbast växande

regionen, sade Devine Kofiloto, analytiker på afrikanska analysfirman EMC.

Afrika är alltså en snabbväxande marknad med stor potential trots att en ny mobil idag kostar tiofalt månadsinkomsten för många människor. Då kan man tänka sig vad som kan hända när de riktigt billiga telefonerna dimper ner på marknaden. De flesta verkade överens om att priset måste ner under 200 kronor för att spridningen ska ta fart på allvar. Dröm-scenariot är att det ska gå att få fram telefoner i 70-kronorsklassen, men då krävs förstås extrema volymer. Frågan blir då vem som vågar satsa på att nå dit.

– Fokus måste nu riktas mot utvecklingsmarknaderna, om vi vill se fortsatt tillväxt, sade Sunnil Mittal, Bharti Telecoms vd.

Mittal berättade att Indien har hittat en modell där röstsamtal bara kostar 14 öre per minut. Bharti klarar alltså av att tjäna pengar, trots världens lägsta tariffer och en genomsnittlig intäkt per abonnent (ARPU) på 35 kronor.

– Den modellen förutsätter förstås en stor kundbas för att vara lönsam. Jag tycker att den indiska modellen borde införas i Afrika, då skulle den marknaden verkligen kunna lyfta, säger han.

Det är alltså flera saker som måste till för att verkligen kunna erbjuda kommunikation för alla på

text: sara morgue

foto: sara morgue



riktigt. Billiga telefoner, och billiga distributionslösningar för dessa, kostnadseffektiv utrullning av näten även på landsbygden, samt skräddarsydda erbjudanden som passar de olika marknaderna.

– Det är dags att hantera det faktum att trots att 80 procent av världens befolkning bor i områden som har mobil täckning, använder ändå bara 25 procent av världens befolkning mobiltelefon, sade Rob Conway, vd för och styrelsemedlem i GSM Association.

Inget av det här är ju någon nyhet för Ericsson, förra året var Expander den stora lanseringen i Cannes. Sedan dess har ett antal kontrakt rullat in på Ericssons Expander-erbjudande. I år koncentrerade sig Ericsson mer på den andra sidan av myntet: att öka användandet i näten. Då framstår affärsanvändarna allt tydligare som den grupp där de största intäktsmöjligheterna finns, men också de högsta kraven. På enterprise-sidan finns helt andra behov än hos privatkonsumenterna.

Och om knäckfrågan för de nya tillväxtmarknaderna är låga kostnader så är det snarare det motsatta för affärsanvändarna, här handlar det istället om att erbjuda ett så högt värde som möjligt.

– När vi tittar på saker ur ett enterprise-perspektiv, så måste vi prioritera frågan om hur vi kan ge ett mervärde. Det är det som affärsanvändarna är villiga att betala för, sade Daniel Taylor, från Mobile Enterprise Alliance

Ericssons enterprise-erbjudande är starkt och fick ett mycket positivt mottagande i Cannes, framför allt var det säkerhetslösningarna och kombinationen av infrastruktur och mediatjänster som uppskattades.

– Ericsson har visat att det är möjligt att komma åt mobilitet och telefoner naturligt och utan säkerhetsrisker, tack vare nya lösningar som möjliggör underhållet av telefoner over-the-air och gör att man kan rensa all information från en telefon som blir borttappad, sade Lars Vestergaard, forskningschef på European Wireless and Mobile Communications, IDC.

Daniel Taylor presenterade siffror från Sverige som visade att trots att de svenska affärsanvändarna bara

står för 17 procent av abonnenterna, så står de ändå för nästan hälften av intäkterna.

– Vi vet att enterprise-användarna ger en ARPU som är tre gånger så stor som genomsnittsanvända-

ren, sade Ericssons enterprise-chef, Mats Dahlin. Jag tror att vi är mitt i ett skifte från konsument- till enterprise-fokus. Det är här pengarna och tillväxtmöjligheterna finns.

I Cannes samlas branschens bästa

Varje år träffas giganterna inom telekom och mäter krafterna i branschens supermingel. Det är här framtiden formas, när nya kontakter knyts och etablerade relationerna förstärks.

Ericsson skickade i år en anseelig stab till 3GSM-mässan, förberedelserna pågick i många månader. Ja, inte bara Ericsson, de senaste åren har alla som vill vara med och leka i branschen bokad in den en februarivecka på franska Rivieran. Och det är inte första hand för att äta sniglar i vitlök och dricka vin. Såväl operatörer som leverantörer lägger ner stora mängder tid och pengar för chansen att få göra succé i Cannes. Vad är det då som gör just den här mässan till ett sådant dragplåster att den nu har blivit för stor för festivalorten och ska flytta till Barcelona nästa år? 3GSM kan beskrivas på många sätt, det beror på vem du frågar.

Håkan Eriksson, Ericssons tekniske chef:

– Det här är ett fantastiskt tillfälle för oss att träffa kunder och kollegor från konkurrenterna och få input till vart branschen är på väg. Vi får en chans att se hur våra budskap mottas, det blir som en slags referensgrupp för vårt strategiarbete

Lars Vestergaard, forskningschef på European Wireless and Mobile Communications, IDC

– Först och främst är Cannes något som man verkligen ser fram emot varje år, oavsett tid på året så längtar man till februari när Cannes drar igång. Det är först då riktningen för det kommande året blir klar.

Bert Nordberg, Ericssons säljchef:

– När man har varit i Cannes har man en samlad bild av hur branschen ser ut framöver, det är här man får inputen och det här man kan vara med och påverka branschens framtid. När jag träffar kunder i Cannes handlar det mer om att diskutera strategier och bygga relationer snarare än att sälja. Här har jag även en chans att få en mer personlig relation med kunderna och inte bara prata jobb.

Graham Gordon, chef för Wireless Consumer Data Services Telstra:

– För mig är det fantastiskt att knyta kontakter och träffa toppchefer från hela världen och att få veta vad andra operatörskollegor världen över gör. Cannes överbrygger alla avstånd, vi som befinner oss långt bort får tillfälle att se allt det vi inte kan se hemma.

Atul Bindal, marknadsföringschef för Bharti group:

– Det här är mitt första besök på 3GSM och det är fantastiskt att se hur stort det är. Jag önskar att jag hade fått mer tid här, det är underbart att se all uppfinningsrikedom, hela IMS-konceptet och allt nytt, det är en fantastisk erfarenhet.

Pia Gideon, Ericssons chef för extern- och marknadskommunikation:

– För oss är Cannes en enorm kraftsamling internt. Budskapsmässigt är det här avstampet inför resten av året. Det är i Cannes vi testar vårt totala budskap och får kvitto på om det funkar eller inte, sen gör vi mindre justeringar till de andra stora mässorna, som CTIA, Comdex och CommunicAsia.

& Ömma fötter krävande kunder

>> **Det gör ont i fötterna att jobba med 3GSM.** Det vet Antoni Lacinai som har fyra års erfarenhet av att arbeta för Ericsson under mässan. I år var han i Cannes som en av företagets Business Builders och hade några minst sagt turbulenta dagar. Som tur var förde Antoni dagboksanteckningar om sina upplevelser med kunder och kolleger.

Tänk dig att ni är ett gäng som skall ordna en fest. Det är mycket planering och mycket snack, och sedan – plötsligt – känner du att tiden börjar rinna ut. Nog snackat, dags för handling. Sekunderna innan gästerna kommer sopas dammet under mattan, de levande ljusen tänds och alla är så glada. Så är det varje gång hemma, och så är det varje gång inför 3GSM.

Detta är mitt fjärde år i Cannes. I år skall jag vara Business Builder och som vanligt dundrar e-posten in i elfte timmen. "Läs på de här budskapen, marknadsföringsteman, winning propositions, web castingen etc etc. Du har tills i morgon på dig."

Jag gör ett försök och skriver ut ett gäng white papers, ett antal hundra slides (sex på varje sida för att spara papper) och sitter sedan på nätterna och pluggar tills jag somnar med ett Public Ethernet-papper som kudde.

Söndag 13/2 Let the game begin

Vi samlas vid fyra på eftermiddagen där Ericssons tekniske chef Håkan Eriksson omgående förklarar att vi är bäst. Vad än någon annan tycker eller säger så ska vi komma ihåg just detta: Vi är bäst. Tänk dig en svensk som säger så. Mycket ovanligt. Han får applåder. Pia Gideon, chef för Ericssons extern- och marknadskommunikation, förklarar att vi ska personifiera vårt varumärke här i Cannes. Vi är handplockade säger hon, och lägger till:

– Det säger jag inte för att vara snäll.

Snäll? Tänker jag. Snarare gör det mig skräckslagen, lider man av bedragarsyndromet (det vill säga att någon kommer att avslöja dig för den bluff du egentligen är) så mår man inte toppen i det läget. Men det går snabbt över, precis som kvällen och vi är alla supertaggade inför morgondagen.

Måndag 14/2 It's now or never

Klockan är åtta på kvällen och första dagen är över. Vis av tidigare år har jag gått omkring i svarta gymnastikskor. Ändå har fötterna börjat värka. Så vek man blir av att jobba på kontor och bara sitta framför datorn eller i ändlösa möten.

Ericsson har hyrt in ett undersökningsföretag som mäter hur bra det gått. Resultatet efter första dagen är excellent! Vi får höga siffror från både kunder och KAMar (kundansvariga).

Jag har bland annat en träff med en österrikisk kund. På den svängda monterväggen bakom oss står tre budskap: driving growth, constantly innovating och co-creating winning solutions. Han pekar på driving growth och säger:

– Berätta mer om det. Vad kan ni göra för att förbättra min tillväxt inom röst och data?

Man kan bara älska sådana kunder. Jag med min passion för kundsegmentering och nya tjänster, och Martin Sjölin som har koll på vårt hosting-erbjudande kan prata snabb tjänstelansering (Fast Service Launch), slutanvändarsegmentering och ge exempel på framgångsrika tjänster. Kunden är med på noterna men han har en barriär.

– Jag gillar det. Men jag har ett problem: mina kolleger tror att de redan vet allt som är värt att veta.

Martin och jag kommer in på vårt traffic & revenue growth-program och vi kan dela erfarenheter på global och lokal nivå. Innan de går, pekar jag på budskapen igen och frågar:

– Vi har pratat om hur vi kan driva tillväxten, eller hur? Tror du på att vi kan det?

Kunden nickar.

– Och vi har visat dig nya innovativa IMS-baserade tjänster som intresserar dig?

Han nickar igen och ler.

– Bra, säger jag. Då kan ni börja planera för hur ni ska skapa bra lösningar, så att jag kan använda dessa tjänster nästa gång jag kommer till Österrike.

Kunden och KAMen nickar och skrattar. Jag tror att de kommer att göra det.



text: antoni lacinaï

foto: sara morgue och johnér bildbyrå



Tisdag 15/2 Rolling, Rolling, Rolling

Oj, oj, vilken dag!

Vi har dubbelt så många besökare, men har ändå inga problem att hantera flödet. Visst finns det de som inte hinner äta förrän halv tre, men humöret är på topp ändå. Precis som igår är det IMS och HSDPA som toppar ligan på antal förfrågningar, tätt följt av enterprise-lösningar och Service Delivery Platform-diskussioner.

Seeing is believing, sägs det. Några kunder kommer från kundseminariet och säger till mig:

– Vi har hört en massa prat från er på seminariet, men nu vill vi att ni ska visa oss också.

Det är inte svårt att bestämma sig för vad vi ska visa. Den i särklass mest intressanta demon i år är weShare whiteboard, där man kan prata och samtidigt dela till exempel en karta över Cannes som båda kan rita på medan samtalet är igång. När de får se den demon är lyckan gjord.

Idag känns det som vi har lyft oss en nivå till. Dessutom får vi reda på att vi överträffat gårdagens toppbetyg från våra kunder och KAMar. Det känns bra. Mycket bra. Utom i fötterna.

Men nu ser vi fram mot onsdagen där ännu fler förbokade möten skall hållas. På vägen till kvällens jakt på en restaurang nynnar jag: "rolling, rolling, rolling..."

Onsdag 16/2 Join the joyride

Jag kan bara beundra mina kollegor som är här, alla gör ett kanonjobb. Vi business builders lyckas hålla uppe gårdagens nivå – och till och med öka. Jag är fascinerad av vad man kan göra med rätt inställning. Jag minns att jag läst om en landslagsåkare i slalom som först såg sig själv åka hela loppet i huvudet. När han sedan åkte på riktigt så tyckte han att det kändes väldigt långsamt, som om han tog för lång tid på sig. Han var i själva verket snabbast av alla i den tävlingen. Så känns det idag. Jag trodde att vi haft färre kunder än igår men det var tvärtom, och vissa ville aldrig gå.

Det bästa exemplet på det är kunden som kommer

kvart i sju och vill prata ESDP (Ericsson Service Delivery Platform). Vi vet att vi har något på gång med den här kunden och parar ihop honom med Sebastian Lind från Systems Integration och Patrik Hedlund från Service Layer.

Klockan åtta, när mässan har varit stängd i en timme och vi precis ska lämna byggnaden, tittar vi ner på montergolvet. Det är tomt så när som på några vakter och en grupp människor i Ericssons monter. Där står Sebastian och Patrik med ett antal personer från kunden som frågar och frågar medan Patrik och Sebastian tålmodigt svarar och svarar. Snacka om uthållighet. En av vakterna på golvet passar på att svimma av utmattning, men våra killar är oförtröttliga. Måtte vi få den affären.

Det går knappt att begripa, men vi får ännu högre betyg idag än igår. Undersökningsföretaget har aldrig varit med om något liknande. Och de har ett skapligt underlag att gå på, de har intervjuat 200 kunder och 70 KAMar.

Torsdag 17/2 Poetry in Motion

Vi är klara! Det är över! Vi gjorde det! Vi har bevisat att vi är numero uno, genom att vara vänliga, kunniga, roliga... Vilket gäng! Att få plats i det är ungefär som att få reda på att man får vara med i landslaget och undra hur sjutton det gick till.

Idag har det handlat om att trycka på energipedalen när kunderna kommer och sedan växla ner en aning när till exempel samtliga konkurrenter kommer och vill prata med oss. En konkurrent uttrycker sin stora beundran och tacksamhet över hur vi välkomnar honom.

– Tack för gästfriheten, avslutar han.

En annan konkurrent berättar för oss att alla försökt visa höga hastigheter med sina HSDPA-lösningar men han kan bara konstatera:

– Ni är verkligen nummer ett.

Ett erkännande vi ödmjukt mottager.

När jag precis är klar med ett besök vandrar James Haley in i montern. Jag hälsar honom hjärtligt väl-

kommen. Han är från T-Mobile i USA. Han berättar att han brukar passa på att gå runt sista dagen och se vad som finns.

– Vilken är den mest imponerande tillämpning du kan visa mig?

– Det beror på vad som imponerar på dig, svarar jag.

Efter en kort diskussion glider Hans Höglund (kallad Convergence-Hans) upp bakom mig med två telefoner. Vi visar kunden weShare Whiteboard. När vi är klara tittar jag honom i ögonen och frågar:

– Nå, James, var det här den applikation som imponerade mest på 3GSM?

Han bara ler och svarar:

– Hittills är det det.

Då återstår två och en halv timme av hela mässan. Jag tror att han var nöjd med vad han såg från oss.

Nöjda är också våra enterprise-kompisar som nu skall hem och fundera på hur de skall ta hand om de 100+ önskemålen om trials på push e-mail. Vilken succé.

fakta 3GSM 2005:

620 Ericssonrepresentanter var på plats, av dessa var cirka 500 ledning och KAMar
120 var mässpersonal.

500 deltagare på Ericssons kundseminarier

1000 deltagare på Ericssons Social Event

177 enskilda förbokade kundmöten hölls

300 besök på 4 dagar hade Ericssons

Consultancy Lounge

100 besökare kom till Ericssons interoperabilitetsdemonstration



Global uppslutning, trängsel, entusiasm och nyfikenhet präglade 21st Century Communications World Forum. För Ericsson blev det ett lyckat evenemang där bolagets innovationer på fastnätssidan presenterades för intresserade kunder.

Fasta nät på frammarsch i London

Ericsson kan inte tala om konvergens och bara synas på evenemang som mässan i Cannes där mobiltelefoni är dominerande. Fastnätsmässan 21st Century Communications World Forum i London hade långt fler besökare än väntat. För Ericsson blev det en viktig värdeomvärdering på statusen för företagets fasta nät.

Arrangören International Engineering Consortium hade räknat med cirka 1200 deltagare, i stället kom fler än 2000 personer.

John Ryan, grundare av mycket högt ansedda amerikanska telekanalytikerfirman RHK Inc., var förbluffad över det stora intresset:

– Antalet deltagare är imponerande. Framför allt att alla de stora företagen representeras av högt uppsatta personer visar vilken vikt som läggs vid det här evenemanget, menar han.

Mässan ägde rum på Royal Lancaster Hotel vid Hyde Park. Entréplanet var fyllt av montrar befolkade av entusiastiska utställare och intresserade besökare.

Uppslutningen var global, med deltagare från länder i alla världsdelen. En trappa ned var plats för seminarier och workshops, i övriga lokaler pågick ständiga kundmöten.

På plats fanns Karl Thedéen, ansvarig för fastnätssidan och den kanske viktigaste Ericsson-ambassadören på området.

– För oss känns det viktigt att människor förstår att vi verkligen gör saker på fastnätssidan. Vi kan visa upp en komplett produktlösning för framtidens krav, säger han och fortsätter:

– Därför är den här mässan viktig för oss. Ericsson ska göra en ordentlig satsning nu på att visa upp våra fastnätssidor. Det handlar om marknadsföring exempelvis genom att delta i mässor som den här, och andra längre fram under året.

Till skillnad från många andra tillställningar, exempelvis mässan i Cannes, låg fokus i London väldigt tydligt på information. Mässan för fastnät var den första i sitt slag, och mycket satsades på de seminarier och workshops som anordnades, samt olika direkta kundmöten. Ambitionen var dels att visa upp Ericssons produktportfölj och dels att lära mer om vad andra aktörer har. Att inhämta information var en inte oviktig del i arbetet.

Huvudsponsor, och det företag som kanske tilldrog sig mest uppmärksamhet, var BT. Men de allra

flesta av världens stora aktörer på området var representerade, både med en monter på mässan och med deltagare i seminarier och workshops. Många av bolagen hade också ansvariga som talare i de olika ämnena som diskuterades.

Ett exempel på det var Ericssons Mikael Stromquist, ansvarig för strategisk planering för den amerikanska marknaden. Inför en fullsatt sal talade han om The Digital Market Place, där olika tjänster smälter samman. Information, underhållning, kommunikation och ekonomiska transaktioner har i en nära framtid inte separata vägar för användaren.

Många lär ha uppmärksammats på Ericssons framsteg inom fastnätssidor under mässans gång. I bolagets monter på mässdelen kryllade det av besökare, framför allt kunder. Där visade kunnig personal upp de två utvecklingsspår som Ericsson satsar på, Broadband Connected Homes och Networked Enterprise.

Konvergens är inte bara ordet för dagen, det är också den faktiska nyckeln när fast- och mobilnät ska utvecklas.

– Vi kan erbjuda en helhetslösning. Alla är i dag intresserade av hur man bäst kan förpacka alla tänkbara tjänster. Det är en fråga om hur man kan ta bredband till nästa nivå, säger en av Ericssons talespersoner på mässan, Peter Linder.

Med det menas att skapa ett nät som kan distribuera teve, internet och telefoni, och som ofta benämns Triple Play.

– För många är i dag bredband synonymt med internetsurf. Men det innehåller ju så mycket mer. Man ska inte glömma att det i första hand är en kanal för distribution vi pratar om, säger Peter Linder.

Här kommer IMS in. IP Multimedia Subsystem är ett IP-baserat system som möjliggör att alla tjänster kan förmedlas genom ett och samma nät. Hittills har IP-telefoni fått ett visst genomslag bland företag, men

fortfarande är mycket få privatpersoner användare av tjänsten. Det nya systemet ska alltså omfatta båda grupperna.

Intresset bland de många kunder som Ericsson-representanter träffade i personliga möten var lika stort för båda områdena, menade Karl Thedéen i en sammanfattande kommentar.

– Det har varit överraskande många och bra kundmöten med högt kvalificerade representanter för de olika företagen.

Den klassiska uppdelningen i en mässdel kombinerat med seminarier och workshops hade bra effekter i London: de som hört till exempel Peter Linders föredrag om Ericssons bredbandslösning kunde besöka monter och där få se hur det praktiskt är tänkt att fungera.

Stundtals var trängseln total på mässan. Anledningen till det stora intresset, menade Karl Thedéen, var BT. Företaget är ovanligt som operatör i det att det saknar helt en mobilverksamhetsdel. Det, tillsammans med företagets storlek, gör det till en mycket intressant kund för alla leverantörer av nya tjänster.

En annan anledning till intresset för BT är att den brittiska operatören nu har deklarerat en tydlig plan för hur man vill gå tillväga i utvecklingen framöver. Det var något som både leverantörer och andra operatörer ville veta mer om.

Det som Ericsson och alla andra eftersträvar är att hitta ett system som, enkelt förklarar, har en ökad prestationsförmåga samtidigt som kostnaderna reduceras. Där är det bra att vända sig till fastnätssidor, av den anledningen att det är mer kostnadseffektivt att bygga ut och förbättra en redan befintlig infrastruktur. Detta är dock inte alldeles lätt.

– Förutsättningarna skiljer sig mycket mellan olika länder. Hos vissa ska man bygga på och utveckla de nät som redan finns – på andra håll får man börja från noll, säger Karl Thedéen.

I dag har konjunkturen vänt, och världens operatörer ser sig om efter den bästa lösningen för att kunna leverera tjänster till sina abonnenter. Ericsson, liksom andra leverantörer, satsar därför mycket på att visa sig som det främsta alternativet.

– Den här mässan ligger väldigt rätt i tiden. Operatörerna investerar igen, säger Karl Thedéen.

Operatörernas aktivitet är inte bara resultatet av en ekonomisk konjunkturvändning. Fastnätssidor operatörer förlorar i dag kunder till bredbands- och kabelnät och är tvugna att agera. Och det fort. Mikael Halén, marknadsföringsansvarig på Ericsson BU Systems ger exempel på den tänkta utvecklingen:

– Det händer massor just nu, och många operatörer har stora planer. Slut användare är mest intresserade av två områden: bredband och mobilitet. Marknadsuppskattningar indikerar att det kommer att finnas cirka 400 miljoner bredbandsabonnemang år 2009.

Budskapet som Ericsson vill förmedla till alla kunder är att bolaget ligger i framkanten av utvecklingen på området, och att Ericssons lösning förbättrar affärsmöjligheterna för den som vill använda den.

– BT har en bra plan för hur man ska ta sig an utvecklingen, men deras framsteg på området hade knappast varit möjliga utan Ericssons grundläggande arbete. Ericsson var tidiga med utvecklingen av IMS vilket har varit oerhört betydelsefullt, säger John Ryan.

Karl Thedéen riktade också kritik mot hur Ericsson hittills skött informationen om bolagets fasta nät:

– Vi mötte några kunder som inte visste alls utan frågade vad vi gör på området. Så får det inte vara det visar att vi måste anstränga oss mycket mer för att verkligen nå ut till alla befintliga och tänkbara kunder.

rakt på sak

Sivert Bergman

Transmission & Transport Network, BTTN, är för de flesta Ericsson-medarbetare en ganska okänd affärsenhet. Sivert Bergman, chef för BTTN, medger att enheten under flera års tid verkat i skuggan av de andra affärsenheterna men en förändring är på gång. I takt med förbättrade resultat och en telekommunikationsmarknad i förändring blir BTTN:s bidrag till Ericsson allt viktigare, samtidigt ökar kraven...

Att leverera limmet som håller ihop näten mellan basstationerna och värdarna, både för det mobila och det fasta. Så beskriver Sivert Bergman sin affärsenhetens huvuduppgift.

– På mobilsidan kopplar vi ihop näten, med våra transmissionslösningar mellan basstationerna och MSC:er (Mobile Switch Center) eller BSC:er (Base Station Controller). Vi ser också till att värdar och noder i det fasta nätet fungerar med varandra. Allt detta gör vi huvudsakligen med mikrovågsbaserad riktad strålning men också med trådbunden transmission i form av fiber eller opto (laser), säger han.

Beskriv det senaste året för BTTN?

– Det har varit ett mycket bra år för oss och vi vann den tillväxttävling mellan affärsenheterna som sattes upp av Ericssons säljchef Bert Nordberg. Vi har tagit nya marknadsandelar under 2004 och växt snabbare än marknaden. Vi har under de sista åren haft nästan 40 procent av marknaden för mobilnät, men i dagsläget bedömer jag att vi har ökat betydligt och har klart över 40 procent av den marknaden. En annan förklaring till vår starka tillväxt är att vi har genomfört de kostnadsreduceringar vi satte upp för BTTN och våra produkter.

På vilka marknader ökade ni mest förra året?

– Främst i Östeuropa och Centralasien, men även i Indien och i Afrika gick det bra. I huvudsak har vi sålt bra på stora marknader som är i färd med att bygga nya GSM-nät med mycket transmission involverat.

Varför är det så svårt att etablera era transmissionslösningar i Kina och USA?

– Det beror på hur det har sett ut historiskt i dessa länder. I Kina har myndigheterna byggt ut nätet i och kring de stora städerna med företrädesvis fiber. Man har hittat access-punkter i basstationerna där antingen fiber eller ibland koppar har kunnat användas. Därför har vi ännu inte haft någon naturlig ingång för att utvidga våra affärer i Kina. I USA har det alltid varit väldigt billigt med koppar. Operatörerna, som dessutom inte har ägt sina nät själva, har hyrt dessa av leverantörer som satsat på uteslutande kopparledningar.

fakta: Sivert Bergman

År på Ericsson: 31
Ålder: 59 år
Bor: Mölndal
Utbildning: Elektroingenjör och matematik
Familj: Hustru, två döttrar och barnbarn
Fritidsintressen: Fågelskådning, löpning och att paddla kajak
Gjorde i lördags: Besökte vårt lantställe, ägnade mig åt fågelskådning

Hur ska ni lyckas i dessa länder?

– 3G-utvecklingen i både Kina och USA följs förhoppningsvis av HSDPA (High Speed Down Link Packet Access). Det innebär sannolikt slutet för koppar som ett alternativ vid nätutbyggnad. Det blir för dyrt och otillförlitligt. Denna förändring av marknaden är vår chans att komma in brett på dessa marknader. Det är också något vi förbereder oss för genom att förstärka våra organisationer i dessa länder.

Många förknippar er säkert främst med transmissionslösningen MINI-LINK som har sålt bra. Står ni och faller med MINI-LINK?

– MINI-LINK är vår huvudprodukt och vår stora styrka. Samtidigt ska man veta att MINI-LINK är ett brett produktprogram och inte en enskild produkt som man kan luras att tro av namnet. För oss gäller det att utveckla vårt erbjudande, bland annat med högre kapacitet, så att MINI-LINK och våra andra produkter behåller sin relevans hos kunderna nu när kraven på konvergens ökar. Vi behöver också utvecklas med mer egna lösningar för att möta framtida Metronäts (stadsnät) kapacitetbehov vid sidan av MINI-LINK.

Ericsson satsar nu på den internationella standarden WiMAX för att möjliggöra transmission. Är inte detta ett hot mot MINI-LINK?

– Nej, WiMAX är en access-teknik för att nå slutanvändarna. Därför ska frekvensbanden för WiMAX användas till detta ändamål och inte för att mata basstationer med information vilket är uppgiften för MINI-LINK. Därför ser jag inte WiMAX som ett hot utan snarare ett komplement.

Men passar WiMAX in i produktportföljen?

– Det gör den absolut och det gör alla liknande access-lösningar för trådlös kommunikation. Det är en ny möjlighet för våra transmissionslösningar.

Att erbjuda operatörerna konvergens mellan datakom, fast- och mobilnät lär bli fundamentalt för en framtida Ericssonssuccé. Vilken roll spelar BTTN här idag?

– Ifjol lanserade vi vår lösning, MINI-LINK TN (Traffic Node) som hittills varit mest aktuell när en operatör tagit ett nytt nät i drift eller velat ha större kapacitet i befintliga nät. Men Traffic Node kommer också att klara av att hantera IP-trafik parallellt med traditionell kvalitetsäkrad röst-telefoni. Rent teknisk har vi alltså inga problem att bidra till koncernens övergripande målsättning med konvergens.

Konkurrenterna har ju säkert liknande produkter. Hur låter er värdeargumentering för Traffic Node hos en kund?

– Vi har mer än 700 000 radiolänkar installerade runt om i världen. Det har ingen konkurrent och för Ericsson innebär detta stora skalfördelar. Denna omfattande installerade bas är dessutom förberedd för Traffic Node vilket är en mycket god anledning för en kund att fortsätta med oss. Dessutom är det ett framtidsäkert val för kunden på grund av att Traffic Node kan anpassas med vilka IP-versioner som än släpps i framtiden.

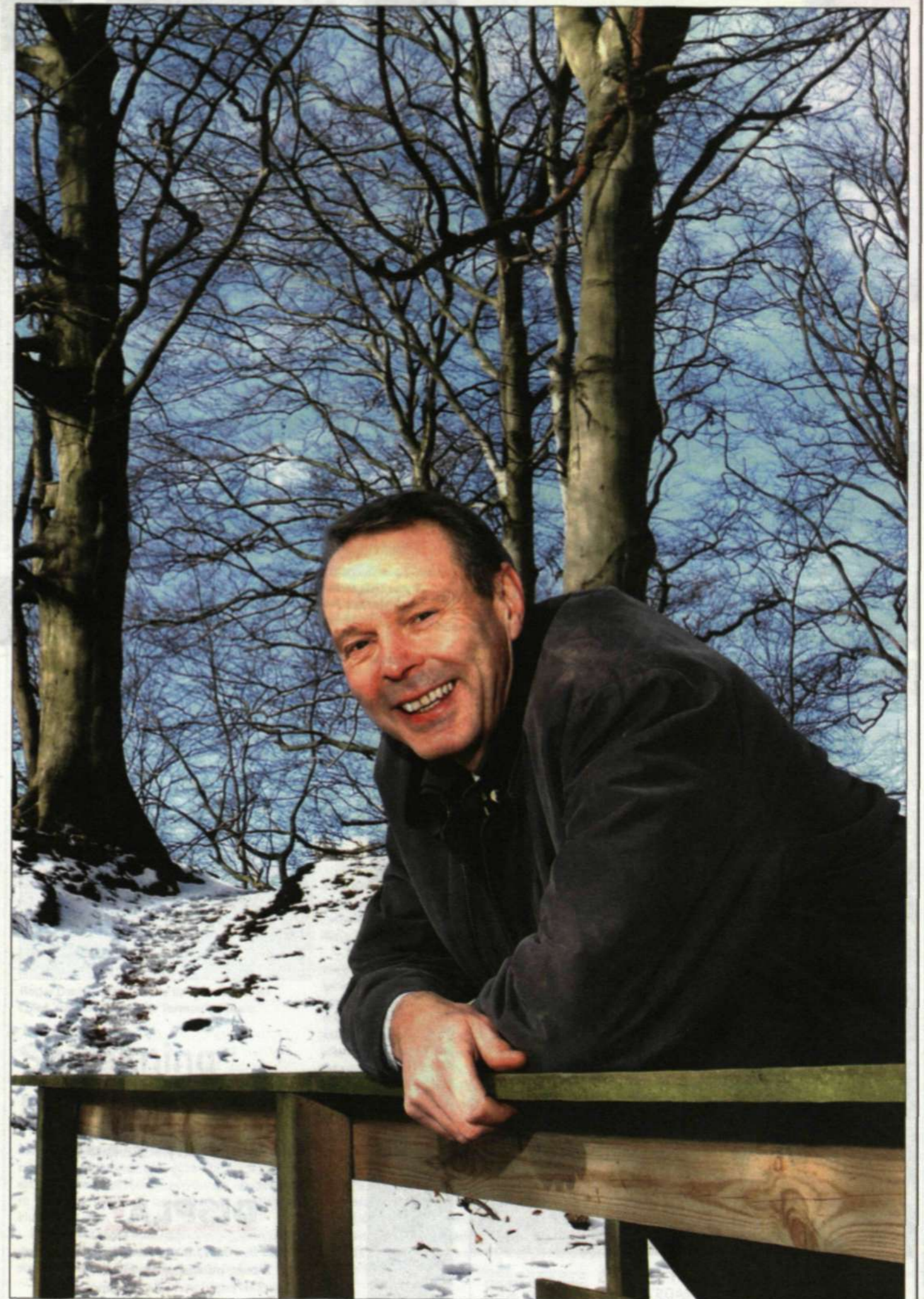
Ericsson lägger ner sin produktion i Nynäshamn och många anställda är oroliga. Hur ser framtiden ut för BTTN:s produktion i Borås?

– Vår fabrik är en mycket viktig del i BTTN:s framgång och bidrar till våra skalfördelar. Dessutom har vi investerat kraftfullt i avancerad mikrovågsteknik och automatisering. Vi kommer att fortsätta satsa på vår anläggning i Borås, det ingår i vår affärsidé.

Läs mer om WiMAX på sidan 23.

Vill du ställa frågor till Sivert Bergman?

Skicka dem till spotlight@ericsson.com senast 5/4-05. Ett urval av frågorna besvarar han i en videointervju som kommer att finnas på Inside.



text: jenz nilsson foto: anna rehnberg

Ericsson Education & Learning



Ericssons favorit- kurser!



Välj även du kurser från Init inom områden som t ex C++, Perl, Java och RUP/UML!

Anmälan

Enklast anmäler du dig via ert inköpssystem Ericsson Buyer.

Läs mer

Hela vårt utbud hittar du på www.init.se/ericsson



Våra kurslokaler ligger centralt, nära Stureplan.

init

Init AB Box 5618 Engelbrektsgratan 7 114 86 Stockholm
tel 08 - 407 01 00 fax 08 - 407 01 99 www.init.se ipt@init.se



Leverera resultat med UML™ 2.0

Med utgångspunkt från Ericssons goda erfarenheter av SDL-baserad modellering och de kraftfulla nya funktionerna i UML 2.0 ger nu Telelogic TAU® fullt stöd för Model-Driven Architecture (MDA) och Component-Based Development (CBD). Och med generering av körbar C/C++ och automatisering av felbenägna rutinuppgifter, varför inte prova hur Telelogic TAU kan lyfta effektivitet och produktivitet i utvecklingsprocesserna till högre nivåer?

Upptäck UML 2.0 och Telelogic TAU som finns tillgängligt för dig genom Ericsson-Telelogic-avtalet.

Delta i någon av våra workshops som vi har skräddarsytt just för era behov
Ring 040-650 65 30
Besök www.telelogic.com/ericsson

Telelogic



ETT GLÖDANDE MUSIKDRAMA OM LIVSFARLIG KÄRLEK

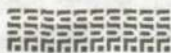
PREMIÄR 30 SEPTEMBER
STORA SCEN

KHARMEN AV RIKARD BERGOVIST EFTER GEORGES BIZET,
MEILHACS & HALÉVYS CARMEN I ARRANGEMANG AV JAN RADESJÖ

MEDVERKANDE ANNA-MARIA HALLGARN, KARL DYALL,
MIRJA BURLIN, ROBIN STEGMAR, MARIE DELLESKÖG, MARTYNA LISOWSKA,
LISETTE PAGLER, ANDERS VÄNGDAHL m fl

Biljetter 031 61 50 50
www.stadsteatern.goteborg.se

GÖTEBORGS
STADSTEATER



Har du tänkt på
att denna annons
läses av alla
Ericssons anställda.

Boka annonsutrymme hos oss.

DISPLAY

Telefon: 090-71 15 00 Fax: 090-13 00 23

E-post: info@display-umea.se

Internet: <http://www.display-umea.se>

Iskallt projekt studerar rymden

Svaren på flera av universums olösta mysterier kan stå att finna djupt ner i Sydpolens ismassor. Forskningsprojektet IceCube ger världens ledande astro- och partikelfysiker ny kunskap. Ericsson Network Technologies bidrar med utrustning till projektet.

Det handlar om Big Bang, svarta hål och mörk materia. Man skulle kunna tro att den som vill veta mer om de här frågorna borde rikta blickarna mot skyn, men forskningsprojektet IceCube gör tvärt om. Ett internationellt forskarlag under ledning av University of Wisconsin, USA, borrar djupt ner i Antarktis is för att få svar. Det forskarna studerar är neutriner, små elementarpartiklar som strömmar genom universum med nära ljusets hastighet. De uppstår i kärnprocesser, som till exempel supernovor och utbrott av gammastrålning men också vår egen sol. Genom att kartlägga dem kan man lära sig mer om de fenomen som ursprungligen skapar dem. Varje sekund far miljarder och åter miljarder neutriner genom jorden.

Neutriner reagerar mycket sällan med annan materia. De rör sig rakt igenom de himlakroppar som kommer i dess väg och gravitationsfält ändrar inte deras färdriktning.

Genom att kartlägga in vilken riktning de rör sig kan forskarna dra slutsatser om de fenomen som en gång alstrat dem och satt dem i rörelse.

Neutrinernas egenskaper gör dem svåra att studera. Antarktis ismassor utgör det bästa tänkbara



Professor Per-Olof Hulth från Stockholms Universitet är med i forskarlaget som studerar neutriner på Sydpolen med hjälp av kabel från Ericsson Network Technologies.

Foto: Klas Hultqvist

neutrinoteleskop på jorden. Det är tillräckligt transparent och samtidigt mörkt nog för att blocka störande kosmisk strålning.

Optiska sensorer, eller fotomultiplikatorer, appliceras på kopparkablar, ungefär som smultron på ett strå, och sänks ned i isen. Kablarna, som levereras av Ericsson, är upp till 2,5 kilometer långa. Kvalitetskraven på kablarna är mycket höga.

– Den ska kunna överföra mycket små och exakta elektriska värden. Samtidigt är det höga mekaniska krav eftersom kablarna ska frysas in i isen och utsättas för ett enormt tryck, säger Göran Hallan-

der, ansvarig för försäljning och marknadsföring på Ericsson Network Technologies.

I en kubikkilometer is kommer sammanlagt 80 strängar av kabel med 60 sensorer på varje sträng att borrar ner under de kommande fem åren. Ericsson levererar också kabel som ligger på ytan och försörjer forskningsstationen.

– Vi har valts som leverantör för att vi har hög kompetens när det gäller elektrisk transmission. Det är avgörande för den här forskningen att data når mätstationen oförvanskad, säger Göran Hallander.

JESPER MOTT



Roger Dahlen, som tävlade för Ericsson Fritid Luleå, tränade hopp inför Telemark Classic.

Foto: Johan Sjöberg

Skidåkning på många sätt

Många olika skidgrenar stod på programmet när Ericssonmästerskapet i skidor för sjätte gången arrangerades i Idre i början av februari. 250 deltagare fanns på plats och arrangör i år var idrottsklubben i Gävle.

I ett perfekt väder med några minusgrader tävlades det i slalom, storslalom, telemark classic och sprint, snowboard, längdåkning och stafetter.

Fler sommarjobb i år

För många är nog den första snödroppen ett säkert värtecken. För Ericsson är det förfrågningar om sommarjobb som är värtecket. Många teknologer hör också av sig med frågor om exjobb.

– När det nu börjar vända för Ericsson är det vår ambition att kunna erbjuda fler sommar- och exjobb än de senaste somrarna. Det är viktigt att vi fortsätter att ha ett nära samarbete med högskolor och universitet. Ericsson vill vara ett så jämställt företag som möjligt och vi ser gärna att fler kvinnor söker sommar- eller exjobb, säger Anna Vikström-Persson, personalchef på Ericsson i Sverige.

Säkert finns det en hel del mindre jobb ute i linjen som av olika skäl inte blir gjorda i den dagliga ruljansen. Eftersom praktik inte längre är obligatorisk för de flesta högre utbildningar, kan ett sommarjobb vara ett sätt för en student att få arbetslivserfarenhet i linje med sin utbildning.

– Här ser vi att vi på Ericsson har mycket att tillföra, säger Anna Vikström-Persson. Ett sommarjobb bör omfatta ungefär åtta veckor. Fabrikerna söker också sommarvikarier.

Redan nu finns det över 40 förslag på exjobb ute på Ericssons studentwebbsida.



Mer information hittar studenterna på www.ericsson.se/student

Det började 1997 som ett mindre biståndsprojekt med bytefoner. Sedan dess har antalet abonnenter fördubblats varje år. I dag är GrameenPhone Bangladeshs största skattebetalare och har 62 procent av mobilmarknaden i landet.

Från biståndsprojekt till mångmiljonaffär

Yogesh Malik, nyutträd teknisk chef vid GrameenPhone, får frågan om företaget gjort några missbedömningar under sina åtta succé-år på den bangladeshiska marknaden. Han skrattar till och säger att allt växt mycket fortare än beräknat.

– Ingen kunde drömma om att marknaden skulle växa så snabbt. På de tolv år jag jobbat i branschen har jag aldrig sett ett nät växa så fort. Det gör att vi har problem med att rekrytera yrkeskunniga medarbetare och ibland att hinna med att få in all utrustning i landet, säger han.

Men GrameenPhone kan knappast skylla på någon annan än sig själva. Det är företagets satsningar och höga utbyggnadstakt som skapat den kraftigt växande marknaden. Och i år arbetar man med det största utbyggnadsprojektet sedan företaget startades.

– Vi ska dels hitta områden i landet som i dag inte har någon GSM-täckning. Men sedan ska vi också se till att huvudstaden Dhaka täcks, och hitta inomhuslösningar för exempelvis de stora köpcenter som växer upp i staden, berättar Yogesh Malik.

Ericsson har hela tiden varit totalleverantör till GrameenPhone, men får en ny roll i detta projekt. För första gången sedan samarbetet inleddes ska Ericsson också installera utrustningen.

– Det är en stor utmaning för oss. Vi har anställt och utbildat ett stort antal personer och hittat lämpliga underleverantörer i landet. Nu har vi fått ihop ett bra team och det är vi glada för, säger Anders Rian, Ericssons kundansvarige i samarbetet med GrameenPhone.

Parallellt med denna utbyggnad ska nya tjänster installeras i nätet.

– Det handlar framförallt om GPRS och andra datatjänster. Vi tror att det kommer att bli mycket stort. Internetpenetrationen är mycket låg i landet så våra kunder kommer att använda telefonerna som webbläsare och för e-post, säger Yogesh Malik.

I Bangladesh bor över 140 miljoner människor. Det är ett av världens fattigaste länder med få telefoner. I dag finns cirka en miljon fasta abonnenter och runt fyra miljoner mobilabonnemang. Av dessa har GrameenPhone runt 2,5 miljoner. 85 procent är kortkortstelefoner.



Anders Rian är Ericssons key account manager i samarbetet med GrameenPhone. Han får ofta anledning att fira med sin kund.



Yogesh Malik är nyutträd teknisk chef i GrameenPhone.

GrameenPhones starka ställning beror delvis på att företaget var först ut på mobilmarknaden. Det startades 1997 när Telenor och norska statens biståndsorgan Norad beslutade sig för att hjälpa frivilligorganisationen GrameenBank att bygga upp ett nät av bytefoner. Samtidigt startades ett nät inne i huvudstaden Dhaka. Då som nu var Telenor majoritetsägare och GrameenBank ägde runt en tredjedel. Bytefonerna finns fortfarande kvar. De sköts av kvinnor och finansieras via mikrolån från Grameen-

Bank och fungerar som telefonkiosker i byarna. Bytefonerna har också varit motor i utbyggnaden av GrameenPhones mobilnät.

– Innehavarna av telefonerna betalar reducerad taxa. De som ringer betalar full taxa och mellanskillnaden kan innehavarna ta som lön och betala telefonen med, berättar M.A. Mamun Hashmee, ansvarig för externaffärer vid GrameenPhone.

– För oss är det en bra affär. Förutom intäkterna från telefonerna blir vårt varumärke känt överallt. Det kommer folk ihåg när de själva får råd att köpa en telefon.

Vägen in till marknaden i byn Noddapara är som all trafik i Bangladesh ett äventyr. De smala vägarna är fulla av fotgängare och rikshor. I en korsning sitter Zahura Begum i en kioskliknande affär. I handen har hon en mobiltelefon. Den är hennes livs bästa affär.

– Tack vare den har vi kunnat köpa ett större hus. Nu har vi också fått råd att renovera huset, berättar sexbarnsmamman Zahura.

Det är två år sedan hon fick låna

fakta: GrameenPhone

Ägare: Telenor 62 procent.
GrameenBank 38 procent.
Omsättning: 215 miljoner USD 2003.
Marknadsandel: 62 procent
Antal abonnenter: 2,5 miljoner i februari 2005 (190 000 år 2000)





Telefonkö i Noddapara, Bangladesh. Zahura Begum (till vänster) fick låna pengar till en bytelefon för två år sedan. Det är hennes livs bästa affär. Hon betalade telefonen efter ett år och har sedan fått råd att köpa ett större hus. I Bangladesh finns runt 100 000 bytelefoner.

till en bytelefon av GrameenBank. Redan efter ett år var den betald. Zahura Begum har runt 50 kunder varje dag. De ringer för 15000 – 20000 taka (1 800 – 2 400 SEK) per månad. De flesta ringer ut, men bytelefonerna är också ett sätt för bangladeshier utomlands att hålla kontakt med sina släktingar i byn. Då ringer de Zahura som skickar ut något av sina barn med telefonen till dem som söks. Även ingående samtal ger intäkter.

– Telekom är en av de starkaste tillväxtfaktorerna i samhället. Det känns bra att också låta fattiga människor ta del av tillväxten, säger M.A. Mamun Hashmee.

Det ger förstås också goodwill att GrameenBank är delägare eftersom deras arbete för att hjälpa fattiga människor är väl känt. Men även norsk kultur lyser igenom i företaget genom att Telenor kunnat

fakta: ericsson i bangladesh

Antal anställda: 90
Omsättning: 150 miljoner USD (2004)
Kunder: GrameenPhone, TM International Bangladesh, BTTB.

delas med sig av sina kunskaper redan från starten. Dessutom följer företaget Telenors uppförandekod. Det har gjort GrameenPhone till landets största skattebetalare.

– Det är vi stolta över. Det visar att vi spelar efter reglerna och att vi respekterar samhället och kulturen i landet, säger Yogesh Malik.

GrameenPhone ligger långt framme inom teknikområdet.

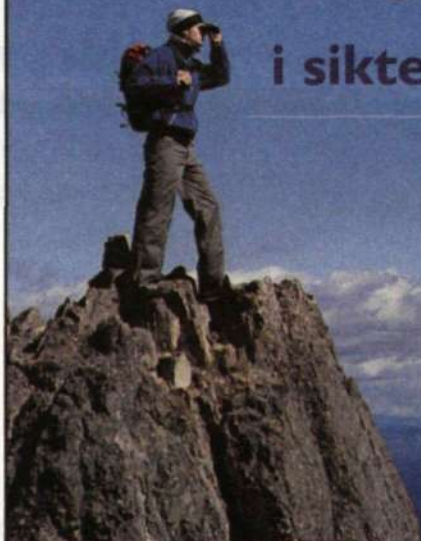
– Vi är uppdaterade med den senaste tekniken, som man annars bara hittar i de mest avancerade näten i världen. Jag är mycket glad över att Ericsson så snabbt lyckats få in den ledande generationen av basstationer i landet, säger han.

För Anders Rian och medarbetarna på Ericsson väntar ständigt nya utmaningar. Så fort de levererat en basstation är den snart fullbelagd med trafik. Men det kan i sin tur ge många anledningar att fira med kunden.

– Jag kom hit 2002. Efter ett år kunde vi fira att GrameenPhone hade fått en miljon abonnenter. Nu är de uppe i 2,5 miljoner. Det känns fantastiskt, speciellt eftersom vi varit med sedan första dagen. •



STFkurser i sikte...



**Välj mellan 100 kurser inom
IP, Bredband, UMTS, Nätverk, MPLS, Telekom...**

Preferred Supplier - Er utbildningsleverantör
08-613 82 20

Läs mer på - www.stf.se/ericsson



Configurability Performance Power Cost

Important?
Have you considered Tundra's Tsi568™ RapidIO® family?
Available NOW!

Get more information on Tundra's RapidIO Switches –
contact our European Sales Director, **Bronan McCabe** at
+44 (0) 1628 851960 or bronan.mccabe@tundra.com and
check out www.tundra.com/ericsson3



Design. Connect. Go.™

Vill Du ligga i framkant?



IMS - SIP - 3G - IPv6 - WIMAX

**Våra kurser ger Dig spetskompetens.
Se hela vårt utbud på:**

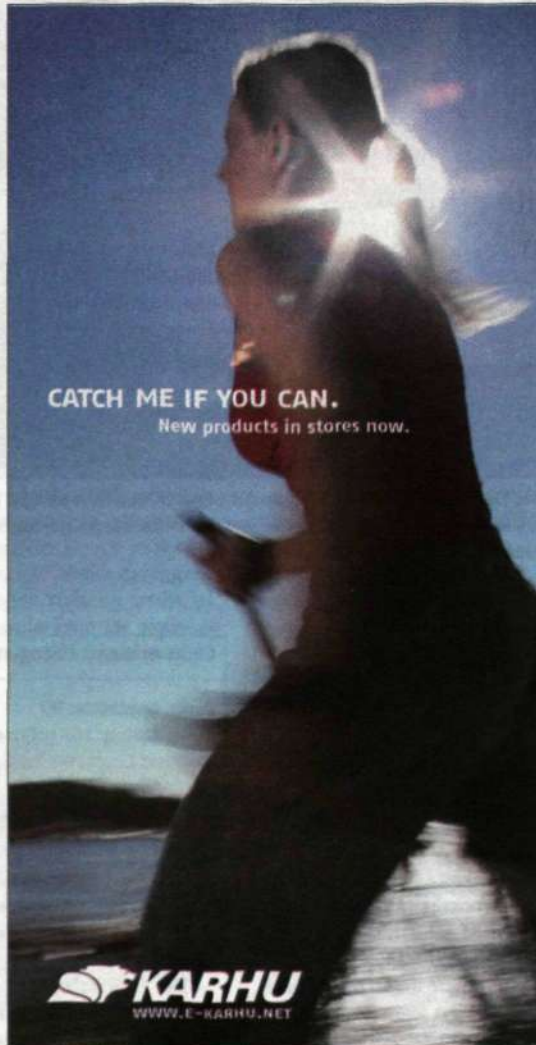
www.ip-solutions.se/eritrain/



Bellmansgatan 30, 118 47 Stockholm • Tel: +46 (0)8 615 08 60 • e-mail: info@ip-solutions.se
SIP: info@ip-solutions.se • web IPv4: <http://www.ip-solutions.se> • web IPv6: <http://www.ip-solutions.se>

IP-Solutions är en av Ericssons Preferred Suppliers inom utbildning,
utsedd av Education & Learning på EAB.

CATCH ME IF YOU CAN.
New products in stores now.



KARHU
WWW.E-KARHU.NET

Fitness Walk Sport

WiMAX inget hot mot 3G

Den nya trådlösa tekniken WiMAX framställs ibland som ett hot mot mobilnäten och 3G. Dessa rykten saknar grund, menar Martin Bäckström, expert på Ericsson och den som leder koncernens nybildade WiMAX-team.

Ericsson gick nyligen med som medlem i WiMAX Forum.

– Vi ser inte WiMAX som ett hot mot 3G-näten, men vi är angelägna om att WiMAX verkligen blir en öppen standard på licensierat spektrum, och för att kunna påverka detta bör vi vara med i forumet, säger Martin Bäckström.



Martin
Bäckström

Det finns idag en rad tekniker för trådlös kommunikation. Begrepp som WLAN, WiFi, WiMAX blandas med 3G, UMTS, WCDMA och Super-3G. Ibland sägs de konkurrera med varandra, andra gånger komplettera varandra.

Enkelt beskrivet är ett WiMAX-system inte ett mobilnät, utan radiokommunikation till ett antal fast stationerade användare. Typfallet kan vara att en WiMAX-basstation, som är ansluten till ett fast nät eller ett mobilnät, sänder med 10W effekt från en antenn på en hög mast till parabolantennor som sitter på hustaken i en mindre stad. Mottagarna, Customer Premises Equipment, CPE, splittar sedan upp signalen till respektive lägenheter, som får tillgång till tal över IP och bredbandig Internet, i klass med (A)DSL.

Det bör kanske sägas att WiMAX inte är ett system, utan en organisation som certifierar trådlösa nät som följer standarden IEEE 802.16. WiMAX Forum tar

fram profiler, det vill säga bestämmer vilka optioner i standarden som ska användas, tester och liknande för att ge interoperabilitet. Men WiMAX-standarden är inte alls så noga specificerad som mobilnäten, utan gäller bara hur de fundamentala protokollen ska kommunicera.

– Det finns stora skillnader mellan WiMAX och mobilsystemen, säger Martin Bäckström. En är att WiMAX, för att fungera optimalt, kräver att sändaren och mottagaren "ser" varandra, det vi kallar Line-Of-Sight, LOS. Mobilsystemen är designade för Non-LOS, så att man kan tala i en mobil inomhus, i en tunnel och liknande. De höga värden som anges för

fakta: WiMAX

WiMAX-systemen, som använder ny radioteknik, OFDM, har specificerade profiler för två bredbandiga bärvågor, på 3,5 och 7 MHz, och är tänkta att använda licensierade band på ganska höga frekvenser. Topphastigheten på överföring liknar utvecklad WCDMA (HSDPA), dvs 10-14Mbit per sekund.

WLAN kontra WiMAX

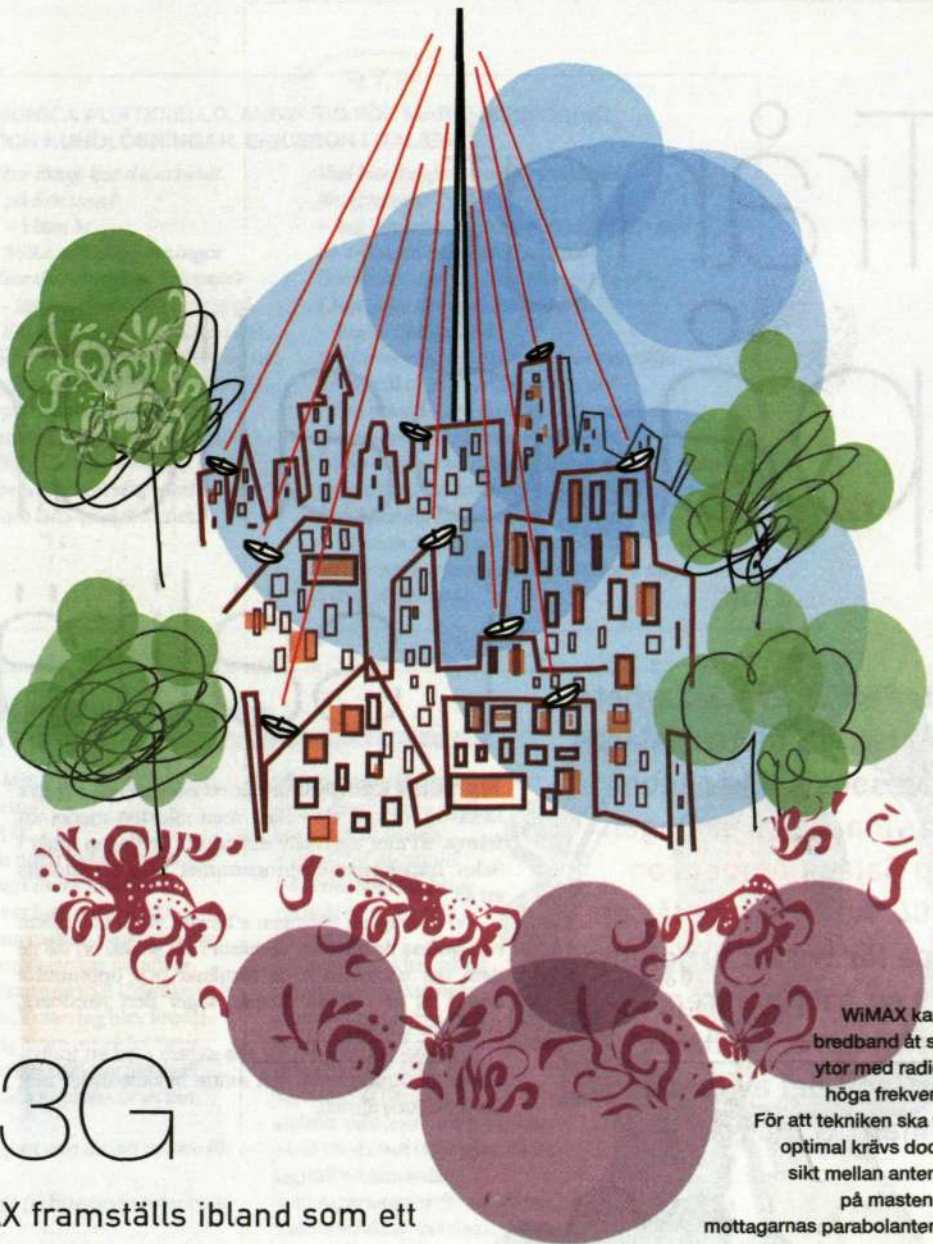
Wireless Local Area Network, ska inte förväxlas med WiMAX. WLAN är ett lokalt datanät med hög kapacitet, på till exempel hotell, flygplatser, köpcen-

tra, där användarna med radiomodem kan koppla upp sig med sina bärbara datorer. WLAN är också lämpligt för att ge hemmet radiotäckning. Systemet sänder på olicensierade frekvensband och det är inte säkert att en tillverkares utrustning passar med en annans. Därför finns ett forum, WiFi, som certifierar WLAN-utrustning. De lokala datanäten kan, med sin korta räckvidd och låga sändareffekt, 0,1W, inte konkurrera med 3G. De är däremot bra komplement till 3G-näten. WLAN följer den amerikanska IEEE-standard 802.11.

WiMAX är idag ett LOS-system, men skulle kunna bli ett NLOS-system med så kallad "nomadisk mobilitet", där användaren kan dyka upp på olika ställen i nätet och bara uppleva minimala avbrott.

– Vi kommer att ta fram WiMAX för våra GSM- och WCDMA-basstationer och antingen utveckla egna eller köpa in CPE-terminaler. I första hand kommer Ericsson att fokusera på operatörer av fasta Ethernet-IMS-nät.

WiMAX kan ge bredband åt stora ytor med radio på höga frekvenser. För att tekniken ska vara optimal krävs dock fri sikt mellan antennen på masten och mottagarnas parabolantennor.



Trångt på pallen i säljtävling

Efter ett år av hårt arbete kan nu 113 medarbetare i Ericssons säljkår titulera sig **vinnare av tävlingen Top Sales Competition 2004**. Alla vinnare får en resa för två till Argentina, där en säljkonferens hålls i april. Kontakten har tagit del av fyra av vinnarnas intryck.

Top Sales Competition är ett exempel på det nya Ericsson, och är ett enkelt men effektivt medel att främja en mer aggressiv säljkultur. Tävlingen ingår i Sales Transformation-programmet som nu funnits ett år.

– Vi drog igång tävlingen eftersom vi vill identifiera och belöna de bästa av de bästa i vår säljkår. Vi vill ge dem det erkännande de förtjänar och uppmuntra andra att gå i deras fotspår, säger Bert Nordberg, Ericssons säljchef.

Tävlingen var öppen för alla säljare med ett individuellt försäljningsmål, och mätte bokade order mot årets mål och tillväxt.

På säljkonferensen, som hålls i Bariloche i Argentina i april, kommer det ges gott om tillfällen att utbyta säljknep.

– Det är viktigt att vinnarna ges möjlighet att dela med sig av sina upplevelser på konferensen, säger Bert Nordberg. Ericsson är en lärande organisation och vi ska ta varje tillfälle i akt att öka våra ansträngningar att lära oss mer.

Tävlingen har blivit en sådan framgång att det blir en uppföljare i år. Top Sales Competition 2005 kommer även den att utse individuella vinnare, men också belöna säljgrupper, eftersom säljprocessen i så stor utsträckning är ett lagarbete.

Alla 2004 års vinnare ska samlas i en bok, men Kontakten har plockat i högen och presenterar redan nu fyra av dem.



JOSEPHINE MAYER, FÖRSÄLJNINGS- OCH MARKNADSFÖRINGSANSVARIG, ERICSSON I SUDAN

Hur länge har du arbetat på Ericsson?

– I fyra år.

Vilka olika befattningar har du haft inom Ericsson?

– Jag var försäljningsansvarig för Ericsson i Sydafrika och arbetade med kundnöjdhet mellan 2001 och 2003. Jag har haft mitt nuvarande jobb sedan augusti 2004.

Vad har du gjort mer än att arbeta för Ericsson?

– Jag var anställd på Research Surveys, ett sydafrikanskt företag som arbetar med marknadsundersökningar, som senior researcher mellan mars 1998 och september 2000.

Hur känns det att vara en av vinnarna i Top Sales Competition 2004?

– Jag känner mig privilegierad och stolt. Idén med tävlingen är fantastisk och en jättebra morot för säljare.

Varför tror du att du lyckades överträffa dina mål och bli en av vinnarna?

– En av de viktigaste faktorerna bakom min framgång är att jag är omgiven av kolleger med rätt inställning. Vårt gemensamma mål är att hålla kunderna på gott humör. Vi har alla goda relationer med våra kunder baserat på ömsesidig tilltro och respekt, och vi gör det lilla extra för att försäkra oss om att vi förstår kundernas behov och fullgör vårt åtagande gentemot dem.

Som representant för säljkåren, vad anser du är viktigast att komma ihåg när det gäller förhållandet till kunden?

– Vi får aldrig glömma bort att kunden är själva orsaken till att vi existerar som företag. Det är också viktigt att komma ihåg att man ibland måste göra vad som är rätt för kunden, på bekostnad av balansräkningen.



MONICA PONTICIELLO, ANSVARIG FÖR MARKNADSFÖRING OCH KUNDLÖSNINGAR, ERICSSON I ITALIEN

Hur länge har du arbetat på Ericsson?

– I fem år.

Vilka olika befattningar har du haft inom Ericsson?

– Jag var produktansvarig på Ericsson i Italien mellan 2000 och 2002. Från 2002 till 2003 var jag systemansvarig i multimedia-gruppen inom affärsenheten System. Jag fick mina nuvarande uppgifter i november 2004. Jag har också arbetat ett kort slag med marknadsföring inom IMS-programmet.

Vad har du gjort mer än att arbeta för Ericsson?

– Jag har arbetat på nätverksavdelningen på Wind, en fastnätoperatör.

Hur känns det att vara en av vinnarna i Top Sales Competition 2004?

– Jag är väldigt glad.

Varför tror du att du lyckades överträffa dina mål och bli en av vinnarna?

– Det handlar om en stark laginsats och koncentration på kundens behov.

Som representant för säljkåren, vad anser du är viktigast att komma ihåg när det gäller förhållandet till kunden?

– Att vara öppen och lyssna på kundernas behov. Att vara ärlig, pålitlig och infria de löften vi ställer ut.

SERGIO QUIROGA DA CUNHA, KEY ACCOUNT MANAGER, ERICSSON I BRASILIEN

Hur länge har du arbetat på Ericsson?

– I 15 år.

Vilka olika befattningar har du haft inom Ericsson?

– Jag var kontoansvarig i Brasilien mellan 1990 och 1993. Mellan 1994 och 1995 var jag affärsansvarig för transportnät i Mexiko och Latinamerika, innan jag blev försäljningsansvarig inom området transmission i Mexiko 1996. Jag har varit KAM för statliga konton i Brasilien sedan 1997.

Vad har du gjort mer än att arbeta för Ericsson?

– Jag har varit på Ericsson under hela mitt yrkesliv.

Hur känns det att vara en av vinnarna i Top Sales Competition 2004?

– Jag är jätteglad. Det pågår en förändring av företagskulturen just nu, där säljfolket blir mycket mer aggressiva och koncentrerade på kunderna. Den

här tävlingen återspeglar den förändringen, som jag tycker är positiv.

Varför tror du att du lyckades överträffa dina mål och bli en av vinnarna?

– Jag satsar aldrig på att vinna interna tävlingar, utan på att besegra våra konkurrenter. Å andra sidan, om det är så att jag har tagit marknadsandelar från konkurrenter och på så vis vunnit tävlingen, då har jag haft ett kanonår.

Som representant för säljkåren, vad anser du är viktigast att komma ihåg när det gäller förhållandet till kunden?

– Lyssna på kunden. Vi säljer mer genom att lyssna och få saker att hända, än genom att bara prata själva.



BOLING ZHANG, FÖRSÄLJNINGANSVARIG, ERICSSON I KINA

Hur länge har du arbetat på Ericsson?

– I åtta år.

Vilka olika befattningar har du haft inom Ericsson?

– Jag var supporttekniker mellan 1996 och 1999. 1999 blev jag supportansvarig, och året därpå blev jag driftansvarig. Mitt nuvarande jobb fick jag 2002.

Vad har du gjort mer än att arbeta för Ericsson?

– Jag gick ut från Beijings Post- och teleuniversitet 1994, där jag läst med inriktning på datorer och kommunikation. Jag arbetade som ingenjör på Siemens mellan 1994 och 1996.

Hur känns det att vara en av vinnarna i Top Sales Competition 2004?

– Det är en ära. Jag är verkligen stolt att tillhöra vinnarna. Jag uppskattar förståelsen och stödet från mina kolleger och mitt företag.

Varför tror du att du lyckades överträffa dina mål och bli en av vinnarna?

– Jag arbetade intimt med mina kunder för att förstå deras behov och föreslog sedan rätt lösning. En välskött anbudsprocess och att vi försäkrade oss om att projektet verkligen levererades var andra viktiga faktorer.

Som representant för säljkåren, vad anser du är viktigast att komma ihåg när det gäller förhållandet till kunden?

– Erövra kundens förtroende och var en pålitlig vän.



sedan sist

redaktör: jenz nilsson för de senaste nyheterna: <http://internal.ericsson.com>

Start för blixtnabb lansering av nya tjänster

På 3GSM World Congress i Cannes betonade Ericsson hur viktigt det är för operatörer att ha en effektiv service delivery-miljö. Med Fast Service Launch kan Ericsson hjälpa kunderna att lansera nya tjänster på en vecka.

Tidigare har Ericsson hjälpt operatörer att öka effektiviteten i redan upprättade service delivery plattformar (SDP), vilket lett till en sänkning av kundernas rörliga kostnader på upp till 25 procent, 50-procentiga ökning av intäkter och en 80-procentig sänkning av deras leveranstid ut på marknaden.

Med Fast Services Launch som presenterades på 3GSM World Congress i Cannes i februari erbjuder Ericsson nu möjligheten för operatörerna att ytterligare öka sina vinster. Om en operatör redan har en service layer-miljö med en portalfunktion från Ericsson så kan nya kundtjänster läggas till inom en vecka. När det gäller själva infrastrukturen kan operatörerna välja mellan att köpa plattformarna från Ericsson och sköta dem själva eller en inhyrd hosting-lösning som ombesörjs i sin helhet av Ericsson. En hosting-lösning kan upprättas på bara sex veckor från kontraktsskrivning till lansering.

Antoni Lacina, strategisk marknadsförare på



pressens bild/thomas klezle

Med Ericssons Fast Services Launch tar det inte mer än vecka för en kund att lansera en ny slutanvändartjänst från start till mål.

affärsenheten Systems, säger att det finns ett stort intresse för Fast Service Launch:

– Operatörer som vill utöka sina affärer är intres-

serade av vår service delivery-plattform. När de fick höra att vi kan sätta slutanvändartjänster på en vecka så tappade de hakan.

HENRIK BERGLIND-DEHLIN

Sony Ericsson samarbetar med Nokia

Tre av branschens största mobiltelefonverkare har bestämt sig för att samarbeta.

Sony Ericsson går samman med Nokia och Siemens om uppgraderingar av mobiltelefonernas mjukvara. Projektet heter OMSI, Open Mobile Service Interface, och meningen är att mobiltelefonägare ska hos större återförsäljare kunna utföra service och underhåll på telefonens innehåll, mjukvara och operativsystem.

En applikation på PC ska göra att vilken telefon som helst kan anslutas för service. Även mer avancerade underhållstjänster som felsökning, terminaltester och användarkonfiguration ska kunna utföras.

Operatörsmissigt skräddarsydda, liksom mer avancerade telefoner, som kräver uppgradering av säkerhetsskäl eller för att bli snabbare, blir allt vanligare.

Mobiltelefon varnar för tsunami

I Japan har man i flera år på olika sätt försökt förbättra skyddet mot de tsunamivågor som då och då uppstår i Stilla havet. Den japanska regeringen har insett att de varningar som sänds i japansk tv och radio inte är tillräckliga för att nå alla invånare. Men den ständigt framåtskridande mobiltekniken erbjuder nya möjligheter. Ett mobiltelefonbaserat varningssystem ska varna dem som befinner sig utomhus, exempelvis på en badstrand, om en jättevåg är på väg mot land. Tester pågår för närvarande av systemet som bara är en av flera skyddsåtgärder mot tsunami.



pressens bild/pontus lundahl

Minskat arbetsinnehåll är anledningen till att Ericsson lägger ned fabriken i Nynäshamn.

Nedläggning i Nynäshamn

Den 21 februari meddelade Ericsson att man avvecklar sin verksamhet i Nynäshamn.

Ericsson – Vi har startat produktionen av en ny generation 2G- och 3G-produkter som kräver mindre resurser, säger Jan Wassenius, ansvarig för leveranser inom affärsenheten Access. Han fortsätter:

– Komponenterna i de nya produkterna är mer avancerade och färre till antalet. Därför minskar även arbetsinnehållet, vilket är anledningen till att vi har tvingats ta det här svåra beslutet.

463 personer arbetar på fabriken som tillverkar

moduler till basstationer. Samtliga anställda berörs av beslutet och ett 70-tal kommer erbjudas anställning på Ericsson i Katrineholm och Kista.

Ericssons ledning meddelar i samband med nedläggningsbeslutet att företagets övergripande produktstrategi kvarstår. Företaget ska även fortsättningsvis behålla produktionen av nya produkter inom företaget, kopplat till utvecklingsenheterna. Däremot är målsättningen att flytta över stabila och mogna produkter med hög tillverkningsvolym till lågkostnadsländer.



Jan Wassenius

Tidigare medarbetare aktuell för styrelsen

Ulf J Johansson föreslås bli ny medlem i Ericssons styrelse

ericsson och är därmed tillbaka i företaget han lämnade för sexton år sedan. Mellan åren 1965 och 1989 var han anställd på Ericsson, bland annat som vd för Ericsson Radio System, ERA. Därefter gick Ulf J Johansson över till operatörssidan, först till det då nystartade bolaget Nordic Tel, som i sin tur grundade mobiloperatören Europolitan som för två år sedan köptes av brittiska Vodafone.

I dag sitter Ulf J Johansson som styrelseordförande i svenska Vodafone. Bland hans övriga styrelseuppdrag kan nämnas Kungliga Svenska Ingenjörsvetenskapsakademien och universitetsstyrelsen för Kungliga Tekniska Högskolan.

Slutgiltigt beslut om Ulf J Johanssons inträde tas på Ericssons bolagsstämma den 6 april. Han ersätter då Lena Torell som har beslutat att lämna sitt styrelseuppdrag.



Ulf J Johansson

Åtal för företagsspioneri

En man från Ungern åtalades vid Stockholms tingsrätt tisdagen den 8 mars för företagsspioneri erticsson efter att ha gjort intrång i Ericssons interna datanät.

På Ericsson upptäcktes intrånget i ett tidigt skede och man identifierade vem som låg bakom. En polisanmälan gjordes. I oktober 2004 kunde den svenska polisen gripa 26-åringen som medgav att



Nu är det möjligt att obehindrat använda sin mobiltelefon till havs.

foto: pressens bild/anne powell

Mobiltelefoni går ombord

Passagerare på kryssnings- och passagerarfartyg kommer att kunna använda mobiltelefoner till sjöss tack vare en affär mellan Ericsson och norska Maritime Communications Partner.

ericsson Ericsson levererar ett fullständigt GSM-nät som Maritime vidareutvecklar så att det ger mobil täckning ombord. Detta sker med hjälp av basstationer ombord som kommunicerar via satellit med kärnnätet som är placerat på

land. Förutom mobiltelefoni blir fax-, internet- och datatjänster tillgängliga för passagerarna med det här systemet.

Inger Nordgard, säljansvarig på Ericsson i Norge, ser en stor marknad för mobilkommunikation till sjöss. Målgruppen är både fritidsresenärer och professionella användare som är vana att ta med sin mobiltelefon överallt och vill vara ständigt uppkopplade. De får nu en möjlighet att både skicka hälsningar och bilder samt behålla kontakten med sin arbetsplats även till sjöss.

På Ericsson har vi omfattande säkerhetsarrangemang för våra datanät, men liksom alla andra är vi exponerade för säkerhets-hot via Internet. Tack vara säkerhetsavdelningens arbete och samarbetet med polisen har vi kunnat klara upp fallet och begränsat skadan, säger informationsdirektör Henry Sténson.

Dom väntar 26-åringen.



till sist

text: gunilla tamm foto: hanna teleman

Kingston – Kista tur och retur

För drygt ett och ett halvt år sedan började Yasmine James som projektledare på Ericsson i Jamaica. Nu har hon nyligen tillträtt som lokalt kundansvarig för Digicel, Jamaicas största GSM-operatör. Hon tycker att Ericsson har ett öppet företagsklimat med bra möjligheter att ta egna initiativ och växa i jobbet.

När Kontakten träffar Yasmine James är hon på sin första tjänsteresa till Ericsson i Kista. Sverige upplever just då vinterns verkliga köldknäpp med mycket snö. Att komma från 28 graders värme till tolv graders kyla blev en annorlunda upplevelse för henne.

– Jag hade aldrig sett snö på så nära håll tidigare, skrattar hon.

Yasmine James började på Ericsson i juni 2003. I bagaget hade hon då med sig en universitetsexamen med inriktning på elektronik och flera års arbetslivserfarenhet både från en mobiloperatör, Cables & Wireless, och en mindre telekomleverantör.

– Redan när jag började studera visste jag att telekommunikation var det jag ville ägna mig åt, säger hon och fortsätter:

– Ären hos Cable & Wireless var värdefulla och där lärde jag mig bland annat förstå beslutsprocessen hos en operatör och varför besluten kan ta så lång tid. När det väl tagits ett beslut ska leveranser och jobb ske snabbt. Prisdiskussioner är ett annat viktigt område.

Yasmine James första jobb på Ericsson var som projektledare inom transmission. Nu som ny på tjänsten som lokalt kundansvarig för Digicel menar hon att bland de första viktiga uppgifterna för henne är att skapa nätverk och bygga relationer både hos kunden och internt inom Ericsson. En annan viktig uppgift är



Att bygga nätverk och skapa bra relationer både hos kunden Digicel och på Ericsson är viktigt för Yasmine James. Under sin första tjänsteresa till Sverige fick hon uppleva riktig vinterkyla och snö.

att snabbt svara på Digicels frågor. Det sistnämnda är nödvändigt för att kunna ge kunden rätt support.

Digicel, som tog sitt mobilsystem på Jamaica i drift i april 2001, har idag 1,3 miljoner abonnenter. Antalet användare fortsätter att växa och mobiltelefonanvändarna är idag betydligt fler än de som har fast telefon. På Jamaica finns två GSM-operatörer och en CDMA-operatör. Digicel är den operatör som har flest abonnenter.

– Det är en mycket krävande kund men samtidigt kreativ. Operatören är aggressiv i sin marknadsföring, förklarar Yasmine James.

Som huvudleverantör till Digicel har Ericsson en viktig roll att leva upp till. Digicel är den största GSM-operatören i Karibien med system förutom på

Jamaica även på bland annat St Vincent, St Lucia, Barbados och Grenada.

Yasmine James trivs bra på Ericsson och ser fram mot jobbet som lokalt kundansvarig.

– Koncernen har ett öppet företagsklimat, som gör det möjligt att växa. Folk lyssnar på idéer som man har och det är stimulerande, säger hon.

Vad tror hon själv att hon gör om tre år?

– Jag tycker om att sätta upp mål för mig själv och jobba mot dem. Man måste visa att man vill ta egna initiativ och följa upp dem. Målet nu är att utvecklas i jobbet på marknadssidan och att så småningom arbeta med marknader i andra länder. Jag gillar utmaningar och äventyr, som till exempel ett snöigt besök i Sverige, säger hon.