

KONTAKTEN

TIDNINGEN FÖR MEDARBETARE
INOM ERICSSONKONCERNEN

6.2005

▽ Illustration: Robert Hilmersson

DET HÄR ÄR TIDNINGEN
FÖR DIG SOM VILL KÄNNA DIG
FULLSTÄNDIGT UPPDATERAD
PÅ VART ERICSSON ÄR PÅ
VÄG OCH VAD SOM KOMMER
ATT VARA VIKTIGT DET
NÄRMASTE ÅRET

special: 7-15

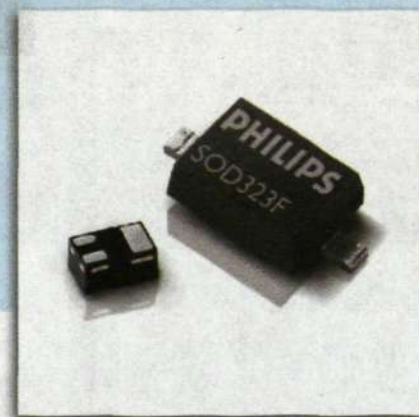
▶ Low V_{CEsat} (BISS) transistors

	I_C	I_{CH}	V_{CEO}	$V_{CEsat} @ I_C / I_B$	Package
PBSS301PD	4 A	15 A	20 V	< 280 mV @ 4 A / 400 mA	SOT457 (SC-74)
PBSS4480X	4 A	10 A	80 V	< 270 mV @ 5 A / 500 mA	SOT89 (SC-62)
PBSS3515M	0.5 A	1 A	15 V	< 250 mV @ 500 mA / 50 mA	SOT883 (SC-101)

▶ Ultra-low V_f (MEGA) Schottky barrier rectifiers

	I_F	I_{FSM}	V_R	$V_f @ I_F$	Package
PMEG4010EH	1 A	9 A	40 V	< 640 mV @ 1 A	SOD123F
PMEG2020EJ	2 A	10 A	20 V	< 430 mV @ 1 A	SOD323F (SC-90)
PMEG2010AEB	1 A	6 A	20 V	< 620 mV @ 1 A	SOD523 (SC-79)

©Koninklijke Philips N.V., 2005. All rights reserved.



Best-in-class performance. Highest efficiency in smallest packages.

Philips low V_{CEsat} (BISS) Transistors and Low V_f (MEGA) Schottky Barrier Rectifiers.

Pushing the boundaries of industry-leading performance because they feature:

High Current Capability

- Collector current of 0.5 A for PBSS3515M (transistor in SOT883)
- Forward current 2 A for PMEG2020EJ (rectifier in SOD323F)

High Application Efficiency

- Low collector emitter saturation voltage: $V_{CEsat} < 250$ mV @ 500 mA / 50 mA (transistor)
- Low forward voltage drop: $V_f < 500$ mV @ 1 A (rectifier)

High Space Efficiency

- Footprint of SOT883 (SC-101) is only 14% of SOT23 with a comparable power dissipation
- The new flat-lead SOD323F (SC-90) package delivers outstanding performance on a footprint 76% smaller than SMA and 41% smaller than SOD123

www.semiconductors.philips.com

PHILIPS
sense and simplicity

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

biträdande redaktör

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

projektleddare

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

skribenter i detta nummer

Jonas Blomqvist, 073-622 48 25
jonas.blomqvist@citat.se

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

Andrew Flowers, 0730-283910
andrew.flowers@citat.se

Peter Gotschalk Jensen
kontakten@ericsson.com

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

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

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

områdesredaktörer

affärsenheter

Nicholas Claude, 08-588 330 74
nicholas.claude@citat.se

utvecklingsenheter

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

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

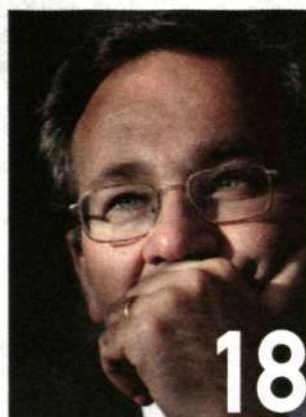
Anställdas adressändringar för tidningen görs till lönekontoret. E-post: pa.service.desk@ericsson.com



Persons on temporary assignment in Sweden may receive Contact, 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 addressees while in Sweden, kindly send us your new (and your old) address.

I Detta nummer

aktuellt · CommunicAsia	5
special · GMC och vägen framåt	7-15
Att göra det omöjliga möjligt	16-17
rakt på sak · Joakim Westh	18-19
ericsson runt	21
Uplink jobbar uppåt	23
Argentinas väg ur krisen	24-25
En världsomsegling över haven	26
Teknik på tur	28-29
sedan sist	30-31
Hundra år av minnen	32



spalten

Henry Sténson
informationsdirektör
och ansvarig utgivare

Strategin ligger fast

GMC, det låter ju inte så roligt. Varför har vi alla dessa konstiga benämningar på allt vi gör? Är det inte GMC, så är det CMD eller HSDPA eller nåt annat fuffigt.

Årets GMC – Global Management Conference – har just avhållits på Djurö i Stockholms skärgård. Mötet samlar de 220 högsta cheferna i Ericsson till drygt två dagars koncentrerad diskussion kring de mest centrala frågorna under det kommande året. För min del var det tredje gången jag fick tillfälle att vara med, och det har verkligen varit en resa.

Första gången för mig var i slutet av september 2003, när Carl-Henric Svanberg för första gången samlade gruppen till möte för att i ett första steg låta sin nya koncernledning staka ut riktningen för Ericsson för den kommande femårsperioden. Då gällde det att få ordning på en ny BU-struktur och att få upp högsta fart kring operational excellence, inte minst inom Supply.

Förra året föregicks konferensen av ett intensivt förberedelsearbete under hela våren. Alla GMC-deltagare började i praktiken att delta redan under mars och april. Då skapades nämligen en helt ny modell för hur 220-gruppen aktivt ska delta i skapandet av Ericssons strategi och uppdatering av densamma.

Den tydliga strategi som presenterades vid 2004 års konferens är den som fortsatt gäller och kommer att gälla ett bra tag till. Årets konferens bekräftade att Ericssons strategi ligger fast. Diskussionen i år gällde i första hand sex fokusområden som berörs mer detaljerat i det nummer av Kontakten som du nu läser. Det gäller sex koncernövergripande områden som måste hanteras på tvärs mot BU-strukturen.

Och, en sak är klar, det finns mycket kvar att jobba på, innan vi kan säga att vi är riktigt effektiva. Men med en tydlig strategi och överenskomna fokusområden, blir det lättare för oss alla att kunna prioritera rätt och förstå hur vi kan bidra. Se till att du också får information från dom som var med...

Ove är sällan inne på kontoret.



Men han är inte mindre effektiv för det.



Mejla med mobilen.

Du kommer även åt kontakter, kalender och att - göra - listor på din dator. Tjänsterna fungerar med de största mejlprogrammen och de flesta mobilmodellerna. Ett smart sätt att hålla sig uppdaterad.

Vill du veta mer? Sök efter EMS i IT-produktkatalogen på Ericssons intranät

TELLA

aktuellt: CommunicAsia

text och foto: andrew flowers



På kommunikations- och IT mässan CommunicAsia som hölls den 14–17 juni underströk Ericsson att företaget har siktet inställt på alla marknader i den sydostasiatiska regionen. Detta oavsett hur långt respektive land har kommit i sin telekomutveckling. På bilden syns Ericssons koncernchef och vd Carl-Henric Svanberg samtala med Singapores kommunikationsminister Lee Boon Yang under en av mässtdagarna.

Asien alltmer i blickfånget

Ericssons ambition är att vara med i kampen kring både tillväxtmarknaderna och de teknologiska avancerade marknaderna i Sydostasien. Det fastslog man under den nyligen avslutade kommunikations- och IT-mässan CommunicAsia 2005.

Telekommarknaden i Sydostasien är extremt skiftande. Dels finns det marknader som Singapore och Malaysia där man redan har lanserat 3G, dels länder som Bangladesh, Vietnam och Pakistan där infrastrukturen för telekom är väldigt enkel och i vissa delar existerar den inte alls. På CommunicAsia som hölls den 14–17 juni, hade Ericsson siktet inställt på alla marknader i regionen.

Jan Signell, chef för Ericsson i Sydostasien, sade under mässan att regionen har en unik blandning av växande och avancerade marknader. Han tillade

att Ericsson med sin globala styrka och sitt långvariga engagemang i Sydost-asien har en stark position för att möta de utmaningar som väntar operatörerna, oavsett vilka förutsättningar de har på respektive marknader.

Dagens mobilpenetration i Sydostasien varierar mellan länderna från 3 till 93 procent. Den senaste siffran för antalet mobilabonnenter i hela regionen är 137 miljoner och antalet växer med två miljoner nya abonnemang varje månad. I sin roll som marknadsledande leverantör i denna världiga del av världen kommer operatörer i en strid ström till Ericsson för att få hjälp med marknadsegmenteringar, prisstrategier och lanseringar av nya tjänster. De vill även ha råd och hjälp av Ericsson för att kunna anpassa sig till förändrade reglementen inom telekomindustrin.

Dessutom vänder sig många kunder numera till företaget för att de vill att Ericsson ska driva deras nät. Under CommunicAsia, annonserade Ericsson att den indiske operatören Bharti har beslutat att utöka innehållet i sitt redan existerande nätdriftskontrakt med Ericsson. Bharti vill att Ericsson i en större omfattning än förut driver Bhardis nät på den indiska landsbygden. Under mässtdagarna offentliggjordes även en liknande affär med operatören Warid Telecom i Pakistan, som använder Ericsson

för att bygga ut sitt GSM/GPRS nät i ytterligare 20 städer.

Jan Signell menar att stunden närmar sig då 3G kommer att expandera i Sydostasien.

– Singapore och Malaysia har redan lanserat 3G (WCDMA) nät. Myndigheterna i Malaysia har dessutom låtit meddela att ytterligare två 3G-licenser kan komma att auktioneras ut i landet. Vi förväntar oss också att det kommer att hända mer kring 3G i Indonesien, Thailand och Filippinerna under andra halvan av 2005.

Signell påpekar att Ericsson inte enbart satsar på att utöka marknadsandelar på nätsidan, utan även inom tjänstelagret, hosting och flera andra områden som syftar till att hjälpa operatörerna att lansera nya tjänster.

– Våra erfarenheter av integrationsarbeten med 2G och 3G har lärt oss att det är ett väldigt komplext arbete som det är viktigt att få till rätt från början, eftersom misstagen kan bli kostsamma och försena lanseringsplanerna. Han fortsätter:

– En 3G succé handlar inte bara om nätet utan också om att ha en bra plattform för att lansera tjänster som behöver ut snabbt på marknaden. De mest framgångsrika operatörerna är de som har de enklaste, mest lättförståeliga produkterna och priserbjudandena.



Jan Signell

Forma dig en
behaglig tillvaro...



VisitenPlus



SANDÖ



Det är dina former som gör våra sängar så sköna...

Sandö är namnet på Carpe Diems nya sköna kontinentalsäng. Med tre samverkande fjädersystem och det unika bottensegmentet når vi ännu ett steg längre i vår strävan att höja din sömn- och livskvalitet. På svarvade metallben och med nytt tyg från Marks Pelle vävare blir Sandö sovrummets pärla.

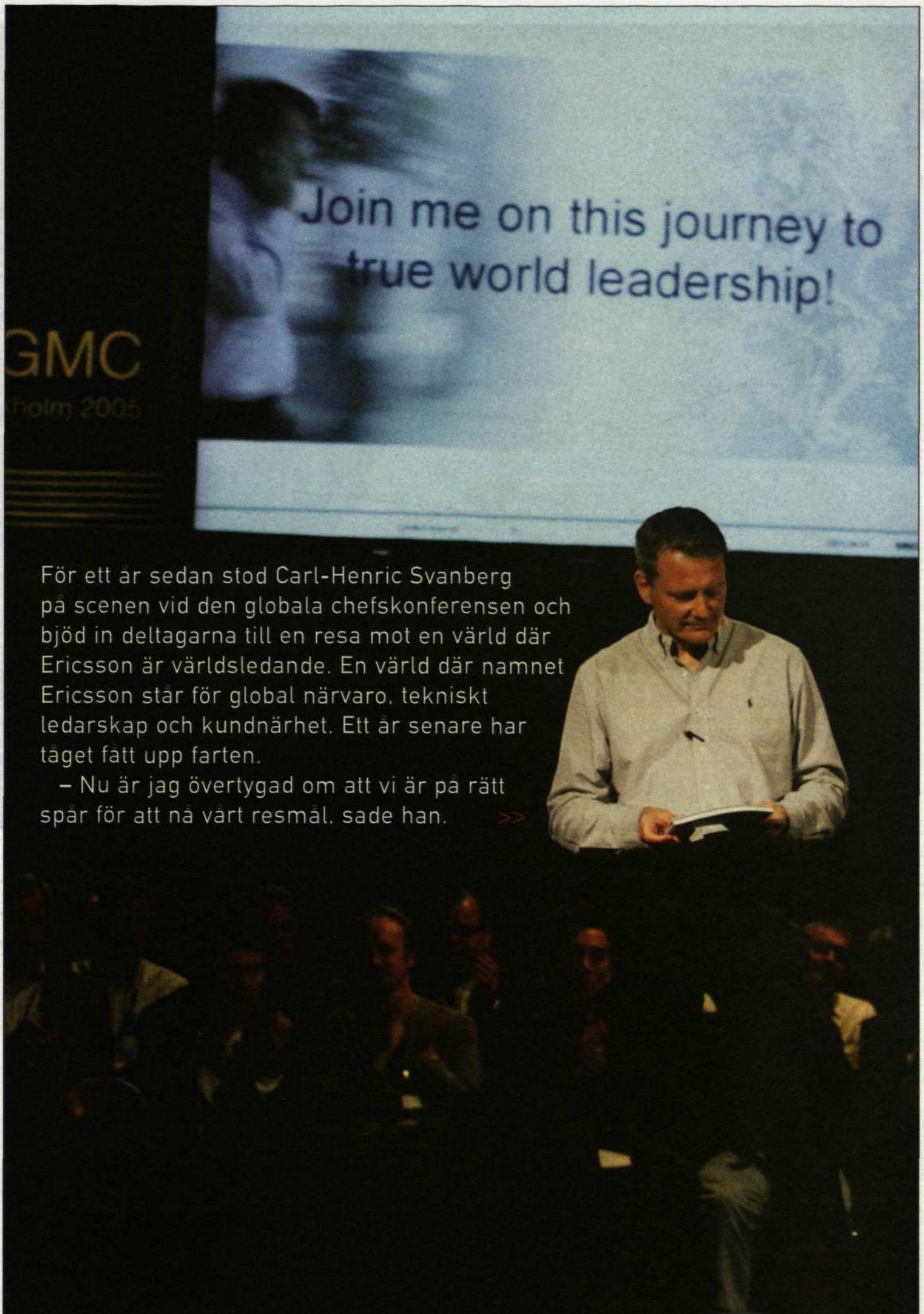
CARPE DIEM
BEDS OF SWEDEN

www.carpediembeds.com | info@carpediembeds.com

ALINGSÅS Mio, AVESTA Mio, BODEN Mio, BÖRLÄNGE Mio, BORÅS Mio Sandared, Sängjätten, BREDARYD Bredaryds Möbelfärr, EKEBY Ekeby Möbelfärr, ESKILSTUNA Mio, FALKENBERG Stil & Trend, FALKÖPING Mio, FALUN Mio, GÄVLE Mio, VALBO, GÖTEBORGS Mio (Frölunda, Mölndal, Gamlestan, Bäckebo), SOVA (Möndal) Sängjätten (Backaplan, Källered), HALMSTAD Mio, Sängjätten, HAMMENHÖG Jeppssons Möbler, HELSINGBORG Mio, Night & Day Mijö, SOVA Väla, HUDIKSVALL Mio, HÄRNÖSAND Mio, JÖNKÖPING Mio, Sängjätten, KALMAR Mio, KARLSTAD Mio, KATRINEHOLM Sänghuset, KRISTIANSTAD Mio, SOVA, KRISTINEHAMN Mio, KUNGSHAMN Wedels Möbler, LEKSAND Z bo, LIDKÖPING Mio, LINKÖPING Mio, LISTERBY Mio, LUND SOVA, LÅNGSELE Mio, LÖDDEKÖPING Mio, MALMÖ Mio, SOVA (Jägersro, Svågertorp), MARIESTAD Mio, MJÖLBY Mio, MORA Mio, MOTALA Mio, NORRKÖPING Mio, NORRTÄLJE Mio, NYKÖPING Mio, NÄSSJÖ Mio, PITEÅ Mio Öjebyn, RÅNEÅ Mio, SJÄLEVAD Mio Örnsköldsvik, SKELLEFTÄ Mio, STOCKHOLM Atlantis Sängspecialisten (Birger Jarlgatan, Sveavägen, Nacka, Arninge, Täby), Everlunds Möbler, Mio (Hällonbergen, Handen, Nacka, Slagsta, Stinsen, Veddesta, Vårby), SOVA Kungens Kurva, SUNDSVALL Mio, SÖDERALA Mio, SÖDERTÄLJE Drömbutiken, TIDAHOLM Möbelköp, TRELLEBORG Mio, TROLLHÄTTAN Mio, UDDEVALLA Mio, Sängjätten, UMEÅ Mio, UPPSALA God Natt Sängkompaniet, Mio, Mio Market, Väla Magasinet, SOVA, VARBERG Mio, SOVA, VÄRNAMO Mio, VÄSTERVIK Mio, VÄSTERÅS Mio, SOVA, VÄXJÖ Mio, YSTAD Mio, ÄMÅL Mio, ÄNGELHOLM Hanssons Möbler, ÖREBRO Mio, ÖSTERSUND Mio, Sovrumsgalleriet i Tandsbyn [DANMARK] CHARLOTTE LIND Schwarz Boligudstyr, HOLSTEBRO Sövn & Comfort, HORSENS Sengenstudiet, KÖBENHAVN Schwarz Sengenstudier, RÖSKILDE Design Center, RY Bolig & Livsstilgalleri, RØDOVRE Den 7. Himmel [NORGE] BERGEN Inside Design A/S, DRAMMEN Sentrum Led og Muskelklinikk, HAUGESUND Innside Interiør, MJØNDALEN Walther Kristiansen A/S, MOSS Møbelgalleriet A/S, OSLO Krosby Møbler, Martin Olsen Møbelgalleri, PORSGRUNN Møbler Osebro, SKI Classic Møbler, TRONDHEIM Berge Interiør, TØNSBERG Interiørhuset Sanz [FINLAND] JAKOBSTAD Wilma Interiör [SPANIEN] BARCELONA Mar De Cocco, CALAHONDA Carma Beds

special: gmc och vägen framåt

text: sara morgé foto: frida hedberg



För ett år sedan stod Carl-Henric Svanberg på scenen vid den globala chefskonferensen och bjöd in deltagarna till en resa mot en värld där Ericsson är världsledande. En värld där namnet Ericsson står för global närvaro, tekniskt ledarskap och kundnärhet. Ett år senare har tåget fått upp farten.

– Nu är jag övertygad om att vi är på rätt spår för att nå vårt resmål, sade han. >>

”Det är vårt tekniska kunnande och vårt kompletta end-to-end-erbjudande som ska skilja ut oss från konkurrenterna.

Carl-Henric Svanberg



Starka belägg för stark utveckling

Det går bra för Ericsson. Man kan till och med säga att det går riktigt bra. Solida finanser, effektivare arbetssätt och en starkare position på marknaden. Mycket har hänt det senaste året.

Förra årets Global Management Conference (GMC) satte upp många mål, det handlade om att vinna kontrakt och om att jobba smartare. Många av målen har uppfyllts, och det var en nöjd koncernchef som i år hade klara belägg för att Ericsson har kommit en bra bit på den väg som spikades i fjol. De starkaste bevisen är kanske kontrakterna med BT, T-Mobile, Cingular och megadealen med H3G i Italien. Dessutom har satsningen på HSDPA och IMS burit frukt.

Idag är vi den självklara ledaren inom HSDPA, vi har ökat vår marknadsandel inom WCDMA och vi har nu tagit hem 28 IMS-kontrakt. Jag är också oerhört stolt över att vi snabbt håller på att bli ett företag

som karaktäriseras av operational excellence, sade Svanberg.

Ericsson har fått ordning på sina leveranser, idag levereras rätt sak i rätt tid nio gånger av tio. För ett år sedan var leveransprecisionen bara 60 procent.

Rent finansiellt är Ericsson starkare än på mycket länge, försäljningen har gått upp med 17 procent och företaget har en rörelsemarginal på 21 procent, vilket är en av de verkliga toppnoteringarna i branschen, konstaterade Ericssons finanschef Karl-Henrik Sundström nöjt. Han poängterade även vikten av att förbättra säkerheten inom IS/IT och att förändra kulturen så att det finns ett inbyggt säkerhetsmedvetande hos de anställda.

Finjustering av strategierna

Precis som förra året hade årets GMC föregåtts av ett antal workshop-diskussioner kring strategierna. Som ett resultat av dessa har nu sex strategiska fokusområden utsetts (se faktarutan på detta upp-

slag). Det handlar inte om någon ny strategisk inriktning. De satsningsområden som spikades förra året kvarstår. Nu handlar det mer om finjustering och att hitta effektivare sätt att genomdriva strategierna på.

De sex fokusområdena är sex gränsöverskridande områden där vi måste bli bättre. Här är det ingen enskild enhet som har ansvaret, vi måste alla jobba tillsammans, sade Svanberg.

Ericsson investerar mer i forskning och utveckling (FoU) än någon av sina konkurrenter och även om det är uppenbart att utväxlingen på investeringarna måste bli bättre, så försäkrade Svanberg att Ericsson aldrig kommer att kompromissa med sitt tekniska ledarskap.

Det är vårt tekniska kunnande och kompletta end-to-end-erbjudande som ska skilja ut oss från konkurrenterna. Men då räcker det inte med att vi bara ser end-to-end ur ett systemperspektiv. Vi måste även ha slutanvändarperspektivet för ögonen hela tiden, sade han.

Systems-chefen Björn Olsson tryckte också på vikten av att få Ericsson att i större utsträckning uppfattas som ett företag som inte bara är ledande på forskning och utveckling, utan även förstår slutanvändarna.

Operatörerna vill att vi ska vara mer slutanvändarorienterade. Allting startar ju faktiskt med användarna, sade han.

Många utmaningar

Utmaningarna framöver är många. Den ökande konkurrensen från de kinesiska leverantörerna och den prispress som deras strategi leder till, var ett ämne som återkom i de flesta presentationer.

ZTE och Huawei är två av de snabbast växande leverantörerna just nu, berättade Ericssons strategioch produktchef, Torbjörn Nilsson.

De har en extremt stark hemmamarknad som växer nästan lika mycket på fasta och mobila sidan, totalt cirka tio miljoner nya abonnenter varje

månad. Dessutom har de tillgång till världens snabbast växande talangpool. Varje år utexamineras tre miljoner studenter från de kinesiska universiteterna, sade han.

Och alla verkade rörande överens om att det bästa sättet att möta konkurrensen från öster är att växa inom Services och att helt enkelt bli ännu bättre. Jobba smartare och bli bättre på värdeargumentationen, alltså att visa kunderna att Ericssons – i många fall – högre priser, beror på att produkterna är så mycket bättre att det ändå är en mer lönsam affär att handla från Ericsson.

Vi kan bara hålla dem bakom oss genom att bli ännu bättre på operational excellence och genom att till fullo utnyttja vårt gedigna tekniska kunnande, sade Carl-Henric Svanberg.

En annan utmaning att ta på allvar är operatörernas minskande tillväxt. Ericsson måste bli bättre än någon annan när det gäller att hjälpa operatörerna att skapa tillväxt och att bli mer kostnadseffektiva.

Ericssons strategiska fokusområden:

- Utveckla kapaciteten inom helhetslösningar, end-to-end.
- Stärka positionen inom konvergerade kärnnät och fasta nät.
- Skapa och leverera tillväxt inom tjänstesektorn.
- Stärka konkurrenskraften inom forskning och utveckling.
- Odlar en tillväxtanda.
- Etablera en ledande prisstrategi.

– Kundernas problem är vårt problem, fastslog Ericssons säljchef, Bert Nordberg.

En tredje utmaning som Ericsson ser framöver är de nya affärsmöjligheter som dyker upp när branschen förändras och smälter samman med andra branscher som IT och media.

– Vår kultur och våra arbetssätt är kanske inte alltid bäst lämpade för de utmaningar som finns inom de nya områdena. Därför måste vi se till att vi verkligen förstår vad som krävs, och att vi skapar den rätta attityden, sade Carl-Henric Svanberg.

Personalen den största tillgången

Men utmaningar handlar inte bara om konkurrens, arbetssätt och affärer, det handlar även om människor. Ericssons största tillgång är de anställda och deras kunnande. Ett talande exempel är det faktum att Cingular säger att det var människorna på Ericsson som avgjorde när de valde att jobba med Ericsson.

Jag vill påstå att de anställda är den viktigaste resurs vi har inom företaget. Deras kunskap och motivation är helt avgörande för vår framgång. Som den tekniska ledare vi är så måste vi kunna behålla och attrahera de allra bästa, sade Ericssons personaldirektör, Marita Hellberg.

Förra årets koncerngemensamma Dialog-undersökning, visade att för hög arbetsbelastning är det enskilt största hindret för Ericssonanställdas förmåga att vara effektiva. Det näst största hindret är oklara roller och ansvar. I flera fall finns det även en tydlig koppling mellan svagt ledarskap och otydliga roller och ansvar.

En faktor av stor betydelse är hur vi leder, kommunicerar och ger återkoppling till våra medarbetare. Man kan i Dialog se ett samband mellan otydliga roller och ansvar respektive brister i ledarskapet. Innan vi därför ändrar i organisationen måste vi gå till oss själva, sade Carl-Henric Svanberg.

– Har jag som ledare varit tillräckligt tydlig?

Marita Hellberg menar att även om företaget går mycket bra och de anställda totalt sett är mycket motiverade, så finns det områden där Ericsson behöver förbättra sig, ledarskap är ett sådant och det är nu dags för en ny ledarskapsmodell.

Den nya modellen innebär enkelt uttryckt att vi kommer att bedöma och värdera andra faktorer än tidigare när vi identifierar och utvecklar chefer, så att bedömningen går i linje med våra kärnvärden. Dessa faktorer baseras på det som skrivits om ledarskap i Our Ways of Working. Syftet är att chefer på alla nivåer agerar på ett sådant sätt att vår kultur stöttar vår strategi. Det vi gör och hur vi agerar är mycket viktigare än vad vi säger, poängterade Hellberg.

Carl-Henric Svanberg tryckte också på vikten av bra ledarskap för att nå framgång.

Som ledare måste vi vara raka och ärliga i vår kommunikation. Jag kan inte säga det nog många gånger: föregå med gott exempel – lead by example!

Han avslutade hela konferensen med att uppmana deltagarna att sprida vidare den positiva energi och inspiration som präglade årets GMC.

Om vi kan få 50 000 människor att dela den inspiration vi har känt här, då kan vi förflytta berg. Var stolta, men förbli ödmjuka. Ha självförtroende men bli inte självgoda. Var optimistiska, men slappna aldrig av. Och kom ihåg, framgång är aldrig en tillfällighet.



End-to-end från en annan ände

LEVERAGE OUR CAPABILITIES END-TO-END

Ericsson måste bli bättre på att se saker ur ett konsumentperspektiv. Titta utifrån och in istället för tvärt om. Det är dags att se end-to-end från andra änden så att säga.

Ericsson behöver vidga vyerna och bli bättre på att förstå slutanvändarna, det anser Systems-chefen Björn Olsson.

– Vi måste bli bättre på konsumentperspektivet. Helhetslösningar för system har varit vår hemmaplan i årtionden. Och även om det fortfarande finns utrymme för förbättringar på det här området, så har vi en betydligt längre väg att gå när det gäller end-to-end ur ett slutanvändarperspektiv och vi ska vi jobba hårt med detta under de närmaste tolv månaderna, säger han.

Därför har Ericsson nu bestämt sig för att reda ut begreppen och skilja på "system end-to-end" och "user end-to-end", för att säkra att inget perspektiv glöms bort. Men vad menar man egentligen med de

olika begreppen? System end-to-end skulle kunna definieras på följande sätt; standardisering kommer först, långt tidsperspektiv, produkt- och systemfokuserad försäljning och att allting utgår ifrån infrastrukturen.

Slutanvändarperspektivet, user end-to-end, utgår istället från användarbeteende, här är det kortare tidsperspektiv, projektförsäljning och att arbeta med prototyper.

"Det positiva i det här är att vi faktiskt har allt som krävs för att verkligen kunna erbjuda kompletta end-to-end-lösningar."

Det är ett mer utvidgat end-to-end-perspektiv som ska driva tillväxten och då är det av största vikt att kunna visa operatörerna att Ericsson inte bara är bra på tekniska lösningar, utan även förstår vad kundernas kunder verkligen vill ha. Det är ju trots allt konsu-

menterna som utgör marknaden, utan dem inga affärer.

Som ett resultat av detta har koncernledningen gett Björn Olsson i uppgift att presentera ett förslag för hur Ericsson bättre ska kunna tillgodose slutanvändarperspektivet inom end-to-end. Gunilla Fransson ansvarig för Service Layer, anser att det är ett otroligt viktigt initiativ.

– Annars kommer systemtänkandet alltid att ta över. Jag tror inte att man kan samtidigt arbeta med båda perspektiven, eftersom de har helt skilda utgångspunkter, säger Gunilla Fransson.

– Det positiva i det här är att vi faktiskt har allt som krävs för att verkligen kunna erbjuda kompletta end-to-end-lösningar och jag vet att kunderna tror på vår förmåga. Nu gäller det bara för oss att leverera, säger Björn Olsson. •

Konsumenter kräver konvergens

Konsumenternas krav ökar ständigt, de vill ha obegränsad tillgänglighet och att allt ska fungera, oavsett märke på telefon, operatör eller var man befinner sig. För att klara konsumenternas och operatörernas krav måste Ericsson bli bättre på nätkonvergens.

Det är inte bara näten som smälter samman, även operatörerna konvergerar sin egen verksamhet. I USA är operatörskonvergens och konsolideringarna lika hett som solen i södra Californien. I Europa är de senaste exemplen France Telecom/Orange och Telecom Italia/TIM som nyligen slog ihop sina verksamheter för fast och mobil telefoni. Det här skapar förstås en i vissa fall radikalt ny situation för Ericsson, nya kundrelationer, nya tankesätt, nya arbets-sätt, nya krav. Och framför allt – nya möjligheter.

– Konvergens är inget annat än sunt förnuft, slå samman verksamheterna likaså. Det är integrerade operatörer som kommer att driva marknaden för konvergerade kärnnät, säger Karl Thedéen, ansvarig för Ericssons fastnätverksamhet.

Konvergerade kärnnät betyder olika saker för olika operatörer, och det finns tre möjliga vägar att gå för

operatörer som vill följa med utvecklingen och sudda ut gränserna mellan fast och mobil telefoni.

- Integrerade operatörer, är precis vad det låter som, operatörer som integrerat sin fasta verksamhet med den mobila, till exempel Telecom Italia/TIM. Målet är ett förenat kärnnät som serverar konsumenterna oavsett accessmetod.
- "Affiliated operators" kan närmast översättas med anslutna operatörer, anslutna i bemärkelsen anslutna till en annan operatör. SBC/Cingular är ett sådant exempel. Dessa operatörer fokuserar på att erbjuda sina kunder konvergerade tjänster och betalningsmöjligheter.
- "Fixed going mobile" är fasta operatörer som vill erbjuda gränslös tillgång till tjänster och obemärkt överlämning mellan fast- och mobiltelefoni. Exempel på sådana operatörer är BT och China Telecom.

Hitills har IMS och Mobile Softswitch varit Ericssons snabbaste hästar i konvergenskapplöpningen. Men ännu har marknaden inte riktigt tagit fart.

– Vi har mycket kvar att göra och en hel del att för-lora om vi misslyckas. Men framförallt har vi en enorm möjlighet framför oss om vi sköter våra kort rätt, säger Fredrik Alatalo, ansvarig för produktområdet Mobile Core.

STRENGTHEN OUR POSITION IN CONVERGED CORE AND WIRELINE

Ericsson har identifierat fyra områden som är extra viktiga för att nå framgång inom konvergerade kärnnät.

- Att bygga vidare på ledarskapet inom Softswitch
- Att öka marknadsandelen inom IMS genom att ta strategiska kontrakt.
- Att bli först på marknaden med konvergerad Access Edge.
- Att stärka marknadsföringsprogrammet med konkreta konvergenserbjudanden.

Ericssons kunskande inom fasta nät är också en mycket viktig del för att företaget ska nå en ledande position inom konvergens, det menar Systems-chefen Björn Olsson.

– Vårt mål är att vara ledaren inom konvergerade nät 2008. För att nå dit är vi beroende av vår kunskap inom kärnnät och fasta nät. •

special: gmc och vägen framåt

text: jenz nilsson foto: frida hedberg



Tjänstesuccén genereras lokalt

När kommer det stora lyftet för tjänstesidan inom Ericsson? Snart, bara vi fortsätter att koncentrera oss på de rätta sakerna är svaret från Hans Vestberg, chef för affärsenheten Global Services.

Tjänsteverksamheten inom Ericsson har under de senaste åren varit stabil och lovande, vid några tillfällen lysande. Den stora succén har dock låtit vänta på sig. Men genombrottet väntar runt hörnet, menar Hans Vestberg.

– Periodvis har det gått trögare än väntat men nu är vi definitivt på spåret igen. Vår strategi ligger fast, säger han.

När ledningen inom Global Services för drygt ett år sedan konstaterade att den tidigare starka tillväxten höll på att plana ut agerade man snabbt. En del av nedgången kunde skyllas på minskade investeringar från operatörerna i allmänhet. Men mycket berodde också på Ericssons sätt att handskas med sitt serviceerbjudande.

– Serviceaffärer genereras lokalt. Därför ska vi också satsa på att utveckla den lokala kompetensen inom services, säger Hans Vestberg.

En grupp från Global Services träffade representanter för ett stort antal marknadsenheter i executive

growth workshops för att ta reda på vad som hämmade dem i deras arbete med services samt att tillsammans jobba fram en plan för services för varje MU. Det idoga arbetet har resulterat i fem huvudåtgärder som ska skapa ytterligare tillväxt inom tjänstesektorn:

- Förbättra förmågan att sälja services: Innebär främst att utveckla den globala säljorganisationen och att bli bättre på att addera nya tjänsterbjudande till pågående projekt. Dessutom har resurser flyttats från Global Services (fördelning av Opex) till marknadsenheterna så att det numera finns fler personer som säljer tjänster i marknadsenheterna.

- Säkra att alla är förberedda för att leverera tjänster: Se till att ha rätt resurser på plats i rätt tid, vilket är helt avgörande för att hålla överenskommen med kunden.

- Förbättra hanteringen av partnerskap och inköp: Global Services ska vara lika effektiva på att köpa in från sina underleverantörer som operatörerna är gentemot Ericsson, och dessutom bli bättre på att använda partners för att skapa nya affärer.

- Driva mer kostnadseffektiva affärer.
- Utveckla affärsmöjligheter inom nya områden.

Framförallt att hitta sätt att göra saker mer kostnadseffektivt är en nyckelfråga för Global Services.

– Vår kostnadsnivå är för hög. Men den går att reducera om vi anpassar vår kostnadsstruktur i linje med den kostnadsstruktur som våra mest framgångsrika konkurrenter har. Sedan måste vi bli bättre på att dela kunskap mellan olika marknadsenheter och skapa ett utbyte av best practice mellan marknadsenheterna och våra globala leveranscenter, säger Hans Vestberg.

– Vi ska komma ihåg att det inte finns en modell för att sälja tjänster som passar alla marknadsenheter. Alla kommer inte att ta en mega deal, eller sköta fältservice eller nät drift. Att återanvända kunskap är nyckeln, men den ska användas för att skraddarsy lösningar åt olika marknader, säger han.

CREATE AND DELIVER GROWTH IN SERVICES

Med teknisk världsdominans i sikte

Supply och Sourcing har genomgått omfattande effektiviseringsåtgärder med mycket lyckat resultat. Nu har Ericssons forskning och utveckling (FoU) inlett samma resa. Målet är tufft men absolut nödvändigt: halvera tiden till det att en produkt lanseras på marknaden.

Konkurrensen inom forskning och utveckling blir tuffare för varje månad. För Ericsson gäller det att hålla och helst öka det tekniska försprånget man fortfarande har gentemot de flesta leverantörer, framförallt de nya kinesiska spelarna. Leverantörer som Huawei och ZTE sitter med starka kort på hand i form av låga utvecklingskostnader och billiga lokala underleverantörer. Ericsson har ett trumfkort i sitt tekniska ledarskap och den höga tekniska kvaliteten på produkterna. Men det är ett trubbigt vapen i de fall där produkterna är sena och dyrare än konkurrenternas när de väl kommer ut på marknaden.

Produkterna måste ut snabbt och de ska vara prisvärda för kunderna. Kvaliteten ska dessutom vara lika hög som förut. Anledningen till att en del pro-

dukter försenas idag är framförallt de långa forsknings- och utvecklingsprojekten kring produkterna.

– Vi ägnar för lång tid i början och slutet av våra projekt. Vi ska köra kortare projekt och tydligare definiera om och när en produkt ska introduceras på marknaden. Att behöva ändra i produkten under utvecklingens gång är kostsamt. Färre beslut och en större beslutsamhet är nödvändigt, säger Ericssons teknikchef Håkan Eriksson och fortsätter:

– Halverar vi tiden till marknaden så reduceras även kostnaderna och vi frigör samtidigt stora resurser. Dessa behöver vi för att lyckas inom de tillväxtområden vi har identifierat som en följd av konvergensen mellan fast och mobil nät, säger han.

För att korta projekten krävs ett tätare samarbete med Ericssons produktledning och marknadsenheterna.

– En direkt kommunikation med produktledningen är viktigt för att vi ska kunna agera snabbare på de krav eller problem som operatörerna har. Vi behöver dessutom produktledningens hjälp för att åstadkomma tydligare produktdefinitioner. En del av våra produktdesigners bör dessutom sitta på plats hos kunden under vissa perioder.

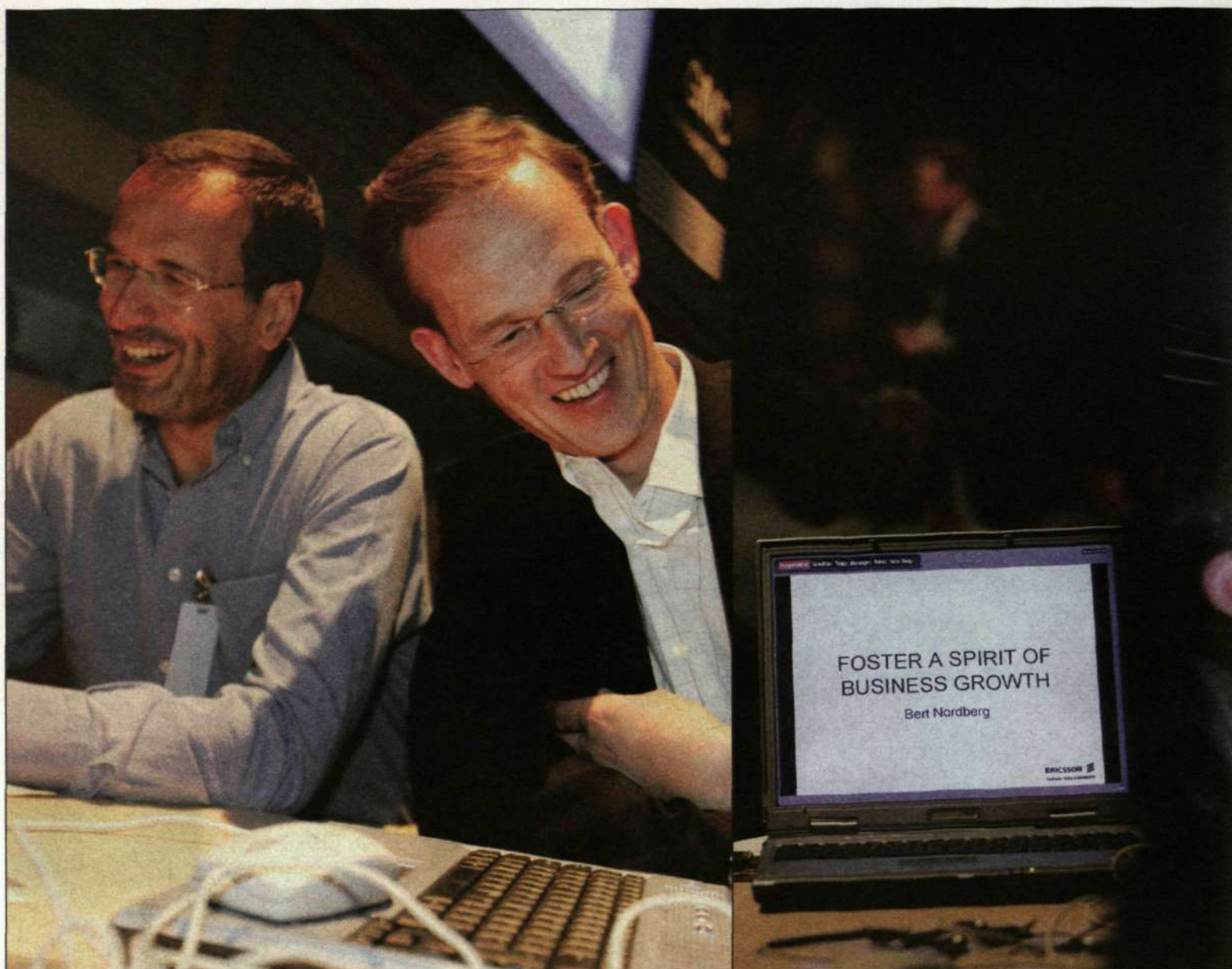
STRENGTHEN OUR R&D COMPETITIVENESS

Men detta räcker inte. Forskning och utveckling behöver också få ett tätare samarbete med kunderna vilket kräver att organisationen ännu bättre anpassas efter de förutsättningar och möjligheter som finns med kunder i olika länder. Ett sätt att åstadkomma detta är att driva frågor kring standardisering och reglementen ihop med kunden.

– Då får vi en direktkontakt mellan vår egen FoU organisation och kundernas. Lyckas vi med detta öppnar sig möjligheter till samarbeten på flera olika plan som gör att vi blir en långsiktig partner till kunden och kan supporta deras produkter bättre, säger Håkan Eriksson.

Ericsson har redan idag etablerat samarbete med tio av sina största kunder i ett så kallat technology alignment, för att säkerställa sitt tekniska ledarskap.

– Dessa operatörer är väl bekanta med marknadstrenderna. Och att få ta del av deras krav på ett tidigt stadium hjälper oss att fastställa våra strategier och därmed behålla vårt tekniska ledarskap, säger Jan Uddenfeldt som är Ericssons koordinator för samarbetet.



Säljet satsar stenhårt

Ericssons säljorganisation har en aggressiv målsättning för de kommande tre åren. Företaget ska **växa snabbare än marknaden** och har bland annat identifierat ett antal nyckelkontrakt för att lyckas.

Det globala kriget kring samtalstariffer har orsakat en hård prispress på slutanvändartjänster. Operatörerna har reagerat på detta genom att hålla i plånboken. Det har i sin tur inneburit att de investerar mindre i utrustning för traditionell rösttelefoni. Situationen har förändrat förutsättningarna för alla leverantörer men inom Ericsson är jakten på nya affärsmöjligheter med kunderna redan i gång.

– Vi vet var pengarna finns och hur vi ska nå dem. Men det kräver att vi breddar vårt utbud, driver tillväxtfrågan för våra kunder och kontinuerligt förbättrar vår kompetens, säger Bert Nordberg chef för Sales and Marketing.

Konkurrensen är stentuff men Ericsson har alla förutsättningar att bli det företag som ökar sin för-

säljning mest de kommande åren. Bert Nordberg pekar på några strategiskt viktiga områden för att detta ska lyckas.

– Det första steget är att maximera tillväxten med våra största globala kunder. Säljaktiviteter som ska främja deras rörelsemarginal och investeringsvilja är på gång. Men vi får inte stirra oss blinda enbart på operatörernas operativa delar, utan även jobba aktivt med deras marknadsavdelningar och därigenom hitta nya affärsmöjligheter, säger han.

Enterprise, nationell säkerhet och mediamarknaden är tre områden där Ericsson genom sitt tekniska

FOSTER A SPIRIT OF BUSINESS GROWTH

ledarskap och position på marknaden har bättre förutsättningar att utöka sina affärer än vad konkurrenterna har, anser Bert Nordberg. Enterprise och nationell säkerhet lyftes fram som framtida tillväxtområden redan i GMC 2004. Sedan dess har även möjligheterna inom mediamarknaden ökat. Efterfrågan på musik i mobiltelefonerna är redan stor och förväntas öka kraftigt. Inom detta område har Ericsson tagit initiativet och tillkännagav nyligen att man inlett ett sam-

arbete med musikleverantören Napster. Därmed kan Ericsson erbjuda en av världens största tjänster för musiknedladdning.

– Både traditionella operatörer och virtuella mobiloperatörer behöver bra lösningar för att slutanvändare ska kunna ladda ner musik och bilder via mobilnätet. De behöver även hjälp att ta betalt för tjänsterna, säger Bert Nordberg och fortsätter:

– Vi på Ericsson har alla möjligheter att tillgodose denna efterfrågan genom våra lösningar inom tjänstelagret. Men det gäller att övertyga operatörerna genom att visa dem vad vi kan.

Bert Nordberg och hans ledningsgrupp har dessutom skrivit en lista med tio affärsmöjligheter och kunder som man ska fokusera på det kommande året. Lyckas detta har Ericsson klart bättre förutsättningar att bli marknadsledande inom samtliga områden där man har sagt att man vill vara med och kämpa.

– En grundförutsättning för att lyckas är att vi får igång ett bra utbyte av erfarenheter inom företaget. Oberoende branschanalyser och våra egna undersökningar visar på en enda sak; Genom att dela best practice mellan olika KAM-organisationer och marknadsenheter utökar vi vår försäljning och förbättra våra marginaler.



Sjunkande priser kräver smartare simtag

PRICE STRATEGY FOR LEADERSHIP

Konkurrensen ökar. Det gör den alltid. Nya spelare förändrar förutsättningarna. Så har det alltid varit. Dagens utmaning är att flera nya konkurrenter har en uttalad lågprisstrategi. Sjunkande priser är ett faktum som Ericsson måste tackla.

– **Priserosion är** inget nytt under solen, och utan hade vi inte haft närmare 2 miljarder mobilabonnenter. Men det vi ser idag är inte prispress på det sätt vi är vana vid. Nu har den en helt annan form och kraft, säger Joakim Cerwall, säljansvarig på affärsenheten Access för CEMA-området.

Några faktorer som orsakar dagens prisnedgångar är utvecklingen inom IT och kundernas globalisering och därmed möjlighet att pressa priser på flera marknader. Men den enskilt starkaste kraften verkar ändå vara den nya knivskarpa konkurrensen från Kina.

– Huawei driver ned priserna till nya bottenrekord. Frågan är bara om deras strategi kommer att hålla

långsiktigt, är de ett nytt Toyota? Det vet vi inte, vi får blandade signaler.

Även om signalerna är tvetydiga så har Ericsson valt strategi och det är inte priskrig som ska bli företagets väg.

– Vi måste ta Huawei på allvar, men Ericsson är inte ett lågprisalternativ. Vi kan erbjuda kunderna ett mervärde och ska samtidigt se till att få betalt för det, säger Joakim Cerwall.

Det är inte helt lätt för en säljare att övertyga en kund om fördelen med att välja Ericsson, när priset ibland är flera gånger högre än det en lågpris konkurrent kan erbjuda. Tricket är att säkra ett tätare samarbete mellan produktledningen och säljarna.

– Säljarna måste bli bättre på att förstå och förklara produkternas mervärde och produktledningen måste bli bättre på att förstå marknadskräfterna, menar Joakim Cerwall.

Det gäller alltså att vässa säljargumenten och samtidigt få in en tydligare prismetvetenhet i produktbesluten. Säljarna måste också kunna hålla vad de

lovar när de säger att Ericssons produkter ger mer valuta för pengarna.

– När du har ett riktigt överlägset end-to-end-erbjudande, som du dessutom kan leverera innan konkurrenterna, då har du det allra starkaste argumentet för högre priser, säger Joakim Cerwall.

Men det räcker inte med vassa säljargument och fantastiska produkter, det gäller att göra marknaden större också.

– Vi måste vara innovativa och använda de förutsättningar tekniken ger oss för att skapa nya affärsmöjligheter. Vi tror att morgondagens användare kommer inse potentialen med mobilt bredband och skapa explosionsartad tillväxt av trafiken i näten, säger Ann Emilson, säljansvarig på affärsenheten Access i Västeuropa.

Ericssons strävan att växa på tjänstesidan är också ett sätt att bli mindre exponerad för prispressen på produktsidan.

vägen till kontrakten: T-Mobile

text och foto: peter gotschalk



Hela Ericssons ledningsgrupp för det globala kundkontot för Deutsche Telekom jobbade tillsammans för att vinna kontraktet. Övre raden från vänster – Patrick Nieter, Lutz Gerber, Stefan Reuther, Dietmar Seifenberg, Torbjörn Possne. Nedre raden från vänster – Bo Hjalmarsson, Peter Holm, Stefan Gustavsson.

Kampvilja vände fiasko till succé

Det här är historien om hur Ericsson var på väg att förlora ett viktigt kontrakt. Istället **vände Ericsson ett katastrofalt läge och lyckades landa en ny affär** som gör företaget till tyska T-Mobiles största leverantör av GSM/GPRS. Den här historien berättar om vikten av att lyssna på kunden och om vad ren vilja kan uträtta.

T-Mobile Tyskland har gett Ericsson, världens ledande leverantör av infrastruktur för mobil telekommunikation, i uppdrag att utrusta cirka 10 000 mobilbasstationer med modern GSM-teknik över hela Tyskland.

Den inledande meningen i pressmeddelandet som gick ut den 17 januari i år fick läppar att le, champagnekorkar att flyga i luften och ryggdunkningar att bli dagens hälsningsfras. Tillsammans hade den globala kundenheten i Bonn och Ericssons lokala tyska bolag i Düsseldorf precis landat ett av världens genom tiderna enskilt största GSM-kontrakt.

Vrider vi tillbaka klockan lite drygt ett år rådde det knappast någon feststämning mellan T-Mobile och Ericsson. Den som då skulle ha siat om framtida firande hade fått höra ord som utopi och kallats dåre – men pressmeddelandet bevisade att utopin var dagens sanning.

Som en tidigare del av det statliga monopolbolaget Deutsche Telekom var T-Mobile sedan GSM:s introduktion under det tidiga 1990-talet Tysklands största mobiloperatör. Via förvärv i andra länder blev T-Mobile snabbt en stor internationell GSM-aktör. Tack vare att många av de köpta bolagen hade Ericsson som leve-

rantör fick det svenska storföretaget en position som operatörens största globala GSM-leverantör.

På T-Mobiles hemmamarknad såg det annorlunda ut. Där började parterna göra större affärer så sent som 2003 när det var dags för operatören att lansera MMS till sina abonnenter. Valet av leverantör för att bygga stommen som gjorde MMS-tjänsten möjlig föll på Ericsson. Det var då problemen började.



Wolfgang Ptacek

– Det var en riktigt jobbig resa, minns Lutz Gerber, ansvarig för Operational Services på Ericsson. För att vara helt ärlig klarade vi inte av att hålla standarden som vi hade lovat i kontraktet. Det gav dålig kvalitet och låg tillgänglighet, de som drabbades var T-Mobiles kunder.

– Julen 2003 blev hela systemet så överbelastat att det mer eller mindre kollapsade. Det var ingen rolig tid, säger han.

Föga överraskande håller T-Mobile med Wolfgang Ptacek, T-Mobiles europeiska utvecklingschef och ansvarig för MMS-tjänsten, berättar:

– Bristerna under julen 2003 vållade stor skada för våra möjligheter att gå ut till kunderna för att offensivt sälja MMS. Därför bestämde vi oss för att ta reda på om problemen berodde på Ericsson eller om det var något som hela branschen upplevde.

T-Mobile var missnöjt och konkret innebar det att Ericsson tvingades ställa upp i ett race och tävla mot andra leverantörer – om ett kontrakt man faktiskt hade. För att vinna kontraktet på nytt fanns bara en väg: visa T-Mobile att Ericsson var berett att jobba stenhårt för att lösa de tekniska frågorna. Enligt Wolfgang Ptacek gjorde Ericsson just det.

sidan gatan från Deutsche Telekom's huvudkontor. På så sätt såg T-Mobile hur engagerade och villiga vi var att satsa på dem, säger han.

En viktig del i Ericssons strategi för att vinna affären var att övertyga T-Mobile om fördelarna med att använda deras största globala leverantör även i Tyskland, istället för att prata i termer om att operatören borde byta ut en av sina sex lokala leverantörer. Med andra ord ville Ericsson få T-Mobile att se affären ur ett globalt perspektiv, snarare än ett tyskt.

Possnes team utformade ett erbjudande baserat på globala priser på globalt testad teknik och produkter. Enligt honom spelade strategin en avgörande roll för att T-Mobile skulle se på Ericsson som det bästa och mest framtidssäkra alternativet.

– Ericsson är marknadsledande och för att ro hem kontraktet riktade vi in oss på våra styrkor. Vi är vana att jobba över hela världen och jag tror att det som till slut avgjorde till vår fördel var att vi visade T-Mobile hur vi skulle kunna bygga upp ett samarbete som sträcker sig över flera länder, säger Torbjörn Possne.

Som teknisk direktör på T-Mobile Tyskland spelade Joachim Horn en viktig roll i upphandlingen. Enligt honom var Ericssons engagemang en stor

anledning till att Ericsson besegrade konkurrenterna.

– Redan från början hade de väldigt konkurrenskraftiga priser. För oss var det tydligt att de använde sin position som global leverantör för att göra sitt erbjudande så attraktivt som möjligt, säger han.

– Men andra saker spelade också in. Ericsson var väldigt lyhörda och förstod kraven vi ställde genom hela offertförloppet. Under de perioder när avgörande beslut skulle fattas engagerade sig toppfolket inom Ericsson och det såg vi som något väldigt positivt.

T-Mobile Tysklands tekniska direktör fortsätter med att likna arbetet att byta ut basstationerna med en hjärtoperation i T-Mobiles nät. Han pekar på att Ericsson genomfört en liknande operation tillsammans med Lucent i Saudiarabien och att Ericsson nu bestämt sig för att använda folk från Deutsche Telekom för att utföra viktiga delar av uppgraderingen.

– Sådana saker gör att vi kan behålla arbetskraft inom koncernen, vilket också är viktigt. Själva jobbet inleddes under sommaren och kommer att pågå i minst två år. Ericsson har redan en stark närvaro i Tyskland med en organisation som kommer väl till nytta, de har en väldigt modern plattform och har uppträtt väldigt professionellt under hela resan. Genom att välja Ericsson har vi fått en kompetent partner i detta viktiga projekt, klagör Joachim Horn. Precis som det stod i pressmeddelandet.



Joachim Horn

fakta: T-Mobile Tyskland

Abonnenter: 27,6 miljoner
Marknadsandel: 39,5 procent (i slutet av november 2004)
Intäkt/användare: 23 euro/månad (första kvartalet 2005)
Intäkter: 8,7 miljarder euro (2004)
Huvudkontor: Bonn
Grundat: 1993
Andra marknader: Storbritannien och Nordirland (UK), Österrike, Tjeckien, Nederländerna, USA, Ungern, Polen (delägarskap i PTC) och Ryssland (delägarskap i MTS)

rakt på sak



text: jenz nilsson foto: gunnar ask

Det finns företag där det ständigt och på alla nivåer diskuteras hur man ska göra saker smartare och mer kostnadseffektivt i varje arbetsmoment. Ericssons strävan är att bli ett sådant företag. Men **då måste begreppet operational excellence bli en självklarhet** för alla som arbetar inom Ericsson. det är det inte riktigt ännu...

Joakim Westh

Joakim Westh har varit chef för koncernfunktionen Operational Excellence i sex månader. Han om någon borde ha koll på vad Ericssons koncernchef Carl-Henric Svanberg menar när han säger att Ericsson måste göra saker i linje med operational excellence.

– Det betyder att vi ska skapa enklare, snabbare och mer kostnadseffektiva processer och en tydligare organisation. Detta ger mer motiverade medarbetare. Mitt arbete är att hjälpa till att genomföra operational excellence inom hela koncernen och därmed skapa konkurrensfördel för Ericsson.

Hur ska du lyckas med detta?

– I grunden handlar det här arbetet om att låta varje medarbetare ta ansvar för sin vardag och hitta sätt som både spar tid och pengar i det dagliga arbetet. Utöver detta har vi våra sex nyckelprocesser (läs GMC-reportaget) och ett antal supportprocesser som kräver extraordinära insatser av oss. Min ambition är alltså att både hjälpa till att driva de stora förändringsprogrammen inom exempelvis R&D och Supply och samtidigt uppmuntra alla att försöka göra sina egna arbetsområden lite effektivare.

Är inte risken att operational excellence blir ett begrepp som många pratar om men få vet hur man ska leva upp till?

– Det finns absolut en sådan risk. Samtidigt handlar det här om ganska uppenbara saker som att arbeta enklare och smartare. Det är sådant som alla borde kunna ta till sig och det har man också gjort på många håll inom företaget, det ser vi resultatet av nu.

Ge exempel på hur Ericsson arbetar effektivare idag?

– Vår leveransprecision är kanske det allra tydligaste exemplet. Hösten 2003 levererade vi endast 60 pro-

cent av våra produkter på utlovad tid. Idag är vi uppe i 94-95 procent, samtidigt som vår leveransvolym har fördubblats. Vi har också genom Sales Transformation Program fått en bättre säljprocess med tydligare definition av säljrollen och en mer motiverad säljkår. R&D har bidragit med betydligt bättre in service performance på flera av våra produkter och Sourcing har haft stor framgång med att sänka inköpskostnaderna.

Är ineffektiviteten inom Ericsson större jämfört med andra företag som du har arbetat med?

– Absolut inte, och ibland tycker jag att Ericsson har ett onödigt dåligt självförtroende när det gäller den egna effektiviteten. Vi är mycket bättre inom många områden än vad vi tror. Men det hindrar inte att det finns en stor potential till förbättringar liksom det finns hos alla våra konkurrenter. Vi ska bara se till att vi gör våra saker bättre än vad de gör.

Är det verkligen så enkelt?

– Oftast är det enklare än vad man tror. Ericsson verkar visserligen i en komplex industri med många olika teknologier men det betyder inte att vårt sätt att arbeta behöver vara svårt och komplext, tvärtom. Ericsson har allt att vinna på att förenkla och tydliggöra sina processer, det kommer att ge en väldigt positiv effekt på både resultatet och arbetsförhållandena.

Tror du inte att motivationen för att hitta sätt att effektivisera det dagliga arbetet sjunker bland medarbetarna nu när Ericsson har bättre finanser igen?

– Jo, och det är ganska typiskt för ett företag som precis har vänt ett kraftigt negativt resultat till ett positivt. Då är människor i en organisation lättade över att ha klarat krisen och samtidigt lite omotiverade att jobba vidare med effektiviseringar. Här tror jag att min enhet har en viktig roll med att stötta och motivera så att inte det här arbetet tappar fart.

Många inom Ericsson är irriterade över att affärsprocesserna och de interna supportsystemen inte samspelar. När kan de vänta sig förbättringar på den punkten?

– Dilemmat är att våra administrativa supportsystem är tekniskt avancerade men inte tillräckligt användarvänliga. De är svåra att lära sig om man bara använder dem sporadiskt för att tidrapportera eller göra inköp. Vi har precis tagit beslut om ett antal åtgärder som ska förenkla för användare som regelbundet använder system som till exempel Ericsson Buyer. Vi måste också lösa hur vi ska kunna göra systemen mer användbara för sällananvändarna. Vi hoppas kunna presentera en bra lösning på detta snart.

Vad tycker du om outsourcing som ett sätt att minska kostnader och höja effektiviteten i ett företag?

– Det kan vara ett bra verktyg. För Ericsson som har genomfört ett ganska omfattande outsourcingprogram de senaste åren har det lett till lägre fasta kostnader som bättre kan varieras beroende på hur branschen ser ut. Detta är bra och leder till att Ericsson blir ett flexibla och effektivare företag. Nackdelen är att man riskerar att outsource sådant som senare visar sig tillhöra kärnverksamheten, då kan man bli tvungen att insourca istället.

Har Ericsson behov av ytterligare outsourcing eller rentav insourcing som du ser det?

– Ericsson behöver bli ännu tydligare i sin definition av vad som är kärnverksamhet och vad som inte är det. Den outsourcing som har gjorts var rätt utifrån de förutsättningar som rådde då. Nu har vi mer tid att se över vilken verksamhet som ska ligga innanför "murarna" respektive utanför. Innan den processen är klar kan man varken utesluta in- eller outsourcing.

Hur ska du ta arbetet med operational excellence vidare?

– Vi behöver prioritera bland de större, mer globala förändringsprogram som finns inom Ericsson. Vi har alldeles för många program som löper samtidigt och som förbrukar resurser och energi. Parallellt med detta fortsätter vi att förbättra våra nyckelprocesser. Närmast går vi igenom processerna inom R&D och product management. Högprioriterat är också att ta tag i de enheter som har rapporterat störst problem med ansvarsfördelning, arbetsverktyg och arbetsbelastning i Dialogundersökningen. Sedan finns det anledning att förenkla och förbättra delar av vår lednings(Governance)-struktur och försöka till exempel reducera antalet styrgrupper.

När har du effektiviserat bort dig själv då. Kommer det alltid att behövas en koncernfunktion för operational excellence?

– Det vore en otrolig framgång för Ericsson om Operational Excellence blir en så naturlig del av vårt dagliga arbete att det inte behövs någon speciell koncernfunktion längre. Däremot finns det verksamheter inom den här funktionen som självklart behövs även framöver.

Vill du ställa frågor till Joakim Westh?

Skicka dem till spotlight@ericsson.com senast 7 juli. Ett urval av frågorna besvarar han i en videointervju som kommer att finnas på Inside.

fakta: Joakim Westh

Ålder: 44.

Bor: Arlid i Skåne, men ska flytta till Stockholm.
Utbildning: Civilingenjörsexamen inom flygteknik på KTH. Har även en Master of Science inom aeronautics och astronautics från MIT i Boston.
Familj: Fru och två döttrar, 7 och 11 år, samt en hund av rasen calm terrier.

Födelseort: Strömstad, men har växt upp i Lidköping i Västergötland.

Fritidsintressen: Flygning i alla former. Och när tiden tillåter även dykning, simning och skidåkning.

Gjorde i lördags: Var på hundutställning med familjen.

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



wear resistance

durability

flexibility

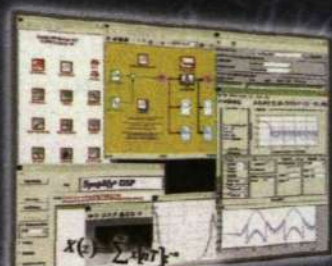
aesthetic

easy assembly

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

**DO YOU WANT HARDWARE
INDEPENDENT DSP DESIGN?**



**THINK
SYNPLIFY® DSP
FROM
SYNPLICITY.**

- DSP synthesis from Simulink®
- User-extensible DSP IP library
- Your choice of FPGA vendor

To learn more about Synplify DSP
go to www.synplivity.com/eric_dsp.html
to download a free white paper.

Synplivity
Simply Better Results



Tundra's family of serial RapidIO® switches – the Tsi568A™ and the Tsi564A™ –
deliver the benefits of:

Configurability
Performance
Power
Cost

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/ericsson4

TUNDRA

Design. Connect. Go.™

**Behöver Du
djup kunskap?**



3G - IMS - SIP - VoIP
IP - IPv6 - WiMAX - WLAN

Se höstens kursutbud på:
www.ip-solutions.se/eritrain/

ip-solutions

Bellmansgatan 30, 118 47 Stockholm
e-mail: info@ip-solutions.se
SIP: info@ip-solutions.se

Tel: +46 (0)8 615 08 60
web IPv4: <http://www.ip-solutions.se>
web IPv6: <http://www.ip-solutions.se>

ericsson runt

redaktör: gunilla tamm



För att få arbeta som växeltelefonist i Ericssons växel i Warszawa på 1920-talet måste man vara ung, söt och ogift. Flickan till höger på bilden heter Wladyslawa Helena Bors och bilden kommer från hennes släktingar. Flickan till vänster är en arbetskamrat.

Vackra flickor vid växelbordet

Ericsson har en lång historia i Polen och firar i år 100-årsjubileum. Den första Ericsson-växeln fanns i Warszawa men eftersom den förstördes under andra världskriget finns inte så mycket historiskt material kvar.

Inför jubiléet fick Anna Fogler på Ericsson i Polen i uppdrag att bland annat försöka leta fram gamla bilder.

I samband med det fick hon kontakt med två äldre kvinnor som båda hade besökt sina mammors arbetsplats – Ericssons första växel i Warszawa.

De kunde berätta att det ställdes stora krav på de flickor som skulle arbeta som växeltelefonister. Endast de som var unga, vackra, ogifta och med god vandel blev anställda och det var status att arbeta på Ericsson.

När arbetsdagen för växelflickorna var slut vid 16-tiden stod det alltid unga män utanför och väntade på att få se de söta "Ericsson-flickorna". Att de unga männen hade med sig blommor och choklad var inte ovanligt. Men nåde den flicka som flirtade med någon av pojkarna, det kunde innebära att hon förlorade ett bra jobb.

Ericsson tog väl hand om sina växeltelefonister och ordnade utflykter och gav dem semester. •



Foto: Lars Cederquist

Peter Andén, årets teknolog 2004.

Årets teknolog

Peter Andén har av Ericsson utsetts till årets teknolog 2004. Det är en utmärkelse, som kräver en hel del av studenten. Det räcker inte med att man är en framstående teknolog med inriktning på telekom, man måste ha ett brett register och även kunna dokumentera ledaregenskaper.

Peter Andén uppfyller kraven. Han är snart klar med sin teknologutbildning på KTH och han har hunnit halvvägs i sin utbildning på Handelshögskolan. Han har dessutom ett rikt liv utanför studierna. Driver till exempel några egna företag och projekt, är aktiv i studentkåren, arbetar som fadder åt andra teknologer, som kursassistent med mera.

"När jag för ett par år sen träffade 2002 års teknolog stimulerades jag att själv kandidera"

Peter döljer inte att han gärna skulle arbeta på Ericsson. Och han har nu precis kommit igång med sitt examensarbete, som är på Ericsson, inom det heta området IMS (IP Multimedia System) och Instant Messaging, en av de första IMS-tillämpningarna.

– Det kommer att bli mycket spännande att få lära sig IMS, som är ett system som verkar ha en otrolig potential.

– Utmärkelsen betyder mycket för mig, säger Peter. När jag för ett par år sen träffade 2002 års teknolog stimulerades jag att själv kandidera. En del av priset är att jag i höst kommer att få besöka Ericssons utvecklingscenter i Shanghai. •

Lars Cederquist

Kolmården lockade många

Första lördagen i juni kunde Kolmårdens djurpark räkna in 2 000 personer med anknytning till Ericsson. Förutom i egna bilar kom besökarna i 19 bussar från Stockholm, Nynäshamn, Gävle, Kumla, Borås, Göteborg, Falun och Karlskrona. Under dagen, som började med regn i luften men slutade med solen, fick besökarna bland annat bekanta sig med några av 300 djurungar som varje år föds i djurparken.

Det var sextonde året i rad som Fritidskommittén vid Ericsson ordnade en familjedag på Kolmårdens djurpark.



Kolmårdens djurpark är alltid ett populärt utflyktsmål så även för Ericsson-medarbetare.

Foto: Roine Magnusson/Kolmården

ur arkivet



Nog ser de ut som cirkusartister men det är linjearbetare på ett telefonnät i Argentina. Året är 1969.

"Nordens största Peugeot-anläggning"

Gladare sommar!



Peugeot 206 1,4 75 hk.

Nu från 104.900kr

Peugeot 206 har valts till "årets bästa småbil" i tidningen auto motor & sport sju år i rad! Några av skälen är bilens design, körglädje och säkerhet. Dessutom har 206 en svårslagen ekonomi och Sveriges bästa andrahandsvärde (enligt Expressen Motor 19 mars 2005 och Autodata).

Välj till AC + cd-stereo för endast **2.900 kr**



Peugeot 307 1,6 110 hk.

Nu från 139.900 kr

Peugeot 307 har flera gånger valts till "Bästa köp" i motortidningarna. Komfort, utrymmen och utrustningsnivån är några anledningar. Som standard ingår t ex antisladdsystemet ESP och 6 st krockkuddar. En till anledning är ekonomin; 307 har bl a Sveriges fjärde bästa andrahandsvärde (enligt Aftonbladet Bil nr 7, 2004 och Autodata).

Välj till ACC + cd-stereo för endast **4.900 kr**



Peugeot 407 Sedan 2,2 160 hk.

Nu från 199.900kr

Peugeot 407 har snygga former med komfort och körupplevelse därefter. Som standard ingår bl a 2-zons ACC, cd-stereo, antisladdsystemet ESP, ABS-bromsar, 7 krockkuddar och högsta krocktestbetyg från Euro-NCAP.

Välj till Sportpaket 1 för 2.900 kr: Halvläderklädsel, läderklädd sportratt, dekorpaneler av kromtyp och sportfälg Cosmos 17-tum.

Välj till Sportpaket 2 för 9.900 kr: Sportpaket 1 plus electrochromebackspegel, parkeringsradar, JBL-ljudanläggning och larm.

Erbjudandet gäller endast bilar i lager och kan ej kombineras med andra avtal eller erbjudanden från Peugeot. **Försäkring:** Från 95 kr/mån i 6 mån, därefter individuell premiesättning. **Miljöklass:** 2005. **Bränsledeklaration:** 6,3-9,4 l/100 km vid blandad körning. CO₂: 149-224 g/km (206 1,4-407 2,2 auto).



Peugeot Kista

Haukadalsgatan 3, 164 40 KISTA

Telefon: 08-50 52 86 00

www.peugeotkista.se

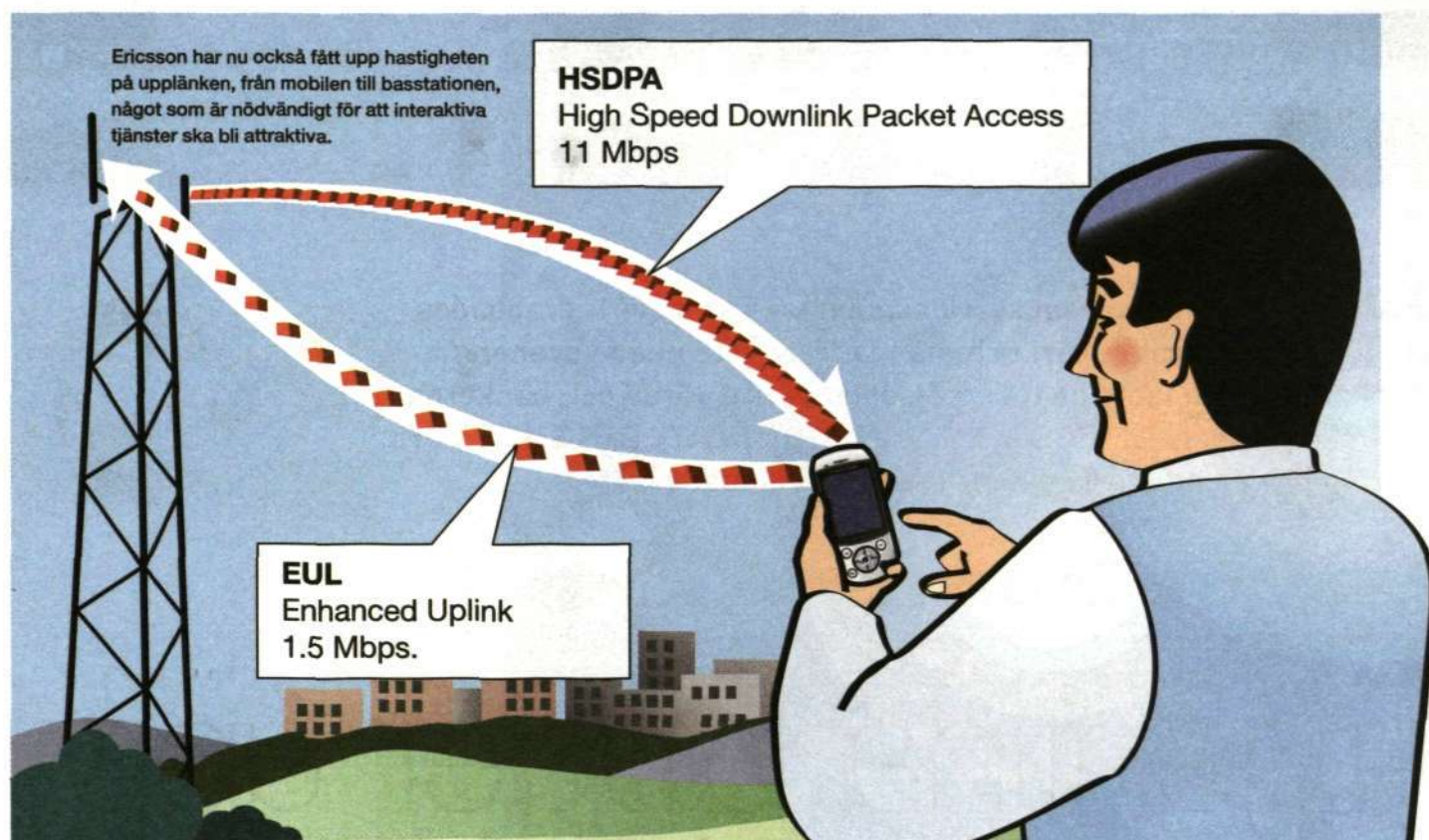
Öppet hela sommaren

Försäljning personbilar:

Vardagar 09.00-19.00 • Helger 11.00-16.00

Transportbilsförsäljning: Vardagar 08.00-17.00

Verkstad: Vardagar 07.00-18.00



WCDMA förbättras upp och ner

Den ledande 3G-standarden WCDMA förbättras nu steg för steg. Först var det nerlänken, från basstationen till terminalen, och nu har även upplänken fått ett rejält lyft.

För att "mobilt bredband" ska bli verklighet och attraktivt för användarna krävs att tekniken, till en låg kostnad, kan erbjuda samma höga överföringshastigheter och samma korta fördröjningar som fasta nätet. Först då blir det njutbart att till exempel använda e-post och skicka bilder, ha videokonferenser över mobilen, att spela spel, och surfa på nätet. Var som helst, när som helst. WCDMA kan redan erbjuda prestanda fullt jämförbar med ADSL.

En förkortning som lanserats det senaste året är HSDPA, High Speed Downlink Packet Access. Downlink är nerlänken från basstationen till mobilen/terminalen. Ett naturligt komplement till HSDPA, där Ericsson vid flera tillfällen har visat upp hastigheter på över 11 Mbps, är att även höja kapaciteten på länken från mobilen till basstationen så kallad Enhanced Uplink (EUL), eller HSUPA, High Speed Uplink Packet Access. Ericsson och 3 Scandinavia gick i början av maj ut med en pressrelease om att man demonstrerat 1,5Mbps på upplänken i ett riktigt WCDMA-nät.

Även om man oftare vill ladda ner tunga filer än sända dem genererar mail och bilder liksom videokonferenser och spel mycket trafik i upplänken. Och för att få ut full effekt av nerlänken behöver även upplänken vara snabb och ha minimala fördröjningar.

– HSDPA/EUL bygger på avancerad teknik där datatakten och valet av aktuell användare anpassas



Foto: Lars Cederquist

Christophe Milard och Markus Ringström i upplänkprojektet visar Ericssons demo-bil där man ger kunderna smakprov på till exempel mail, strömmande video och webbsurfing. Grafer visar bland annat datatakt och felprocent samt hur High Speed-kanalerna anpassar sig till de varierande radioförhållandena.

till de aktuella radioförhållandena på millisekunds-basis, säger Gunnar Bergqvist, projektledare för testbäddprojektet. Avsikten är att använda den utsända effekten optimalt och föra över mesta möjliga datamängd med minsta möjliga energi. Som jämförelse, kan WCDMA evolved tillhandahålla upp till fyra

gånger mer trafik per cell jämfört med den första WCDMA-releasen, Release99.

En av de tekniska nyckelfrågorna för EUL har varit att få upp hastigheten, vilken nu nått 1,5Mbps, och att korta fördröjningarna. Med HSDPA halverades fördröjningen, jämfört med WCDMA Release99 och med EUL blir fördröjningen ännu kortare.

Tre funktioner har stått i fokus för HSDPA och EUL: hybrid ARQ (Automatic Repeat Request) med mjukkombinering, schemulering och länkadaptation. Mjukkombinering handlar om hur man hanterar ett förvrängt datapaket som måste sändas om. I stället för att slänga det felaktiga paketet behåller man det och kombinerar det med det omsända. Sannolikheten ökar då för att få en korrekt mottagning. Schemulering handlar om att systemet i nerlänk sänder data till den mobil som för tillfället har de bästa radioförhållandena. För upplänken innebär schemuleringen att systemet snabbt anpassar sig till variationer i datatrafiken, men även till radioförhållandena. Detta är även kopplat till länk-adaptionen, som innebär att välja den optimala datatakten. För upplänken styrs valet av datatakt huvudsakligen av mobilens tillgängliga uteffekt.

Nu vidtar demonstrationer och att skicka ut prototyper till operatörerna för testning. Lansering av HSDPA-terminaler beräknas till slutet av 2005 för PC-kort, och våren 2006 för mobiltelefoner. EUL kommer ett år senare. För nätet handlar det mest om mjukvaruuppgöring av basstationerna som tar över en del av RNC:ns (Radio Network Controller) uppgifter, eftersom besluten måste fattas mycket fort. Ericssons portfölj av basstationer är förberedd för WCDMA evolved.

Läs mer på www.ericsson.com/review

När Argentina genomled sin svåra ekonomiska kris 2001, drabbades även telekombranschen hårt och många företag lämnade scenen. Den lokala valutan tappade två tredjedelar av sitt värde och bankerna frös sina tillgångar. **Ericsson höll ut genom hela krisen** och är nu på väg att återfå sin forna styrka i landet.

Argentina bjuder upp till en ljusare framtid

Eduardo Griffa är ansvarig för kundlösningar och strategisk marknadsföring på Ericsson i Argentina och han har lärt sig att inte uttala sig för tvärsäkert om framtiden. Han har genomlevt många kriser, både i politiken och i telekombranschen. Trots det vågar han tro på en positiv framtid för mobiltelefonbranschen i Argentina. Förra året växte marknaden med hela 68 procent och även om Eduardo Griffa inte tror på liknande tillväxtnivåer under de närmaste åren, så vågar han ändå tro att landet ska kunna komma upp i penetrationstal i nivå med grannlandet Chile, där över 60 procent av befolkningen har tillgång till mobiltelefon.



Eduardo Griffa

Telekommarknaden i Argentina drabbades hårt av krisen 2001, men det var också den bransch som var snabbast att återhämta sig. Om man jämför med Chile som visserligen varit mer ekonomiskt stabilt än Argentina, så skiljer sig de sociala parametrarna inte nämnvärt i de två länderna. Argentina ligger fortfarande efter när det gäller ekonomin, men har fördelen av att vara väldigt urbaniserat, med en modern befolkning, säger Eduardo Griffa.

Även om Argentina håller på att resa sig ur den ekonomiska krisen, så är fortfarande behovet av lågprisbilar stort, om bilmärken ska kunna ta fart. – Mobilmarknaden handlar inte om näten, i slutändan är det telefonerna som är avgörande och vilka tjänster operatörerna kan erbjuda sina kunder. Folket i Argentina tjänar pengar i peso och inte i starka valutor som dollar eller euro. Det gör GSM till den givna standarden, med tanke på det stora utbudet av billiga tilltalande telefoner, säger Eduardo Griffa.

De senaste åren har inneburit en explosionsartad ökning när det gäller innehåll och applikationer. Cirka 4 procent av operatörernas intäkter förra året kom från tjänster så som sms, nedladdning av ring-sig-naler, chatttrafik och porr. Visst, det handlar inte om några stora pengar ännu, särskilt om man jämför med till exempel europeiska operatörer. Men med tanke på att siffran för tjänster på bara ett år gick från 0 till 4 procent av den totala intäkten, är det stort.

– Inte ens i Europa eller Nordamerika har man sett den typen av ökning, där tog utvecklingen mycket längre tid, förklarar Eduardo Griffa.

Befintliga standarder i Argentina idag är GSM, CDMA, TDMA och IDEN (en patentskyddad standard som ägs av det amerikanska företaget NexTel). Med tanke på att Argentina är ett så stort land, kommer det att ta lång tid och höga investeringskostnader för den teknik som vill komma upp i samma täckningsgrad som TDMA har idag. Ändå tror man på Ericsson att GSM kommer att växa med över 60 procent det närmaste året, från dagens 2 miljoner abonnenter till 3,5 miljoner.

– Ericsson var den största spelaren på nätsidan på den tiden när fyra leverantörer bara hade TDMA och

CDMA. Nu sedan GSM har tillkommit, har vi fortsatt att vara starka. Av tre operatörer så har en, Telefonica, köpt hela sitt nät av oss. Vi har även en stor del av Telecom Personal-kontot. De här näten måste fortfarande växa för att nå samma täckningsgrad som TDMA och vi är övertygade om att vi kommer vara en nyckelspelare i den processen, säger Osvaldo Aldao, datanätansvarig på Ericsson i Argentina.



Osvaldo Aldao

Telecom Personal är en lokal operatör som delägs av TIM och Argentinska Wertheim Group. Detta är en mycket viktig kund för Ericsson i Argentina och samarbetet har pågått i mer än tio år.

– Vi har haft en nära relation till det här företaget sen de startade sin verksamhet, berättar José Luis Plasenzotti, kundansvarig för Telecom Personal.



José Luis Plasenzotti

fakta: argentina

Invånare: 39 miljoner

Marknadstillväxt från 2003 till 2004: 69 procent

GSM-abbonenter i december 2003: 86 000

GSM-abbonenter i januari 2005: 2 miljoner

(Källa: EMC World Cellular Database)

Nya terminaler har lett till en explosionsartad ökning av GSM-abbonenter. I samband med den ekonomiska kraschen 2001 la alla operatörer sina investeringar på is och det gick inte att köpa nya terminaler. Det ändrades helt i och med att GSM introducerades.

Nu verkar det som om GSM-telefoner törstar efter ny teknik.

Den mest utbredda mobiltelestandarden i Argentina är fortfarande TDMA men med över 25 miljoner potentiella abonnenter, finns det stora möjligheter för GSM att växa. Även med en realistisk penetration på 50 till 60 procent av befolkningen, är tillväxtpotentialen över 10 miljoner människor. Nästan alla av dessa kommer att välja GSM eftersom det är på det systemet som operatörerna satsar sina investeringar.

– Ericsson har en väldigt stark relation med Telecom Personal, baserad på ömsesidigt förtroende. Vi har delat mycket genom åren och även gått igenom tuffa tider tillsammans, säger han.

Guillermo Rivaben, som är ansvarig för marknadsföring och strategisk planering på Telecom Personal, bekräftar den goda relationen med Ericsson.

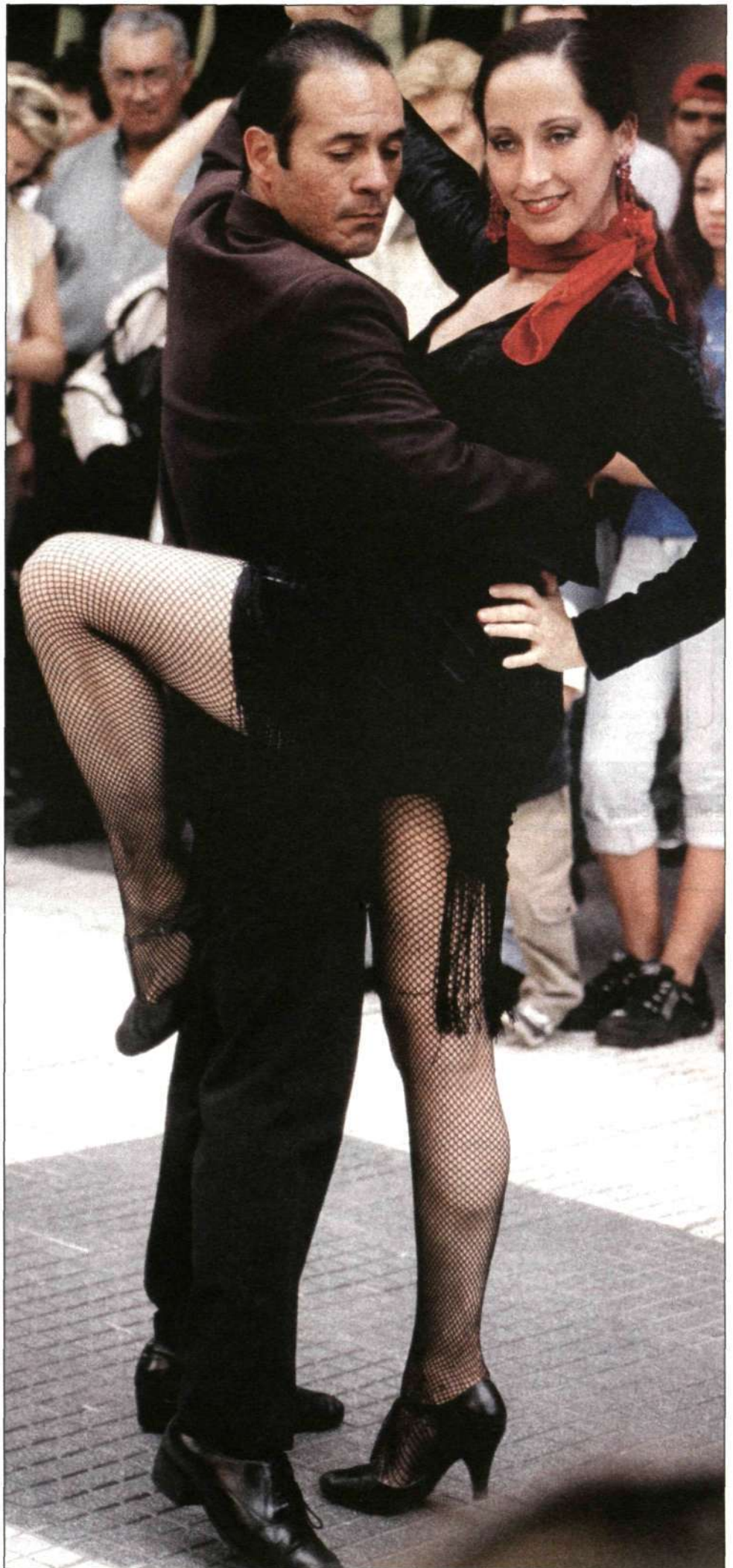


Guillermo Rivaben

– När vi beslutade oss för att utforska GSM-tekniken, för fyra år sedan, fick vi väldigt bra hjälp från Ericsson. Mindre än en månad efter det att vi hade fått upp vårt GSM-nät, kom den ekonomiska krisen i december 2001. Den kommersiella lanseringen av nätet försenades därför. Ingen visste riktigt vad som skulle hända i landet, men när vi äntligen kunde lansera vårt GSM-nät två år senare var Ericsson där och stöttade oss, berättar Rivaben.

– Den här sortens ömsesidigt förtroende är nyckeln till en fungerande arbetsrelation. När Personal byggde ut TDMA under 1990-talet, var det det första TDMA-nätet i landet. Vi var även först med GSM. Så det lokala Ericssonsteamet och vår personal på Personal stod inför en rejäl utmaning.

– Det är alltid lättare att ta i drift sådan teknik som funnits på marknaden under en tid men vi var tvungna att börja från början. På den här marknaden tillhör varje dag framtiden. Vi har överträffat våra förväntningar vad gäller marknadstillväxt både när det gäller kvantitet, innovationer och tekniska möjligheter. Vi har fokuserat på våra marginaler och våra mest värdefulla kunder och samtidigt ökat kundkretsen med företag. Ericsson är en av våra huvudleverantörer av GSM-utrustning och spelar därför en viktig roll när det gäller att leverera de produkter och tjänster som vi behöver för att fortsätta att växa och ha inflytande över det ökande marknadsvärdet. •





Så här ser banan ut för båtarna i Volvo Ocean Race. Vid varje stopp bjuder Ericsson till fest för kunder, anställda och media.

En mässa i var hamn

Volvo Ocean Race har flera stopp. Varje gång blir det som en 3GSM-mässa för Ericssons kunder.

Ericsson har högt ställda försäljningsmål. När säljchef Bert Nordberg säger att Volvo Ocean Race är "det bästa stödet jag kan tänka mig för att öka försäljningen" är det i det sammanhanget satsningen ska ses, som den enskilt största aktiviteten på vägen mot att nå målen.

Volvo Ocean Race är för seglingen vad Formel 1 är för motorsport eller Wimbledon för tennis, men för Ericsson är tävlingen mer än så – det är en stor mässa som CTIA, CommunicAsia eller 3GSM World Congress som seglar jorden runt.

Vid samtliga tävlingsstopp, (du ser dem i faktarutan ovan) byggs små städer upp där alla deltagande båtar och sponsrande företag finns på plats. Här kommer Ericsson 300 kvadratmeter stora båtliknande paviljong i två plan finns, till vilken kunder bjuds in för skraddarsydda seminarier.

I paviljongen kommer ett Experience Center finnas, där operatörer får se hur Ericssons lösningar kan ge mer trafik och öka deras intäkter. En viktig del i detta är Ericssons kunskap om vad konsumenterna och företagsanvändarna är intresserade av. I Experience Center kan Ericsson demonstrera all teknik företaget har att erbjuda, till exempel HSDPA och IMS. Där

kommer även lösningar från Sony Ericsson och Sony att finnas, för att illustrera vad Ericsson menar med helhetslösningar. Precis som under en mässa, med skillnaden att istället för att kunden kommer till mässan, kommer mässan till kunden.

– Idén är att kundansvariga verkligen kan ta sig tid för kunden genom att sätta samman ett arrangemang av väl valda presentationer, sitta ned och prata om kundens affärer, visa demonstrationer och applikationer, ordna så att de får träffa Ericssons företagsledning och avsluta dagen med en trevlig aktivitet, som en middag, en segeltur eller en kombination av båda. Allting upplevs i segelvärldens speciella atmosfär, säger Behdad Banian, centralt ansvarig för projektets marknadsföring.

Kunderna kan själva välja vilket stopp de vill närvara vid, men naturligt är att de marknadsenheter som har ett " eget " stopp bjuder in sina kunder. Ett sådant ställe är det första stoppet, Kapstaden i Sydafrika, där Göran Söderholm, affärsutvecklingschef på Ericssons globala kundkonto för MTN, håller i planeringen. Han hoppas locka de sex största kunderna i södra

Afrika, sedan kan naturligtvis kunder från andra delar av världen tillkomma.

– För oss är det viktigt att vi skapar något som kunderna uppskattar och pratar länge om. Skapar vi minnen som lever kvar så kommer de även i framtiden lyssna på det affärsmässiga i det vi har att säga. Vi hade en julfest för nästan tio år sedan som kunderna tar upp än i dag när vi träffas, kan vi göra något liknande med Volvo Ocean Race är jag nöjd. Det här är en kalasmöjlighet att ytterligare förbättra våra redan goda kundkontakter, säger Göran Söderholm.

Det andra stoppet är i australiska storstaden Melbourne. Stephanie Huf, ansvarig för Public Affairs på Ericsson i Australien och NZA, berättar att de räknar med hundratals personer från kunderna inom ANZA under stoppet. Med Volvo Ocean Race-aktiviteter under hela tävlingsperioden, kommer dessutom många fler kunder engageras.

– Det finns redan stort intresse av att få komma från många operatörer i Asien och Oceanien, plus från några i Europa. Tävligen ger också våra lokala kunder en unik möjlighet att träffa Ericssons ledning, säger hon och nämner rundabordssamtal mellan utvalda vd:ar och olika sorts kundseminarier bland de affärsaktiviteter som just nu planeras.

– Volvo Ocean Race ger oss också bra möjligheter att genom PR nå ut till nya grupper om Ericssons verksamhet, till exempel potentiella kunder, samarbetspartners och framtida anställda, säger Stephanie Huf. •

Vi får airbags att tala, döva att prata i mobilen och bowlingbanor att flyga.

Sånt man förväntar sig av ett design- och utvecklingsföretag med andra ord.

På vår hemsida www.semcon.se hittar du mer om vad vi har gjort för Autoliv, Ericsson Mobile Media Gateway och nya Airbus 380. Där får du också inspiration kring hur vi tillsammans kan klara alla design- och utvecklingsutmaningar som ligger framför oss. Vi hörs på telefon!

SEMCON

Kundevent de luxe

Med Mobile Broadband Roadshow visar Ericsson att **snacket om tekniskt ledarskap också är 100 procent verkstad**. Just nu åker ett gäng runt och visar tekniken bakom mobilt bredband – HSDPA – live. Häng med på telekomvärldens häftigaste kundevent.

Registreringsskylten på Mercedesen som rullar in vid huvudingången till Ericsson Spaniens huvudkontor i Madrid säger egentligen allt. HSDPA står det kort och gott, och kunderna från Telefónica Móviles som kliver ur har precis fått se vad telekomvärldens hetaste teknik faktiskt gör – i verkligheten.

Det är Ericssons Mobile Broadband Roadshow som är i stan för att visa att det svenska företaget gör det som alla pratar om. När Ericsson presenterade en live demo av HSDPA med en datahastighet på 11 Mbps under GSM-mässan i Cannes i våras gav det

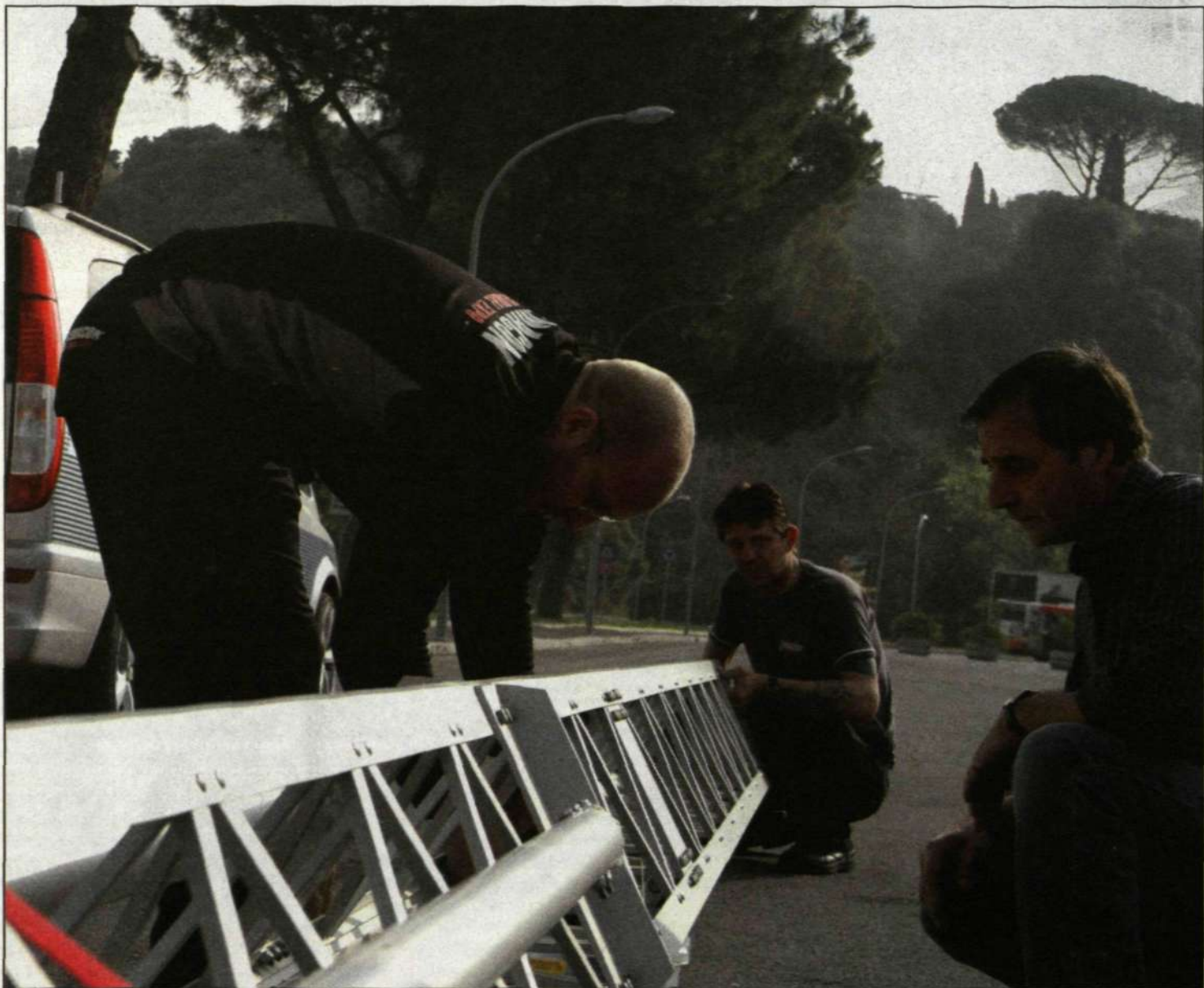
stort eko – touren Mobile Broadband Roadshow tar Cannes till Madrid, Rom, London, Paris och Wien fram till i höst. Sedan blir det en fortsättning i Central-europa, berättar Andrei Dulski på affärsenheten Access och ansvarig för touren.

– Vi gör det här för att hjälpa marknadsenheterna att öka försäljningen, säger han.

Showen är ett sätt att komma kunderna nära och presentera hur Ericsson ser på de goda affärsmöjligheterna med mobilt bredband. Det sker genom att en kund bjuds in, får uppleva en tre timmar lång in-

teraktiv show, för att sedan åka Mercedes runt staden och se mobilt bredband i aktion genom WCDMA och HSDPA, teknikerna som gör det möjligt.

– Det här är ett bra sätt att möta kunderna. När en spansk kund får komma till Ericssons spanska kontor, gå in i en studio där, se en specialgjord show bara för dem och sedan uppleva den splitternya tekniken live, så ger det en signal till kunden att det här gör vi för dem. Det märks efteråt att de uppskattar det, säger Chiff Welanders, projektledare för den ambulande teknikfesten.



På plats. Så snart gänget som kör Mobile Broadband Roadshow anländer börjar arbetet med att få igång själva systemet, som ryms i en lastbil. Samtidigt byggs på annan plats en studio upp. Det är dit kunderna kommer först för att se en show innan demon. Utanför studion byggs ett kontrollrum upp.

text: jonas blomqvist

foto: andrei dulski och chiff welander



Klart för sändning. Så snart antennen är riktad trimmas nätet i jakten på den ultimata demoturen. Efter två dagars tester är turen spikad in i minsta detalj och det är tid för repetition av hela programmet inför landspremiären av Mobile Broadband Roadshow.



Välkomna! Moderatorm Beatrice Vestberg från affärsenheten Access är den första som möter kunderna i den ericssonblå studion. Med olika ljussättningar, film på storbilds-tv och andra effekter lotsar hon kunderna igenom den tre timmar långa showen. Kundgrupperna är normalt 15-25 personer och två hinns med på en dag. Vestberg har tillsammans med talarna lagt upp presentationerna efter den specifika kunden. Ett viktigt inslag under showen är interaktivitet.



Allt tekniskt sköts av fyra man i kontrollrummet. De kommer från företaget Jemacon Global Expo, som med sin slogan "It's not a job, it's an adventure" lyckats fånga vad hela Mobile Broadband Roadshow handlar om.

Demodags. Efter att ha hört Ericssons syn på mobilt bredband är det dags att se det i verkligheten. Mercedesen står framkörd och kunderna ska snart iväg för att uppleva HSDPA, WCDMA, surfande, streamad video, 11 Mbps, bild och musik.

Inne i systemet jobbar tekniker (ovan) som har kontakt med Chiff Welander som sköter tekniken i bilen. Själva demon sköter någon från marknadsenheten, därifrån kommer även chauffören. Bilen tar fem kunder åt gången, vilket gör att med två kundgrupper på en dag å 15-25 personer blir det drygt tio turer, där varje tur tar 30 minuter. Det blir en del åka av under de fem till tio dagar som showen är i en stad...



Bra respons. Efter att showen besökt Rom sa Cesare Avenia, chef för marknadsenheten i Italien: "Det här var ett bra sätt för oss att ytterligare stärka vår position på en så mogen marknad som Italien. Mobile Broadband Roadshow skapade stort intresse från våra kunder, och flera av dem ringde dagen efter att de sett showen och demon för att fråga oss mer om vårt erbjudande. Dessutom fick vi mycket extern uppmärksamhet genom mediavisningen."

Slutet gott, allting gott. Efter att ha städat upp är det bara att fara hem. Om några veckor får en ny stad besök.



sedan sist

Fyra nya från Sony Ericsson

J210, K608, Z520 och S600. Nej, det är inte beteckningar på robotar i Star Wars utan namnen på de senaste mobiltelefonerna från Sony Ericsson. En enkel, en mer teknisk, en trendig och en för som är perfekt spel. Telefonerna planeras att släppas till butikerna i slutet av 2005.

Sony Ericsson J210 är en uppföljare till den framgångsrika J200. Liksom J200 hyllar den nya modellen enkelheten. Med sin stora knappats och joystick är J210 praktisk och riktar sig till den breda massan som inte frågar efter så mycket tekniska funktioner. Den är utmärkt för sms och mms, men är inte utrustad med kamera.

J210 är planerad att börja säljas under det tredje kvartalet 2005.



Sony Ericsson K608 är en 3G-telefon och innehåller en rad tekniska finesser för affärsanvändaren. Bland annat går K608 att synka med PC via USB eller Bluetooth. Mobiltelefonen stöder alla stora operatörers 3G-erbjudande och är utrustad med bland annat radio och kan spela upp musikfiler. Sony Ericsson meddelar att den internationella Operatören 3 är en av de första kunderna till K608.



Sony Ericsson Z520 riktar sig till en modemedveten publik. Z520 har en "clam shell" design och en ljus-slinga som går längs med kanten på telefonen. Ljuset blinkar när någon ringer och kan ställas in på åtta olika ljuskombinationer. Den har dessutom två skärmar en utanpå skalet och en som sitter på insidan. Den har även kamera och är utrustad med fyra band vilket gör den användbar i stort sett över hela världen.



Sony Ericsson S600 är speltelefon nummer ett, riktad enbart till en yngre publik. S600 har en avancerad kamera på 1,3 megapixel som klarar av att spela in videoklipp. Dessutom ingår stereohögtalare med "mega bass" och "stereo widening". Skärmen är anpassad så att det går att titta på video och spela spel både vertikalt och horisontalt.



IPTV i täten för satsning på Nordamerika

IPTV och strömmande (streaming) tv till mobiltelefoner var de hetaste nyheterna på årets Supercomm-mässa i Chicago. Ericssons live-demonstrationer av dessa båda tekniker väckte mycket uppmärksamhet.

Supercomm, som ägde rum den 6-9 juni, är en av de största årliga mässorna för tjänsteleverantörer och privata nät-operatörer.

Ericsson är nu åter representerat på Supercomm, vilket beror på att företaget vill öka sin trovärdighet som fastnät-leverantör i Nordamerika.

– Vårt främsta mål var att kommunicera till den nordamerikanska marknaden att Ericsson har en

omfattande portfölj inom fasta nät och att vi har en stor installerad bas på andra marknader, säger Sophia Skaggs, ansvarig för marknadskommunikation i USA.

Ericsson fokuserade på tre marknadsbudskap: Broadband Everywhere, Media at Hand och Mobilizing the Enterprise.

På mässan visade Ericsson bland annat sin Ethernet DSL access-lösning (EDA), som möjliggör



IPTV. Med hjälp av IPTV kan man distribuera videoinnehåll och tv-program över bredbandsnät med Ethernet- och IP-protokollen.

Företaget demonstrerade också whiteboard-applikationen weShare över IMS och strömmande tv till UMTS-mobiltelefoner.

Nya GSM-kontrakt i Indien

Idea Cellular, en av Indiens ledande GSM-operatörer, har valt Ericsson som leverantör till två nya GSM-nät.

Kontraktet inkluderar leverans av utrustning för kärn- och radioaccessnät, annan infrastruktur samt utrustnings- och supporttjänster. Utrullningen kommer att ske i två stater: Himachal i norr och Rajasthan i nordväst.

Ericsson är exklusiv leverantör till Idea för dessa två nät. Utrullningen har redan börjat och kommer att avslutas i slutet av juni. Avtalet stärker ytterligare Ericssons relation med Idea och är en bekräftelse på det långa partnerskapet mellan företagen.

– Vi är glada och hedrade att Idea Cellular har valt Ericsson som leverantör av de nya GSM-näten. Ericsson har tagit sig till handhållna produkter och tjänster av hög kvalitet för att hjälpa Idea att leverera innovativa GSM-tjänster på den här snabbväxande marknaden, säger Jan Campbell på marknadsenheten Indien & Sri Lanka.



Jan Campbell

Mobildataportföljen förbättras

Ericsson har kommit över det spanska företaget NetSpiras Networks, ett företag med specialistkompetens inom debitering. Det är en affär som ytterligare stärker Ericssons erbjudande inom mobildata. Affären gör att Ericsson kan lägga NetSpiras flaggskepp Enhanced Control Solution (ECS) till sitt mobildatapakete. ECS gör möjligt för trådlösa operatörer att erbjuda effektiva debiteringstjänster för JAVA, nätaccess och MMS, och används redan av operatörer runt om i världen.

Björn Olsson, chef för affärsenheten Systems, säger att Ericsson nu ska utöka sina mobilnät-erbjudanden med NetSpiras teknik.

– Innehålls- och händelsebaserad debitering i nätet efterfrågas av ett växande antal av våra kunder i och med att det möjliggör för operatörer att anpassa sina debiteringar och tjänster för att maximera avkastningen utan egna ökade kostnader, säger han.

NetSpiras ECS kommer integreras i Ericssons GGSN, det vill säga supportmoden som stöder pakettrafiken i mobilnätet.

Ny BU-chef för Enterprise

Väntan på Mats Dahlins efterträdare som chef för Enterprise är över. Urban Gillström börjar den 1 augusti.

Han återvänder till Ericsson för den viktiga posten som ansvarig för den fräskaste affärsenheten, Enterprise. I dag är Gillström chef för Sony Ericssons verksamhet i USA.

Han är annars ett välbekant namn inom Ericsson. Efter att ha inlett karriären på företaget 1993 har han innehaft en rad positioner.

Under tiden på Sony Ericsson lyckades han på en ytterst konkurrenssatt marknad börja utöka affärerna med jätteoperatören Cingular-AT&T. Gillström beskrivs som en säljorienterad chef som är van vid kundrelationer. Sony Ericsson-tiden har gett honom värdefull erfarenhet av att se till slutanvändaren, vilket är en nyckel för att lyckas på företagsmarknaden.



Urban Gillström

Foto: Pressen Bild



Med Ericssons system GSM on Aircraft är det för första gången möjligt att använda mobiltelefonen under flygning utan att det medför säkerhetsrisker.

Ny GSM lösning rena lyftet för flyplanstrafiken

Det som många väntat på i årtal ser ut att förverkligas med hjälp av Ericssons nya GSM-system. GSM on Aircraft gör det möjligt för passagerare ombord på flygplan att använda sina mobiltelefoner.

Dagens flygpasagerare har länge krävt att få möjlighet att använda sina telefoner under själva flygningen. Först med Ericssons nya GSM-lösning går det att integrera mobiltelefoni med den avancerade teknik som finns ombord på ett modernt flygplan.

– Det är redan idag möjligt att telefonera i ett flygplan men inte genom att använda en mobiltelefon. Människor förväntar sig att kunna använda sina mobiltelefoner, närsomhelst och överallt, säger Ulf Ewaldsson, chef för produktledningen för GSM/RAN i en kommentar till varför Ericsson lanserar GSM on Aircraft system.

Systemet har tagits fram i tätt samarbete med flygindustrin och lever upp till alla de standarder

och säkerhetsföreskrifter som finns runt flygsäkerhet. Ulf Ewaldsson påpekar att passagerarna nu kan sluta oroa sig över om de har stängt av sin mobiltelefon eller inte före start.

En liten basstation placeras ombord på flygplanet och via satellit kommunicerar den med det markbundna nätverket. Passagerare kommer att både kunna ringa vanliga mobiltelefonsamtal och sända textmeddelande utan att det stör andra system ombord.

Det är den globala utbredningen av GSM-standarderna som gör det möjligt för Ericsson att skräddarsy en lösning av den här typen åt flygpasagerare. Tidigare i år lanserade Ericsson ett liknande system för båtpassagerare.

Kapten och navigatör utsedda

Engelsmannen och seglingsveteranen Neal McDonald blir den som leder besättningen ombord på Ericssons båt i kappseglingstävlingen Volvo Ocean Race. Det offentliggjordes på en presskonferens som Ericsson arrangerade i London nyligen. Neal McDonald, har deltagit i Volvo Ocean Race fyra gånger och slutade på en andraplats med båten Assa Abloy senast det begav sig.

En annan veteran i segelkretsar, Steve Hayles, har utsetts till navigatör. Båda var Ericssons förstahandsval i den lilla exklusiva skara av tänkbara

namn som på fanns på förhand. Vilka de resterande besättningsmedlemmarna blir är ännu inte bestämt. Neal McDonald är dock helt på det klara med vilka egenskaper han efterlyser av sin besättning.

–Allra viktigast är hur de fungerar i ett lag. Det är en lång tävling, och största delen av tiden är vi där ute helt själva, därför måste vi fungera som ett lag, säger han.

Förutom en gedigen erfarenhet av segling och teknisk färdighet, efterfrågar Neal McDonald även flexibilitet och humor.

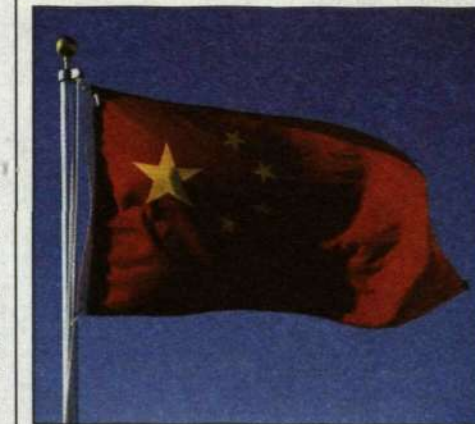
Strategisk positionering i Kina

En starkt allians med Zhongxing Telecom Equipment Corporation (ZTE) är Ericssons senaste drag för att ännu bättre ta plats på den kinesiska mobilmarknaden. När 3G lanseras på världens största marknad är det viktigt att ligga i täten.

Samarbetet innebär att Ericsson kommer att använda den radiobasstation som ZTE har tagit fram, och som följer mobilstandardens TD-SCDMA. Ericsson ska använda radiobasstationen tillsammans med de 3G-nät som bolaget utvecklat enligt standarden WCDMA.

I världen utvecklas olika standarder för de 3G-nät som byggs upp. Av dessa väntas WCDMA, som exempelvis regerar ensamt i Europa, bli den överlägset största. I USA har flera telebolag dock i stället valt standarden CDMA2000, och så finns TD-SCDMA. Den sista är ännu inte alls etablerad, men kommer sannolikt vara den lösning som de kinesiska myndigheterna satsar på. TD-SCDMA har i Kina ett annat frekvensutrymme än WCDMA, och fungerar särskilt väl för Internettrafik.

Ännu är det inte klart med hur 3G-licenserna ska fördelas, och ett tänkbart scenario, enligt Håkan Eriksson, chef för forskning och utveckling på Ericsson, är att det slutar med en licens för vardera standarden samt en licens som bygger på bägge. Detta kan komma att ske någon gång i år.



Ericsson har tagit ett nytt steg för att ta ännu bättre plats på den kinesiska marknaden. Företaget kommer att använda en radiobasstation som ZTE har tagit fram för mobilstandardens TD-SCDMA.



Steve Hayles och Neal McDonald, Ericssons nyckelpersoner för att vinna Volvo Ocean Race.

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

till sist

text: gunilla tamm foto: gunnar ask



I en tidningsartikel för några år sedan berättade Gullan Johansson om sin barndomsvän Greta Garbo. De två flickorna kom att gå helt olika vägar, Greta till filmen och Gullan till LM Ericsson.

Gullan minns Garbo och kabelfabriken

Att ha jobbat 40 år på Ericsson är ganska unikt. Att som barn ha lekt med Greta Garbo likaså. Gullan Johansson, som fyllde 100 år i april, har gjort båda.

Kontakten träffar Gunhild, Gullan, Johansson i hennes lilla lägenhet på äldreboendet Hornskroken på Söder i Stockholm. Bland tavlorna på väggen hänger ett inramat telegram från Carl Gustaf och Silvia med gratulationer på 100-årsdagen.

Det är bara ett år sedan som Gullan flyttade till äldreboendet, innan dess bodde hon hemma och klarade sig själv.

– Jag trivs på Söder och har alltid bott i den här stadsdelen. När jag arbetade på LM Ericssons kabelfabrik i Älvsjö åkte jag buss till jobbet och på somrarna cyklade jag. Då var Älvsjö rena landet, säger hon.

Gullan Johansson började på Ericssons kabelfabrik, allmänt kallad KV, Kabelverket, 1923, då hon var 18 år.

– Jag var väldigt glad när jag fick anställning på LM Ericsson. Det var en trygg arbetsplats. På min

avdelning, som var rätt liten, var vi bara flickor, som arbetade med att tvätta kablar. Det var viktigt att vi höll ordning och reda och att det var rent på golvet. Alla hade arbetsförkläden på sig, berättar hon.

Gullan Johansson minns också att de jobbade på ackord och att det gällde att vara flink i fingrarna och det var hon.

– Men lönen var inte så hög, säger hon och berättar att de tyngre arbetsuppgifterna sköttes av pojkar på en annan avdelning.

Lönen för en kontorist på Ericsson var vid den här tiden 150 kronor i månaden och för en kvinnlig fabriksarbetare lägre.

1930 föddes sonen Sten, och Gullan Johansson slutade på LM Ericsson. Efter fem år som hemmafru började hon på kabelfabriken i Älvsjö igen, men då med lite kortare arbetsdagar.

Gullans man, Erik, arbetade också en tid på fabriken men på en annan avdelning.

1964 hade hon arbetat 30 år på Ericsson och hon var en av de 68 medarbetare som fick guldmedalj det året. Precis som nu hölls den högtidliga guldmedaljfesten i Stadshuset i Stockholm men då var det just en medalj i guld som delades ut.

Att hon stannade så länge på samma arbetsplats tycker hon inte är konstigt.

– Jag trivdes bra, det bästa var kamratskapet, säger hon.

Under åren ändrades arbetsuppgifterna och blev lättare när hon monterade kablar på telefonapparater. Några arbetsskador har hon aldrig känt av.

Gullan Johansson gick i pension 1970. Sex år senare lades kabeltillverkningen i Älvsjö ned.

Hur var det då att vara barndomsvän med en så känd person som Greta Garbo?

– Vi bodde nära varandra här på Söder och lekte ofta tillsammans. Hon var som vilken vanlig unge som helst och ganska busig. Vi brukade leka affär och klä ut oss. Inte kunde jag ana då att hon skulle bli en så känd filmstjärna, säger Gullan Johansson.

Flickorna var kamrater till några år efter att de slutat skolan. Då skiljdes deras vägar, Greta for till USA och kom in vid filmen och Gullan fick jobb på LM Ericssons kabelfabrik.