

KONTAKTEN

TIDNINGEN FÖR MEDARBETARE
INOM ERICSSONKONCERNEN

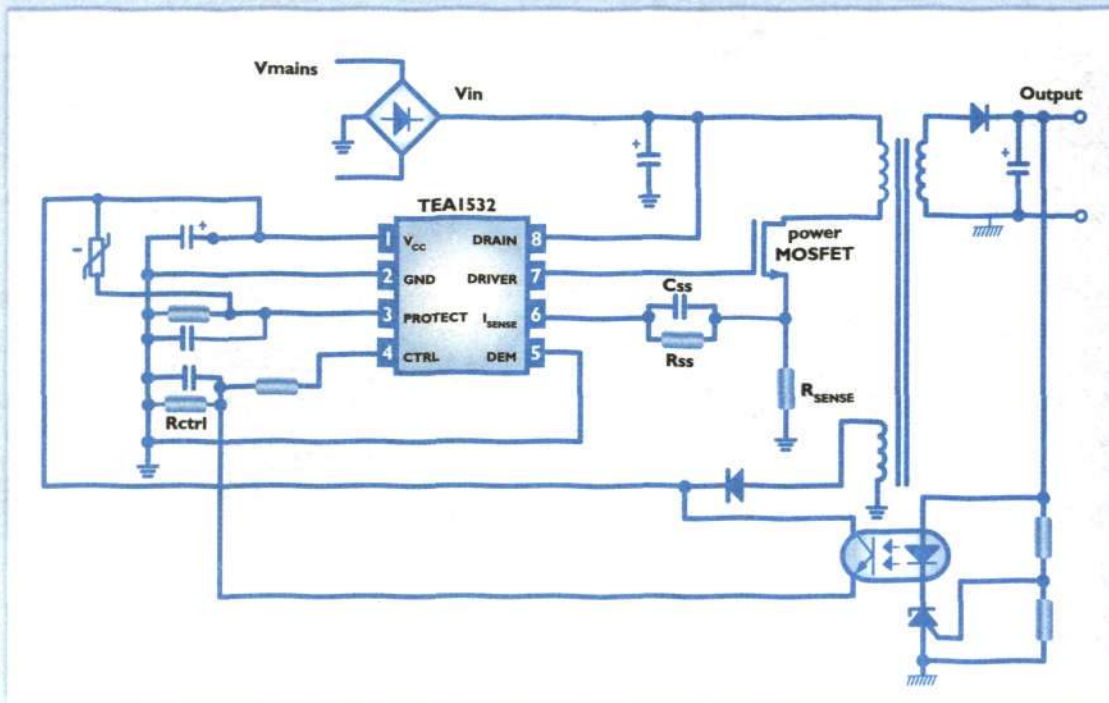
8·2005



**Ledarskapets
olika
ansikten**

5-11

GreenChip II



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

Highly efficient power supplies the cost-effective way.

GreenChip II. Highly integrated and highly efficient power supplies are a primary goal for every application. GreenChip II SMPS controller ICs enable the creation of power supplies that are cheaper for you to design and cheaper for consumers to run. Designed for quasi-resonant flyback converters operating directly from universal mains supplies, they deliver the lowest system currents thanks to a host of "green" features. These features also enable standby power consumption below 1 W — complying to the requirements of all applications. Letting you access these benefits more easily, GreenChip II solutions are supplied in a choice of industry-standard packages, including DIP8, SO8 and SO14. They are ideal for charger, adaptor and any other power supply application up to 250 W. As a leader in power-efficient components, Philips Semiconductors is prepared to be your partner in designing what's next.



PHILIPS
sense and simplicity

www.semiconductors.philips.com/greenchip

KONTAKTEN

chefredaktör

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

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

Johan Kvickström, 08-588 331 56
johan.kvickstrom@citat.se

skribenter i detta nummer

Jonas Blomqvist, 08-588 331 64
jonas.blomqvist@citat.se

Erin Delahunty, 08-588 331 22
erin.delahunty@citat.se

Tomas Eriksson
kontakten@ericsson.com

Peter Gotschalk Jensen
kontakten@ericsson.com

Johan Kvickström, 08-588 331 56
johan.kvickstrom@citat.se

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

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

områdesredaktörer

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

utvecklingsenheterna

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

marknadsenheterna

Hazel Sundqvist, 08-588 331 62
hazel.xx.sundqvist@ericsson.com

layout

Citat, 08-506 108 70

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 ericsson.contact@strd.se if you change addresses while in Sweden, kindly send us your new (and your old) address.

tryck

NA Tryck AB
Örebro, 2005

externa annonser

Display AB, 090-71 15 00

distribution

Strömberg
SE-120 88 Stockholm
tel: 08-449 89 57
fax: 08-449 88 10
ericsson.contact@strd.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



I Detta nummer

special · Ledarskap	5-11
ericssons kunder · Guangdong Mobile	12-13
ericsson runt	15
Effektivitet och framtidstro i Kumla	16-18
Nya möjligheter i Iberia	20-22
Konsumenter är ingen homogen grupp	25-28
sedan sist	30-31
Full fart i Bahrain	32



spalten

Henry Sténson
informationsdirektör
och ansvarig utgivare

Ledarskap är kommunikation

Kulturen övervinner strategin, varje gång. Med den insikten tatuerad på insidan av ögonlocken kommer man lite längre som ledare. Vi måste få kulturen och strategin att samverka, och det är en del av hur vi nu utvecklar hela Ericsson. Om detta handlar Kontakten denna gång.


Det är verkligen komplext att vara ledare när tempot både på jobbet och hemma är så uppskruvat. Med ständig uppkoppling och närhet får man nästan med våld skapa utrymme för eftertanke. Det krävs också disciplin och vilja för att inte glömma bort att ha plats i kalendern för spontant utbyte och kortare möten med sina medarbetare. I den här firman har vi en tendens att glömma just det. Vi blir så lätt fångar i kalendern och bort åker de där små nära kontakterna som vi alla behöver så väl.

Man kan fundera över ledarskap på många olika ledder. För mig är det dock rollen som inspiratör och föredöme som kommer först. Uppvuxen i ett första jobb i det militära fick man inympat begreppet föregångsman. Någon, oavsett kön, som man ser upp till och som visar vägen, i alla fall bildligt. På engelska skulle det nog heta role model tror jag. Jag tycker att det är ett fint begrepp, något jag drömmer om att kunna vara.

Bra ledarskap skapar trygghet och ur trygghet kommer förändring. Genom forskningen vet vi att det finns två ledare i en organisation som är viktigare än alla andra. Det är dessa två som vi vill få information från och som vi vill känna förtroende för. Den viktigaste av de två är närmaste chefen. Av en sån vill vi ha allt det där som gör att arbetsplatsen och den egna insatsen känns rätt och blir rätt. Den andra ledaren som vi måste känna oss trygga med är den högste chefen, den som leder firman. Hans uppgift är till stor del att skapa stolthet och framtidstro – generera energi.

Verktyget för båda dessa ledare är kommunikation. Ledarskap är kommunikation. Allt vi gör och allt vi säger kommunicerar något. Precis som det vi inte säger och inte gör. Det vi kräver av andra, måste vi också kräva av oss själva och visa det i så väl ord som handling.

Svårare än så är det inte. Men det är svårt nog!



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

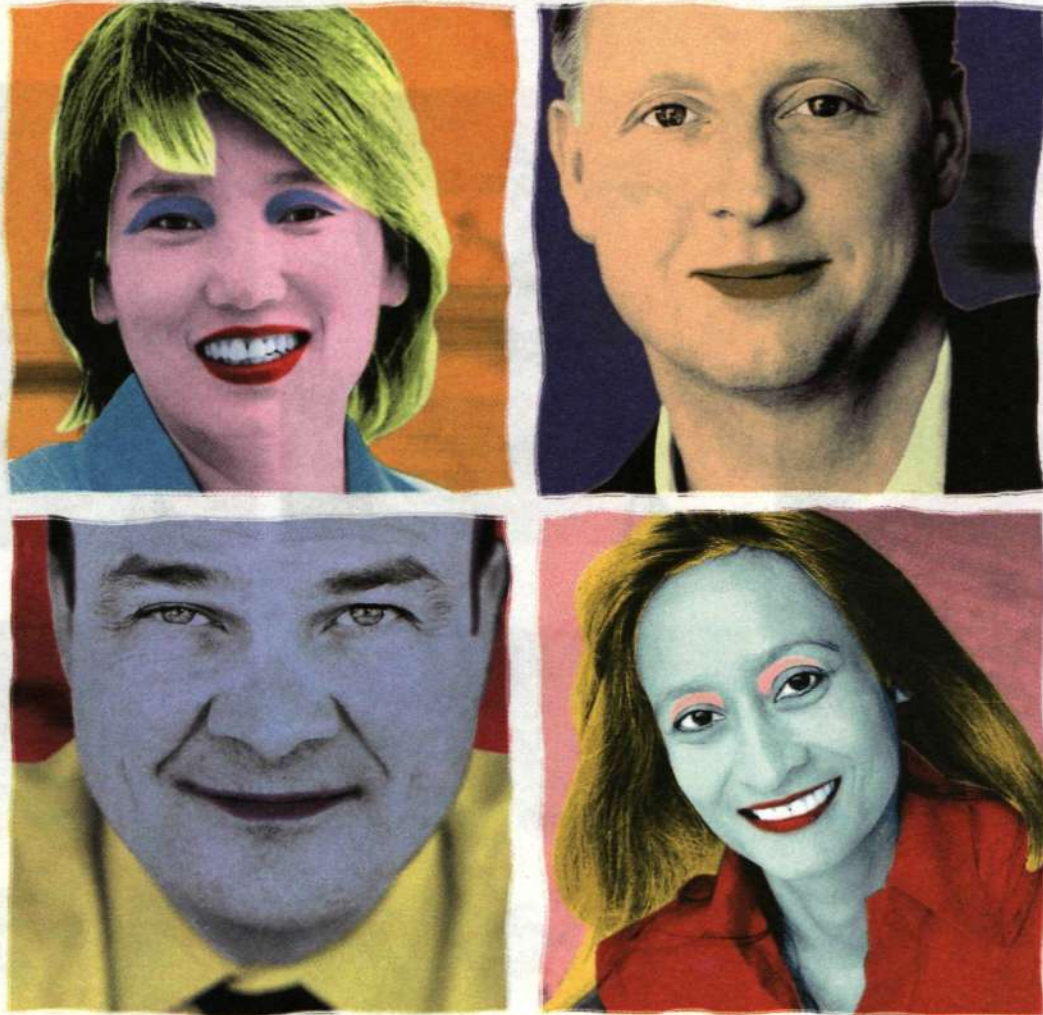
Sånt man förväntar sig av ett design- och utvecklingsföretag med andra ord.

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

special: ledarskap

text: johan kvickström illustrationer: studio kongo



Den svåra
konsten
att vara förebild

Att leda människor. Att leda organisationen. Att se helheten och tänka framåt. Det är de tre hörnstenarna i **Ericssons moderna ledarskap** som nu ska ta praktisk form.





Ericsson är ett kunskapsföretag med väldigt många högt utbildade människor – som ledare måste vi ta ett stort ansvar i att kunna guida dessa. Man kan troligtvis som chef aldrig kommunicera för mycket, det finns ingen risk att man är för tydlig.

Hans Vestberg



>> **Ericsson kan ha alla** supergenomtänkta affärsplaner och strategier i världen, men om inte människorna i organisationen är engagerade och motiverade, om det inte finns väl fungerande arbetssätt och om inte alla strävar mot samma mål är det värt noll, nix, nada. Därför presenterades Our Ways of Working förra året, ett redskap som nu också utvecklats i Our Ways of Leading. Frågar: hur ska ledarskapet fungera inom Ericsson?

Låt oss börja från början.

Ett framgångsrikt företag kräver starkt ledarskap. Men vad betyder det? De flesta skulle nog uttolka den meningen som att ett företags framgångar bygger på en viljestark, karismatisk högste ledare som med järnhand styr i stort och smått. Den sortens ledarskap som genom åren har byggt upp många företag. I dag ser dock verkligheten sådan ut att framgångsreceptet är mer komplex. Charles Darwin påstod aldrig – som vulgärtolkningen menar – att den starkaste överlever, vad han sa var i stället att den bäst anpassade klarar sig.

Hur ska då det tolkas i det här sammanhanget? Jo, att det ledarskap som krävs är det följsamma, situationsanpassade. Den moderna chefen är inte en

auktoritär figur som pekar med hela handen. Den moderna chefen är en kommunikativ ledare med fingertoppskänsla.

Ledarskap är, menar Ingalill Holmberg som forskar vid Handelshögskolan i Stockholm och är chef för The Center for Advanced Studies in Leadership, ett begrepp med många ingångar. Över tiden förändras omvärlden, globaliseringen och IT skapar helt nya förutsättningar – och därigenom möjligheter.

– Ledarskapsrollen, och därmed ledarna i samhället, har förändrats under de senaste tio-femton åren. Nya krav ställs på den som ska vara ledare, hon eller han ska på ett nytt sätt bry sig om sina medarbetare, känna empati och sympati. Emotionell kompetens har blivit ett nyckelord, säger hon.

Viktigt med mer än handlingskraft

Den nya generationen på arbetsmarknaden bär med sig andra värderingar än tidigare generationer gjort, anser Ingalill Holmberg. En tydligare individualism präglar yngre människor i dag, som sätter det egna jaget i centrum.

Det som gäller i dag, menar hon, är ledare som är handlingskraftiga – utan att göra avkall på övriga

nödvändiga kvaliteter så som hörsamhet och förmåga att entusiasmera sina medarbetare. IT-boomen förändrade bilden av ledarskapet något, i och med att entreprenörskapet sattes i fokus. Entreprenören var personifieringen av den nya ekonomin, en människa som kapitaliserade sin kreativitet och sina kunskaper, som genom innovativ förmåga gick sina egna vägar i kunskapssamhället.

– Det var under slutet av 1990-talet nästan fullt att vara en traditionell företagsledare, säger Ingalill Holmberg.

Pär-Anders Pehrson, ansvarig för ledarskapsfrågor på Ericsson, menar att den nya generationen är mycket krävande – mot sig själva, men också gentemot arbetsgivaren.

– Det här ställer krav på våra chefer, till exempel det faktum att många yngre medarbetare som kommer in i organisationen har bra och hög utbildning. Många chefer har underställd personal med väsentligt högre utbildning och större tekniska kunskaper. Det får dels den konsekvensen att



Pär-Anders Pehrson

För en ledare är det viktigt att kunna fatta de svåra besluten, sådana beslut som kan göra människor upprörda eller arga, men som är affärsmässigt lyckade – även om det inte är ofta dessa två aspekter står i motsatsförhållande.

Joyce Ma



chefer måste kunna hantera detta faktum och fokusera på andra delar, dels att våra medarbetare är medvetna om sin höga kompetens och har bra självförtroende. Den gamla lojalitetsandan, det tänkan-det är förbi, säger han.

När man talar med Ericssonchefer så slås man av den globala samstämmigheten i synen på hur ledarskap ska fungera. Oavsett om det är en chef på högsta ledningsnivå eller en nybliven linjeförman, vare sig personen kommer från Kina, Bangladesh eller Sverige, så finns en tydlig enighet om vilka som är de viktigaste egenskaperna hos en chef.

– Man kan troligtvis som chef aldrig kommunicera för mycket, säger Hans Vestberg, vice vd och ansvarig för affärsenheten Global Services.

Han får medhåll från Joyce Ma, personalchef i Kina. – För en chef är kommunikation så viktigt att det aldrig kan vara för mycket, säger hon.

Ett antal ledord och nyckelfraser som präglar dagens ledarskap inom Ericsson kan härledas till koncernchefen Carl-Henric Svanberg och hans ledarskapsfilosofi (se Kontakten nr. 10/2003). Och det faktum att alla chefer, oberoende av geografi och position i organisationen, ger samma beskrivning av

hur en chef ska vara och agera, visar med önskvärd tydlighet att tankarna har fått ordentligt genomslag. Alla lyfter med självklarhet fram förmågan att kommunicera som det kanske viktigaste hos en lyckad chef.

Informerade medarbetare är trygga

Kommunikation har ett värde på alla plan. Medarbetare ska självklart ha tillgång till relevant information för att kunna känna trygghet i arbetet och göra ett så bra jobb som möjligt. Men självklart finns också information som är särskilt viktig.

– Som chef måste man vara noga med att hela tiden förmedla våra strategier, vart vi är på väg, vad som ska hända och varför. Vår strävan att alltid uppnå operational excellence ska präglja jobbet, och det är betydelsefullt att man som chef kan förklara vad det innebär – både i stort och för var och en, säger Pär-Anders Pehrson.

Kurt Jofs, chef för affärsenheten Access, menar att ledarskapets betydelse annars är rätt underskattad.

– Det har självklart stor betydelse för personalens trivsel, sjuktal och och så vidare. Jag tror inte att alla är riktigt medvetna om det.

Han är å sin sida tveksam till att så stora förändringar har skett vad gäller hur ledare fungerar och agerar. Det grundläggande, menar Kurt Jofs, är i stort sett detsamma även om det finns vissa specifika skillnader.

– Bra chefer använder nog ungefär samma ledarskapsteknik i dag som för sju eller tio år sedan.

Att det finns en del grundläggande chefsegenskaper ur ett strategiskt perspektiv påpekas också av Pär-Anders Pehrson:

– Det fundamentala kvarstår. Förmåga till affärsutveckling är den viktigaste egenskapen hos flertalet chefer i bolaget. Och till det behöver vi inte 500 superkarismatiska chefer à la Jack Welch, legendarisk ledare för General Electric.

En annan viktig uppgift för chefer är att se till att alla medarbetare känner samhörighet.

– Bra ledarskap är viktigt för att hålla samman laget genom både bättre och sämre tider. Precis som kaptenen på ett skepp: även ett bra team kan gå vilse om ledarskapet är svagt, säger Rafiah Ibrahim, chef för Ericsson i Bangladesh.

Ingalill Holmberg bekräftar vikten av kommunikativ förmåga hos ledare i ett företag:



Ledarskapets betydelse är rätt underskattad. Självklart har det stor betydelse för personalens trivsel, sjuktal och så vidare.

Kurt Jofs



>> – En modern ledare arbetar på ett helt annat sätt än den gamla klassiska Wallenberg-principen att "verka men inte synas".

Hon anser att det är stor skillnad mellan idealbilden av en ledare och de människor som verkar som chefer.

– Idealbilder kan nästan leva egna liv. Men det viktiga är att de fungerar som symboler för vad bra ledarskap är, säger hon.

– Idealchefen är skicklig på att nå affärsresultat – med motiverade medarbetare och nöjda kunder. Och vägen dit är det vi på Ericsson kallar: Generate energy, Qualify every day och Lead by example, vilket innebär att en ledare ska skapa energi i gruppen, inte leva på gamla meriter och framförallt föregå med gott exempel, säger Pär-Anders Pehrson.

Nya riktlinjer

Den ovanstående, övergripande beskrivningen är grunden för tankarna kring ledarskap, en grund som nu fått en tydlig utveckling. Det som skiljer den nya chefsmodellen från tidigare är fokusering på ledarskap.

– Chefskapet är något som legitimeras uppifrån, utifrån en befattning, ledarskap är något man förtjänar utifrån hur man är och vad man lyckas få andra att åstadkomma, säger Pär-Anders Pehrson.

I fjorton år har Ericsson definierat ledarskap utifrån att fyra chefsroller ska uppfyllas:

- affärschef
- kompetensutvecklare
- team builder
- innovatör.

Det är en modell som, enligt Pär-Anders Pehrson, fungerat bra hela vägen. Dock gör det rådande affärsklimatet att det krävs ett ramverk som är mer samstämt med den ökande hastigheten i förändringar, intensiteten i konkurrensen och pressen att prestera.

De fyra rollerna i ramverket delas från och med nu in i vad som kallas dimensioner. Tanken är att hålla det enkelt.

– Ett ramverk för ledarskap kan vara lika komplicerat och sofistikerat som det obestämda antalet uppgifter och ansvarssituationer som en chef ställs inför. Men i syfte att på bästa sätt kunna locka, rekrytera och utveckla ledare inom Ericsson har vi valt att hålla

oss till tre dimensioner, säger Pär-Anders Pehrson och listar:

- People leadership – att leda människor
- Organizational leadership – att leda organisationen
- Thought leadership – att se helheten och tänka framåt

Den första dimensionen handlar om vad som krävs av en ledare i den direkta kontakten med andra människor, medarbetare, kolleger, de egna cheferna, kunder och människor i partnerbolag. Den andra fokuserar på perspektivet grupp kontra individ, och bygger, kan man säga, på innehållet i den första. Det handlar alltså om att kunna samla alla krafter och resurser tillsammans för att utvinna mesta möjliga: alla individers prestationer är också beroende av andras. Den tredje så, lägger till de två första en mer intellektuell del. Den ska ta ut riktningen, det är det strategiska tänkandet, att samla nummer ett och två mot framtiden.

Ovanstående tre dimensioner kan sedan var och en definieras ytterligare. Varje har i sin tur fyra kompetenser. Dessa är vad Ericssonchefer behöver kunna för att vara effektiva i samtliga av dimensio-

Bra ledarskap är viktigt för att hålla samman laget genom både bättre och sämre tider. Precis som kaptenen på ett skepp: även ett bra team kan gå vilse om ledarskapet är svagt.

Rafiah Ibrahim



nera, och kompetenserna är vidare utvecklade i förklarande beteenden. Vi tar dem i tur och ordning.

People leadership delas in i "Lead by example", "Generate energy", "Qualify every day" och "Communicate". Dessa fyra är, med undantag av den sista, Carl-Henric Svanbergs ledord sedan tidigare. Det är också precis de här punkterna som de chefer Kontakten har pratat med lyfter fram.

"Simplify", "Mobilize", "Push for excellence" och "Get results". Där har vi kompetenserna som Organizational leadership bygger på. En ledare måste kunna fokusera på vad som är väsentligt och inte försvåra i onödan. Att mobilisera är att ta till vara all den talang som finns både inom Ericsson och hos Ericssons partnerföretag. Det handlar i hög grad om lyckad teambuilding. "Push for excellence" faller tillbaka på operational excellence, som allt mer kommit att prägla och genomsyra organisationen. Och till det kan kopplas att Ericssonanställda alltid ska eftersträva att i allting uppnå tydliga resultat, både kort- och långsiktigt.

"Thought leadership" så slutligen. Det innebär att den som är Ericssonchef måste vara kapabel att se

helheten, anta de utmaningar som samtiden och framtiden erbjuder, fånga möjligheterna och alltid se till hela bolaget som en enhet.

Ovanstående ska gälla för alla ledare och hela organisationen. Sen är det ändå givetvis en fråga om att anpassa sin roll efter de förutsättningar som gäller.

– Det är viktigt att påpeka att vi inte jobbar med stereotypa chefsroller, utan alla anställda är individer med individuella förutsättningar. En operativ chef, till exempel en linjechef, måste alltid vara närvarande i vardagen. Men det där anpassas alltid efter givna förutsättningar. Viktigt för en operativ chef är därmed att bidra till entusiasm och glädje på arbetsplatsen.

Än högre krav

För en chef med mer strategiskt ansvar är det betydelsefullt att kunna kommunicera skickligt, att vägleda och navigera medarbetarna, och förklara varför beslut fattas och vilka konsekvenser som följer, förklarar Pär-Anders Pehrson.

Det nya ledarskapsprogrammet, som presenterades vid årets Global Management Conference, GMC

kan förefalla ställa än högre krav på chefer i organisationen. Pär-Anders Pehrson menar emellertid att detta är vad som krävs för att Ericsson inte bara ska kunna behålla sin position på marknaden, utan också bli absolut ledande.

– Ramarna som vi nu satt kan ställas upp i tre punkter. "One to one", "One to many" och "Where are we going?". Det är vad det handlar om.

– Our Ways of Working kan inte få fullt genomslag med mindre än att Our Ways of Leading är etablerat. Våra chefer måste veta vad som behövs för att vi ska kunna bygga den företagskultur och ha den operational excellence som det föränderliga samhälls- och affärsklimatet kräver av Ericsson, säger Pär-Anders Pehrson.

Implementeringen av den nya ledarskapsmodellen kommer att bli ett stort och krävande arbete, men Pär-Anders Pehrson tvivlar inte på att det kommer lyckas.

– Alla koncerrens chefer kommer under 2006 att utbildas kring vår nya ledarskapsmodell. Det är en stor uppgift, men helt avgörande för att modellen ska få genomslag, säger han.



Det finns ett gammalt kinesiskt talesätt som säger "läraren öppnar dörren, men du måste själv gå in". Taletsättet kunde vara en rak beskrivning av **hur Ericsson utbildar nya chefer** i ledarskap. För trots alla resurser som företaget lägger på att utveckla utbildningsprogrammet, virtuella klassrum, kursledare och coacher, är det till sist chefen själv som gör jobbet.

Chef i skolbänken

Ericsson är långt ifrån det enda företaget som har en väl genomarbetad ledarskapsfilosofi. Tvärtom är det att betrakta som standard hos företagsjättar av Ericssons storlek. Vad som ändå skiljer är det kanske mest konkreta redskapet som används för att ge chefer den utbildning som behövs. LCC, Leadership Core Curriculum, är namnet på utbildningsprogrammet som är obligatoriskt för alla nya chefer. Det startade 1997 och har i år tagit ny form.

– En stor skillnad i det nya programmet är att vi lägger lika stor vikt vid förmåga att leverera resultat "performance management" som vid förmågan att leda människor, "people management", säger Eva Andreassen som ansvarar globalt för Ericssons ledarskapsutbildning och har utvecklat det nya programmet.



Eva Andreassen

Syftet med LCC är att deltagarna ska förstå Ericssons Ways of Working och vad det innebär för arbetsledare. Det ska ge stöd till utvecklingen av strategiska ledarskapskompetenser. Chefer ska känna sina styrkor och svagheter, kunna arbeta effektivt tillsammans med andra och kunna skapa arbetsmiljöer som verkar inspirerande för medarbetarna. Och när programmet är avslutat ska deltagarna ha förbättrat sina ledarskapskompetenser.

– LCC är unikt, och är en mycket bra grundplattform för chefer att utveckla sig och sina ledarskapskompetenser. Men den är naturligtvis inte allt.

Utbildningen har en generell form, men måste sedan fungera lokalt. Det sista kan också sägas om chefskapet överhuvudtaget. Därför är kontinuerlig vidareutbildning viktig för chefer i gemen. Det kan handla om att skaffa en mentor eller en coach, säger Pär-Anders Pehrson.

Grundläggande för LCC är att alla deltagare har en coach. Denna ska, till skillnad från en mentor (också det en vanlig arbetsform för Ericssonanställda som vill utveckla sitt kunnande), vara aktivt deltagande under kursens gång. Kursen består sedan i tre samlingar i grupper om cirka 20 deltagare, så kallade Learning Labs. Där möter man en chefstränare och jobbar med olika övningar, frågor kan ställas och problem lösas. Både innan det första Learning Lab och mellan de övriga deltar man i programmet genom en mängd olika övningar, inläsningar, webbkurser och diskussioner med lärare och andra deltagare. Men det mesta av arbetet gör deltagaren på egen hand.

Allt som sker under chefsutbildningen ska hjälpa den nyblivna chefen att bättre kunna utnyttja sin kapacitet. På vägen dit har hon eller han hjälp av en skicklig tränare, en skicklig coach och sin egen närmaste chef som hjälper till att optimera allt kunnande som är viktigt för en högpriesterande chef. Till hjälp finns också programmet i sig, allt material att läsa in sig på, alla övningar att göra. Samt, förstås, alla kolleger som kan ge stöd och råd. Men all hjälp till trots är det kursdeltagaren själv som gör jobbet. Läraren öppnar dörren, du måste själv stiga in. •

en bra företagschef enligt eva andreassen

- Bygger förtroende för sig själv och för andra.
- Är tydlig med vad hon eller han förväntar sig av medarbetarna.
- Kan utmana dig, ditt tänkande, får dig att våga, hjälper att tänja dina gränser.
- Är en bra medlem i en ledningsgrupp. Bidrar, ser tendenser och större sammanhang.
- Är en bra kollega, både med sina medarbetare och med andra chefer.
- Hjälper sin egen chef att bli en bra chef.
- Ser kvaliteter och möjligheter både hos andra och sig själv.
- Har känsla för kunder och ekonomi.
- Är nyfiken på branschen, andra enheter, andra bolag.

text: johan kvickström foto: gunnar ask





Guangdong Mobile Communications Company, GMCC en operatör som växer med landet. Kontakterna mellan Ericsson och GMCC sträcker sig 18 år tillbaka i tiden och Ericsson levererar idag merparten av utrustningen till GMCC:s nät.

Säkerheten förbättrades genom delad trafik

I takt med att Guangdong Mobiles nät har växt så har också användandet av databaserade tjänster ökat. Detta skapade en överbelastning i nätet som i sin tur äventyrade säkerheten för användarna. Guangdong Mobile vände sig till Ericsson för att få hjälp att designa om delar av nätet.

– Vi tror inte att våra problem kan lösas av någon annan leverantör än Ericsson. De har levererat vårt kärnnät och kan utrustningen bäst. Dessutom har vi goda erfarenheter från tidigare samarbete med Ericsson. Därför var vi ganska säkra på att de skulle lyckas hjälpa oss den här gången också, säger Sun Jianjun och fortsätter:

– Genom att designa om nätet ville vi lösa vårt

säkerhetsproblem och samtidigt göra nätet robustare och kapabelt att hantera ytterligare trafik. Vi hoppades också att Ericsson skulle överföra en del av sin kunskap inom det här området till oss under projektets gång.

Från Ericssons sida lyssnade man och agerade därefter.

– Vi samlade in viktig data från nätet och kom fram till att vi bland annat behövde separera trafiken i nätet. Detta lyckades med hjälp av en brandvägg. Dessutom genomförde vi en del andra förändringar i deras nätstruktur,



Johnny Xu

säger Johnny Xu, serviceansvarig gentemot Guangdong Mobile.

I projektet har Ericsson dessutom utbildat operatörens personal så att de bättre kan driva nätet och kontinuerligt förbättra säkerheten i både den GPRS- och databaserade delen av nätet.

Sun Jianjun är nöjd med vad Ericsson har åstadkommit.

– Tillgängligheten i vårt nät är betydligt bättre nu. Även om en nod i nätet går sönder så kan våra abonnenter fortfarande använda sina tjänster. Säkerheten är också bättre och våra kunder behöver inte längre oroa sig för att hackers ska komma åt deras personliga data, säger han.

”Kinas ekonomi växer för varje år och för varje dag. Vi tror att ju mer pengar folk får desto mer kommer de att spendera på mobiltjänster. Sun Jianjun

Operatören som växer i takt med landet

I provinsen Guangdong i sydöstra Kina bor 100 miljoner människor, **48 miljoner av dessa är mobilabonnenter hos Guangdong Mobile**. Ett svindlande antal för vilken operatör som helst, men Guangdong Mobiles mål är större än så.

Guangdong Mobile Communications Company, GMCC är ett företag med självförtroende. Helägt av giganten China Mobile som har 70 procent av antalet mobilabonnenter i Kina, har GMCC de förutsättningar som behövs för att expandera i samma takt som den kinesiska ekonomin i stort. I grunden har företaget en enkel filosofi:

– Kinas ekonomi växer för varje år och för varje dag. Vi tror att ju mer pengar folk får desto

mer kommer de att spendera på mobiltjänster, först och främst rösttjänster, men vi räknar också med att datatjänster ska utvecklas i snabb takt de kommande två, tre åren, säger Sun Jianjun som är ansvarig för GMCC:s nätkontrollcenter.

GMCC har alltså förberett sig på en snabb marknadsutveckling men det finns andra utmaningar för företaget. Abonnenternas krav är högt ställda men absolut inte orealistiska.

– Kunderna räknar med att de databaserade tjänsterna framöver blir snabbare än vad de är idag. De



Sun Jianjun

vill använda mer rösttjänster men betala mindre för dem. De har också väldigt höga krav på säkerheten i nätet och vill kunna använda sina mobiltelefoner överallt; i källaren, i hotellhissen, i restaurangen, säger han.

Kontakterna mellan Ericsson och GMCC sträcker sig 18 år tillbaka i tiden och har under åren utvecklats till en positiv relation mellan företagen. Ericsson levererar idag majoriteten av utrustningen till GMCC:s nät. I december 2004 fick Ericsson ett jätteupdrag att expandera GMCC:s GSM-nät i provinsen, ett kontrakt värt omkring sex miljarder kronor.

Vill Ericsson hävda sig i konkurrensen så är det naturligtvis viktigt att kunna tillhandahålla riktigt

bra utrustning men också kunskap i form av lokala resurser.

– Vi skulle vilja att Ericsson tillsatte mer resurser lokalt. Ibland när vi har stött på problem i våra nät och rapporterat detta till Ericsson har frågan eskalerats vidare och hamnat utomlands. Det kan ta månader innan vi får respons, säger Sun Jianjun och fortsätter:

– De lokalt baserade leverantörerna har däremot sina mest erfarna resurser på plats i Kina, det ger dem ännu så länge en fördel, säger Sun Jianjun.

Stephen Yeung, Ericssons chef för region syd i Kina, vet att det är tufft att hålla uppe positionerna i provinsen.

– Vi har både lokala och globala konkurrenter. Den största lokala konkurrenten är Huawei som har Guangdong-provinsen som bas för sin forskning och utveckling och sin affärsverksamhet. Huawei är stora, aggressiva, flexibla och konkurrerar med lågt pris, men framförallt har de regeringens stöd på flera sätt, säger Stephen Yeung och fortsätter:

– De andra globala konkurrenterna, framförallt

Nokia, har tekniska färdigheter, beprövade nätverk och globala resurser för att kunna genomföra implementeringar. Däremot lider de av dålig närvaro i landet och svaga affärsrelationer med GMCC.

Centralt beläget i Guangdong-provinsen är Pearl River, floddelta-systemet som binder samman Guangdong med Hong Kong och Macau. Längs Pearl River ligger Guangdong's största stad Guangzhou där den rikare delen av befolkningen i Guangdong bor.

– I staden är behovet av nya applikationer och datatjänster stort. På landsbygden räcker det ännu så länge med traditionella bastjänster, säger Sun Jianjun.

GMCC använder sig av två olika varumärken för att attrahera olika kundsegment. Dels varumärket Cheng-Chu Tung som riktar sig till storkonsumenter av kommersiella mobiltjänster. Dels Sun-Xo-Xi som betyder prepaid (förskotts betalning) och erbjuder vanliga användare möjlighet att roama inom hela landet.

fakta: china mobile

- China Mobile bildades 1997 i Hong Kong.
- China Mobile är idag Kinas största mobiloperatör med 70 procent av mobilmarknaden i landet.
- China Mobile äger världens största mobilnät.

fakta: guangdong mobile

- Guangdong Mobile är verksam i Guangdong-provinsen i sydöstra Kina.
- Ägs till 100 procent av China Mobile.
- Guangdong Mobile har idag 48 miljoner mobilabonnenter.

STYCKPRISER: 1000 kr / 1000 kr / 1000 kr

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

KARHU
WWW.E-KARHU.NET

Fitness Walk Sport

Vi håller kursen
Följer Du med?

31/8 WLAN	15/9 SIP and IMS
5/9 VolP with SIP	14/10 Wimax
9/9 IMS Overview	21/10 IPv6 Overview
12/9 Advanced SIP	24/10 IP in Mobile Networks

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

 **ip-solutions**

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



Gå en kurs i höst!

Ett urval från höstens kursschema

*Miss inte våra "guru"-kurser nedan. James Bach håller även ett testseminarium den 22 sept, se www.sast.se

Kommunikation

- IP grundkurs 2
- GPRS och TCP/IP - egenskaper och prestanda 2
- GPRS protokoll och procedurer 2
- Bluetooth programmering 3

Inbyggda system

- Inbyggda realtidssystem – grundkurs 3
- Säkra och tillförlitliga realtidssystem 2

C

- C grundkurs 3
- C för inbyggda system 2
- Säfer C - *med Les Hatton 2

OSE

- OSE grundkurs 3
- OSE fortsättningskurs 3
- OSE Architectural & Design - *med David Kalinsky 3

Dagar

- 2
- 2
- 2
- 3

Dagar

- 3
- 2

Dagar

- 4
- 2
- 2

Dagar

- 3
- 3
- 3

Java

- Programmera med Java 3

C++

- C++ grundkurs 3
- C++ fortsättningskurs 3

Testkurser

- Avancerade testtekniker 2
- Grundkurs i test av programvara och system 3
- Effektiv ledning av testarbete 2
- Enea testprocess 3
- Rapid Testing/Exploratory Testing - *med James Bach 3
- Testautomatisering 1
- Utveckling av automatiserade testsystem 2

Dagar

- 3

Dagar

- 3
- 3

Dagar

- 2
- 3
- 3
- 3
- 1
- 2

Anmälan:

Vi har schemalagda kurser i Stockholm, Göteborg, Malmö och Linköping. Vi håller också samtliga kurser på plats hos er om ni önskar.

Kontakta oss:
training@enea.se

Tel: +46 8 507 140 00

För mer information och bokning av schemalagda kurser:
www.enea.se/ericssontraining



Många mil med High speed WCDMA

Utifrån ser den ut som vilken vanlig vit Ericsson-skåpbil som helst men skenet bedrar. Inne i bilen finns det allra senaste inom mobil kommunikation. Under en rundtur med bilen får besökande kunder uppleva både mobilt bredband och IP-telefoni.

– Det här var fjärde demoturen idag så det märks att HSDPA-tekniken som ger WCDMA betydligt högre prestanda verkligen är "hett", säger Petra Garney, när hon kliver ur bilen. Petra arbetar med marknadsföring och tekniskt säljstöd av WCDMA och HSDPA, och bland arbetsuppgifterna ingår att vara presentatör när en tur med demobil bilen står på besökarnas schema.

Utrustningen i bilen är nyligen uppgraderad och det som demonstreras nu är andra steget i utvecklingen av WCDMA, det som kallas Enhanced Uplink, HSUPA, och gäller högre prestanda även på upplänken, från mobilen till basstationen. Första steget var HSDPA och gällde nerlänken från basstationen till mobilen.

Demoturen tar drygt en kvart och fem gäster får plats i bilen.

– Vi använder ett eget nät för HSDPA/Enhanced Uplink, där vi är kopplade till en WCDMA antenn på taket av en av Ericssonbyggnaderna i Kista. Utrustningen står sedan inne i byggnaden och vi



Tomas Edblad, Viktor Carlquist och Petra Garney i demobilen.

Foto: Hanna Teleman

har en lina ut till internet för olika typer av tjänster, förklarar Petra Garney.

I bilens framsäte, bredvid Tomas Edblad som kör bilen, finns Viktor Carlquist, som har kontakt med en kollega, som finns vid basstationen. Växlingen mellan upp och nedlänk sker manuellt.

Det som demonstreras under bilturen är tjänster som bland annat videokonferens, web-surfing, streaming och att det går att skicka email med tunga attachment.

– Det märks på den typ av frågor som kunderna ställer att kunskapen om HSDPA/EUL (Enhanced Uplink) har blivit större. Det är kul med lite knepiga frågor att svara på. Då har man också möjlighet att visa hur långt fram i tekniken Ericsson ligger. Det stämmer att "seeing is believing" och många besökare blir imponerade, säger Petra Garney.

Förutom demobil i Kista har Ericsson ytterligare bilar som demonstrerar HSDPA. En är på rundtur i Europa och en annan finns i Japan.



Grattis, Svetlana!

Under tre månader ska Svetlana Skvortsova, från Ericsson i Ryssland, praktisera på ITU, International Telecommunications Union, i Geneve. Praktiken är första pris i uppsatstävlingen "Young minds in telecom".

Titeln på Svetlanas vinnande bidrag i uppsatstävlingen är "Making the Internet Mobile".

Svetlana arbetar med marknadsföring, affärsutveckling och säljsamordning på Ericsson i

Moskva och studerar samtidigt på distans till en examen i kommunikation vid Coventry University Business School i Storbritannien.

På ITU kommer hon bland annat att arbeta med marknadsundersökningar och med att identifiera trenderna inom mobilt Internet, NGN (Next generation Network) och IMS-relaterad teknik. En viktig del i jobbet blir att förbereda den andra delen av The World Summit on the Information Society, som organiseras av FN och administreras av ITU och ska hållas i Tunis i november i år.

Dags för Ericsson dagar

Precis som tidigare blir det även i år två familjedagar i september:

3 september i Göteborg på Liseberg. På programmet står förutom åkattraktioner bland annat poängpromenad och musik i musikpaviljongen.

25 september i Stockholm på Gröna Lund, som den dagen har öppet enbart för Ericsson. På Stora Scenen blir det program från klockan 12 till 17 med uppträdande av bland andra "Ericssons småstjärnor".

Både på Liseberg och Gröna Lund finns Ericssons fritidsklubbar med och ordnar workshops, pröva på aktiviteter och uppträdande.



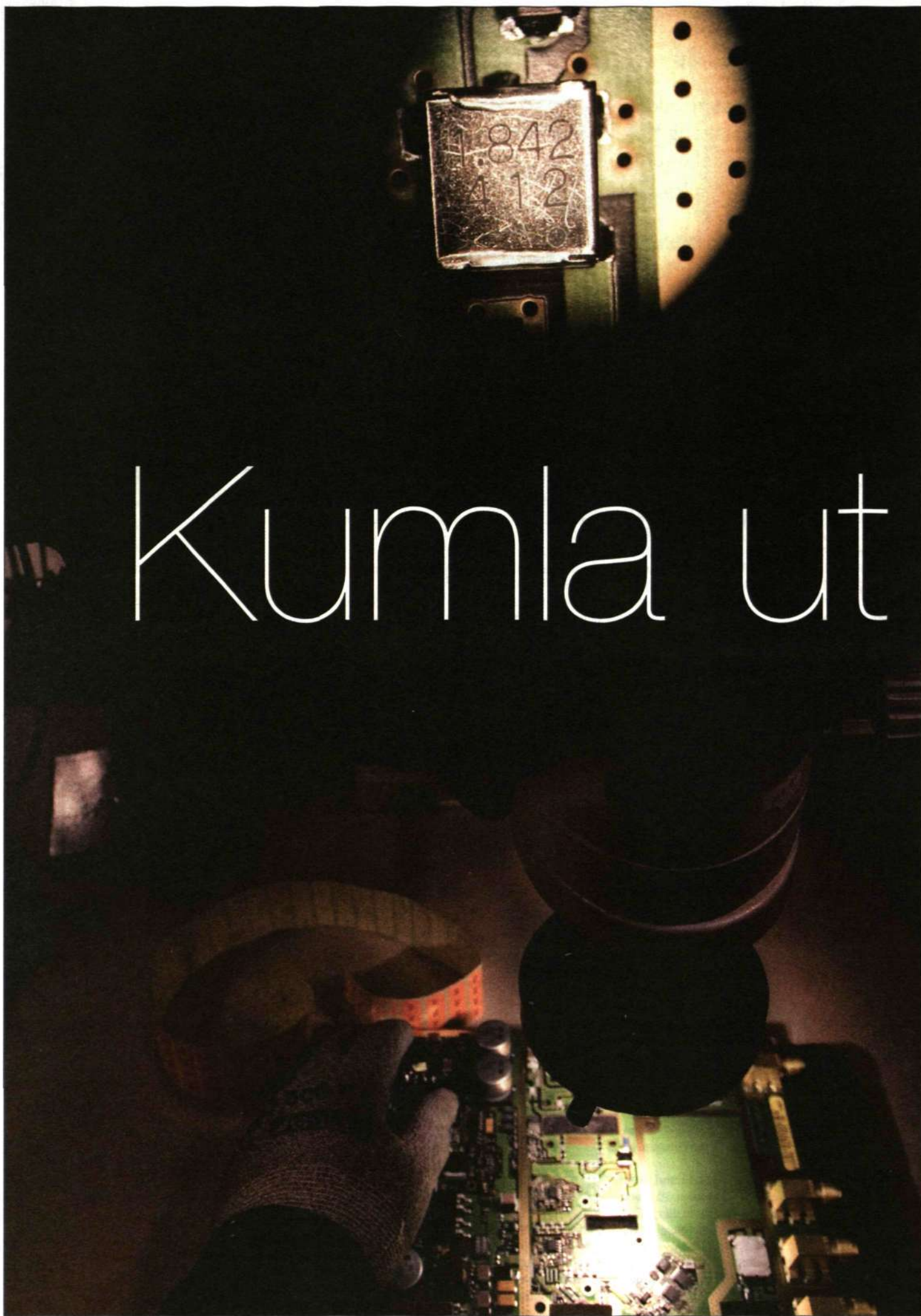
☞ http://internal.ericsson.com/page/hub_insweden/employee/fun/evenemang/ericsson dagar.jsp

Hundratio år i Ukraina

För att tag sedan kunde Ericsson i Ukraina fira hundratioårsjubileum. Det var nämligen 1895 som den första Ericssonväxeln installerades i Kiev. Samtidigt firade man att det i år är tio år sedan konsernens representationskontor öppnades där.

I samband med jubileet öppnade Ericsson ett kompetenscenter i Kiev, där man ska ta fram innovativa lösningar och tjänster till kunder i Ukraina och andra länder inom marknadsenheten.

Under jubileumsfesten berättade Rasmus Nordby, ansvarig för Ericsson i Ukraina och Björn Hemstad, ansvarig för marknadsenheten Östeuropa och Centralasien, om Ericssons historia och framtidsutsikterna i Ukraina. En konsert med sångerskan Irina Bylik stod också på programmet.



Kumla ut



ur mörkret

Ett fåtal bilar upptar parkeringen utanför huvudentrén när Kontakten anländer. Fabriken, som bara härom året räknade antalet anställda till uppemot 3 700, är i dag nere i under 900. En hård smäll för en liten kommun med 19 000 invånare. Ändå tycks man verkligen ha hämtat sig – på vissa områden. En försiktig framtidstro präglar inställningen hos de Ericssonanställda Kontakten pratar med. En rad åtgärder har genomförts i vad som framstår som en mycket målmedveten satsning: fabriken i Kumla ska vara bäst i världen på den verksamhet som finns kvar – tillverkning av kretskort och industrialisering av radiomoduler till basstationer. Ambitionen rymmer både en viss ödmjukhet och ett jävlar anamma.

Mikael Thorell har varit anställd sedan 1994. Han är en av dem som tydligt fått känna på växlingarna. "Tja, tjejen fick ju gå", säger han men leendet når inte riktigt ögonen. Själv hade han två årsmärkningar fler i bältet och klarade sig kvar. Trots turbulensen är han glad. – Det är bättre nu, i dag är det kul att gå till jobbet. Och så är det bra jobbkompisar, säger han. Det är en inställning som delas av många.

Cirka 140 personer av fabriken anställda jobbar med vad som heter ytmontage. Tio linor maskiner i en stor hall. Där tillverkas kretskort för basstationer. Sällan är alla linor igång samtidigt, produktionsvolym varierar, men effektiviteten är imponerande. Man talar om "grön tid".

– Grön tid är en fråga om just effektivitet. Utnyttjad tid av planerad tid, uttrycker chefen för ytmonteringen Per Halldin det.

Optimalt är att en maskin går hundra procent dygnet runt, alla veckans dagar. Men det är ett teoretiskt max. Inte för att maski-



Per Halldin

nerna inte är bemannande dygnets alla 24 timmar – det är de – utan för att en rad andra faktorer spelar in.

För det första är ingen maskin i världen ofelbar. I Kumlas ytmontage är produktionen högteknologisk och bygger på en oerhörd precision. Den möjliga felmarginalen är stor. Storleken på de tusentals komponenter som monteras på ett kretskort sträcker sig ner till en tredjedels millimeter. Med andra ord blir det emellanåt fel. Det är ofrånkomligt. Vissa av de producerade korten måste åtgärdas, andra hamnar i papperskorgen. Detta innebär att maskinerna kräver ständigt underhåll och korrigering.

Dessutom förändras produktionen från dag till dag eller åtminstone vecka till vecka – efter behov. De artiklar som produceras blir allt mer komplexa. Det innebär att inställningar måste ändras, nya komponenter ska monteras måste till.

Till detta ska räknas det mänskliga. Ingen jobbar åtta timmar i sträck. Alla måste få ta raster. Tempot är inte detsamma i början av ett pass som mot slutet. Och så vidare. Och man kan faktiskt göra fel.

Med det i beräkningen förstår man att produktionsmålet inte kan vara ett 100 procent.

– Vi jobbar hela tiden på att bli vassare och nå det nya målet på 80 procent, säger Per Halldin.

Redan nu driver ett antal effektiviseringar av verksamheten tidvis upp utnyttjandeprocenten en bit över 70 procent.

Besök vid lina 6. Från maskinen hörs ett tungt smattande ljud i oregelbunda stötar. Genom glaset ser man hur ett revolverhuvud rör sig över kretskortet. Det swischar fram med en hastighet som får ögat att blinka. Ra-ta-ta-ta-ta-ta-ta-ta. Ta-ta-ta-ta. Ra-ta-ta-ta-ta-ta. Bredvid står en ansvarig och övervakar processen.

fakta: lina

En lina är samlingsbenämningen på de moment, till exempel maskiner, som ingår i produktionen på ett och samma ställe. Det innebär inte nödvändigtvis att en artikel är färdigproducerad, utan den genomgår stadier både före och efter.

Maskinen är den femte stationen i linan. Olika komponenter – sammanlagt upp till 2500 stycken – monteras i olika maskiner. Kretskortet byggs på efter hand. I ena änden av linan stoppas ett tomt mönsterkort in. I den andra trillar ut ett högteknologiskt konstverk. Det hela tar en kvart.

Processen består i ett antal moment, och kan varieras efter behov. Ett stort antal olika kort för alla handfunktioner produceras på fabriken i Kumla.

Ja, om det går bra vill säga.

Och det gör det för det mesta. De fel som uppkommer går ofta att åtgärda omedelbart. Produktionen sköts av kunnig och kompetent personal som under lupp granskar varje kretskort. För en utomstående ser det svårt ut. Kortet är överhopade av ett gytter komponenter och det gäller att se hur det ska vara.

Som hjälp finns i maskinerna ett antal mätinstrument som ur olika vinklar scannar av korten och mäter placering av komponenterna, och om de sitter på rätt höjd. Men hur mycket man än datoriserar granskningen kommer man inte ifrån en sak i slutändan är det människor som styr. Och det kräver kompetens.

Runt omkring rör sig människor nästan ljudlöst. Visserligen slamar somliga maskiner dukigt, men inte alls påfrestande. Inte heller ger tempot bland de anställda bilden av personal som stressar ihjäl sig. I

Pia var först ut

Av de åtgärder som tagits vid fabriken i Kumla är personalutbildning något som uppskattas av många anställda.

Den som först genomgick hela personalutbildningen heter Pia Åberg. Anställd sedan 1993 ansågs hon lämplig som testpilot. Under ett antal veckor fick Pia gå igenom kursen steg för steg, efter hur det passade med arbetsbördan. På det viset är utbildningen upplagd, det är inte ett schema som ska följas slaviskt utan det styrs av produktionen. Därmed ger den inte bara viktiga kunskaper utan fungerar också som ett sätt att få variation i arbetet.

Pia hoppas på ett stort genomslag för utbildningssatsningen. Hon pekar på den ständiga utvecklingen i produktionen. Allt eftersom att fabriken tar sig an att producera nya kretskort förfinas hanteringen och ställer större krav. Dessutom är växlingen från olika anpassade inställningar i maskinerna och nya typer av utrustning en omöjlighet att klara av om den ansvarige operatören saknar grundläggande tvärkunskaper.

– Det kommer hela tiden nytt, som kräver nya kunskaper hos den som ska sköta maskinerna. Men man måste förstås tycka att det är roligt att lära sig, annars funkar det inte, säger hon.

Den förhöjda kompetensen tror hon kommer ha stor betydelse för fabriken möjligheter att hävda sig på marknaden.

– Vår personal har en väldigt hög lägstanivå när det gäller kunskaper. Vänder man sig som köpare hit så kan man räkna med att det blir bra gjort, säger Pia Åberg.



Pias positiva inställning tar sig uttryck i många glada skratt under intervjun. Många svar avslutas med ett stort leende, ett fniss eller ett gapskratt. Men hennes optimism för framtiden bär också med sig ett drag av vemod. Inte konstigt kanske när man, som hon uttrycker det, har genomlevt två varsel.

Känslan för Ericsson kvarstår dock, den menar hon är självklart ändå. Men nedskärningarna har satt sina spår.

– Det hände mycket och gick så fort. Folk som man har jobbat med i många år finns inte längre kvar. Med tanke på hur det såg ut då, och vad som hände runt om, var det kanske ingen överraskning. Och jag måste säga att jag har aldrig ens hört talas om ett företag som gjort så mycket för de anställda som fick gå. Ericsson tog sitt ansvar och hjälpte verkligen till.

Hon tycker också att det är tråkigt att mångfalden bland personalen inte är alls densamma längre:

– Jag är 36 år, och är väl bland de yngsta. De som inte hunnit jobba så länge fick ju sluta. Fast nu på sistone kommer det in nya igen, det är kul. Vi är ett bra gäng som jobbar.

De nya som Pia Åberg pratar om är oftast tidigare anställd personal som, nu när andra konjunkturvindar blåser försiktigt, får komma tillbaka för kortare tidsbegränsade anställningar.

Den bra stämning som Pia Åberg lyfter fram som det allra viktigaste på en arbetsplats där man trivs är påtaglig på golvet. Vid samtliga maskiner finns människor som entusiastiskt berättar om sina arbetsuppgifter. I fikarummet avlöser skratten varandra. Om det tidigare, efter nedskärningarna, var stiltje är det nu en annan fart menar Pia Åberg. Och hon tillskriver det delvis utbildningsmöjligheterna:

– Jag tror faktiskt att utbildningen har betydelse för hur stämningen har blivit bättre. Den känns som ett bra exempel på framåtandan.

>> stället präglas människors arbetsinsatser av en djup koncentration: den som är säker i sitt hantverk behöver inte stressa, inte hetsa upp sig i onödan.

Tänkandet på operational excellence finns med i allt som sker, på alla plan. Inte minst kommer den nya linan få stor betydelse.

Det handlar om en lina som till en låg kostnad ska producera stora volymer samt användas för att ta fram prototyper, där framför allt hastigheten på kringverksamheten är ytterligt förbättrad. Exempelvis går det oändligt mycket snabbare att växla inställning av maskinerna från en till en annan när produktionen läggs om.

Kvalitetssäkring är ett nyckelord i Kumla och de problem som funnits har man i dag till största delen kommit till rätta med.

Allt som produceras i maskinparken granskas minutiöst av kunniga anställda. Även de minsta misstag kan göra ett kretskort icke-funktionellt och sådana får inte slinka igenom. En artikel som måste kasseras är pengar i sjön: den har kostat direkta pengar i form av materiel och arbete. Men viktigare är att en stor mängd defekta produkter som når marknaden skulle kunna ge Ericsson dåligt rykte.

Genom förfinade maskiner och ett förbättrat kvalitetstänkande sker detta i dag i princip aldrig.

Kvalitetstanken löper genom hela produktionen. Samtliga avdelningar har genomfört effektiviseringsåtgärder som alla riktar mot samma mål: att fabriken i Kumla ska ligga i fronten på sitt område.

Och för att se hur man lyckas i ansträngningarna är "grön tid" en bra parameter. Procentsatsen varierar beroende på hur mycket man måste ställa om produktionen till nya artiklar – och därmed också på över vilka tidsspann man vill räkna.

Förbättringsinitiativen på fabriken är många. Arbetsmiljö är ett av dessa. All personal erbjuds en genomgång av sina arbetsförhållanden för att göra individanpassningar så långt det är möjligt. Ett annat är personalutbildning.

Hösten 2004 påbörjade Kumlafabriken en ny utbildningsverksamhet för anställda. Certifiering för de flesta mer avancerade arbetsmoment är i dag ett krav.

– Vi ser utbildningen som nödvändig för att vi ska kunna utvecklas och nå vårt mål. Den är en förutsättning för utvecklingen, säger Peter Lilja, chef för produktionens kvalitetsarbete.

– Tanken med certifieringsprocessen är att anställda ska få rätt utbildning vid rätt tid. Praktik blandat med teori och prov samt uppkörningar som visar att deltagarna förstått och klarar av jobbet. På det viset höjs kompetensen rakt igenom. Ingen ska jobba utan att ha också formell utbildning, säger han.

Utbildningarna i sig är kanske inte alltför tidskrävande. Det rör sig om cirka fyra dagar per maskin. Men som en anställd påpekar är det viktigt att förstå varför, det vill säga bakgrunden. Den som bara kan det praktiska kan kanske sköta rulljansen när det fungerar, men att kunna agera riktigt när något går fel kräver mer.

fakta: kumlafabriken

Ericssonfabriken i Kumla tillverkar och utvecklar i dag radiomoduler och kretskort till radiobasstationer. Fabriken etablerades 1962 som SRA och tillverkade då RADIOLA-radio. 1981 påbörjades tillverkningen av mobiltelefoner (NMT) och två år senare blev SRA Ericsson Radio Systems AB. Mobiltelefonproduktionen lades ner år 2001.

"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 **2.900kr**



Peugeot 307 1,6 110 hk.

Nu från 139.900kr

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 **4.900kr**



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

Mot toppen med lönsamheten intakt

Telekommunikationsmarknaden förändras snabbt. Kundernas behov utvecklas och Ericsson hittar nya affärsmöjligheter. Ett **program i Spanien och Portugal** ska hjälpa chefer och anställda att klara av de nya utmaningarna – och infria de högt ställda målen för 2008.

Målen för marknadsenhet Iberia, en av Ericssons större, bestående av Spanien och Portugal, är satta – en markant ökning av bruttoförsäljningen till 2008. Målen är klart realistiska med tanke på hur marknadsenheten räknar med att utveckla affärerna de kommande åren. Det handlar inte om att vända allt upp och ned, utan om att utöka affärerna till nya områden.

– Man kan säga att Ericsson går från att vara ett teknikföretag som har lite tjänster, till att verkligen bli ett teknik- och tjänsteföretag, säger Henrik Bergman, som leder det nystartade programmet "Managing Profitable Growth", vars syfte är att ta fram åtgärder för att nå försäljnings- och lönsamhetsmålen för 2008.



Henrik Bergman

– Inom Iberia försöker vi skynda på utvecklingen och försäkra oss om att vi på allra bästa sätt drar fördel av synergierna mellan de båda områdena. Det påverkar hur vi jobbar och därför måste vi göra vissa justeringar, fortsätter han.

Förr var Ericsson ett företag som i huvudsak försåg teleoperatörer med infrastruktur, men numera är denna verksamhet inte den enda stora. Ericsson har breddat sig till många nya områden, där managed services och systemintegration är bland de viktigaste. Juan Carlos Sanchez arbetar med affärsutveckling på tjänsteområdet på Ericsson Iberia och är involverad i "Managing Profitable Growth". Han berättar att marknadsenheten ser managed services, som innebär att Ericsson tar hand om den dagliga skötseln av operatörers nät, som ett affärsområde där Ericsson har stora möjligheter att växa.

– Här är vi utan tvekan på spåret, faktum är att vi redan ligger över 2005 års delmål för att nå målen 2008. Genom managed services-kontrakt och out-

sourcing av nätdriften har fyra bolag bildats eller förvärvat på det här området på mindre än två år, säger Juan Carlos Sanchez.

2003 vann Ericsson Iberia ett outsourcingkontrakt om driften av den spanska mobiloperatören Amenas radionät. Rosendo Urbán, kundansvarig för Auna som äger Amena, berättar att kontraktet ledde till bildandet av ett separat bolag inom Ericsson, NewTelco Services. En landsomfattande organisation med driftstekniker byggdes upp för att se till att Amenas nät, som inte helt och hållet har levererats av Ericsson, fungerade bra vid alla tider på dygnet. Denna typ av fältarbete var nytt för Ericsson, men har som sagt växt ordentligt sedan dess.



Juan Carlos Sanchez

Henrik Bergman menar att utvidgningen av affärerna, och det som följer i kölvattnet av detta, enbart är positiv. Exempelvis betyder det att Ericsson fått anställda med helt nya kompetenser och att företaget får nya kontaktpersoner i kundorganisationerna.

– Vi träffar olika människor hos en kund beroende på vad det handlar om. Dessa personer har olika profiler och det måste vi anpassa oss till. Ibland har vi rollen som affärskonsulter och pratar om affärs-scenarier, upplevelser för dem som faktiskt använder sakerna i slutänden. I andra situationer pratar vi om processer, underhåll och annat. Alla dessa olika kundkontakter kräver olika kompetenser inom vår egen organisation, säger han.

"Managing Profitable Growth" handlar inte om att sätta mål, menar Ingemar Naeve, chefen för marknadsenhet Iberia. Strategi- och analysarbetet är avslutade kapitel.

– Vi vet vad vi vill, nu ska vi lista ut hur vi ska göra för att lyckas uppnå det. Uttryckt i allmänna ordalag

när vi dit genom att skapa en organisation med rätt kompetenser och genom att vara kostnads-effektiva nog för att skapa lönsamhet och konkurrenskraft. Marknadsenheten måste klara av att ha tre olika sorts affärer under ett och samma tak, och hålla uppe tillväxten på alla dessa områden, säger han och tillägger:



Ingemar Naeve

– Det gäller att ta hand om den tillväxt vi förutspår och göra det med bästa tänkbara lönsamhet.

"Managing Profitable Growth" tittar på alla de olika affärsområdena och hur de påverkar arbetssätt, processer och metoder. Saken är den, enligt Henrik Bergman, att Ericsson har bra processer, men man måste ändå se över dem för att anpassa dem till behoven inom varje specifikt område och se till att de verkligen följs.

– En annan sak är ansvarsfördelningen inom varje enhet. Vi måste säkra att varje enhet hela tiden vet sin roll. Först kommer processen, sedan rollerna och ansvarsfördelningen. Nästa sak är organisationen och de pricer som styr den – något som stöder allt det andra. Frågan blir då hur vi planerar, mäter och förutser saker och ting på vart och ett av områdena. Och då inte bara på ett övergripande plan, utan mer detaljerat så att de övergripande siffrorna inte döljer om insatser behövs på ett område för att ett annat går bra. Vi måste kunna precisera mål, förväntningar och resultat för varje affärsområde, säger Henrik Bergman när han pratar om vad som specifikt kommer att ske de kommande åren.

Det här är komplexa frågor, men förhoppningsvis kommer belöningen. En förhoppning är att programmet ska skapa starkare band mellan marknadsenheten och andra delar av Ericsson som finns på den iberiska halvön.

– Vi är lyckligt lottade som har ett Global Services Delivery Center här och dessutom ett av Ericssons centrum för forskning och utveckling. Båda dessa center håller på med saker som har direkt betydelse för de affärer vi gör i Spanien och Portugal. Därför är de med i programmet för att se över möjliga samordningsvinster: hur kan vi hjälpa dem och hur kan de hjälpa oss? För tillfället är vår marknadsenhet inte närmare dessa enheter än någon annan marknadsenhet, men tack vare den fysiska närheten till centren vill vi gärna jobba tajtare ihop, säger Henrik Bergman.

fakta: iberia

Spanien var Ericssons femte största marknad 2004 med fyra procent av den globala försäljningen.

Portugal har 10,4 miljoner invånare. Mobilpenetrationen är 95 procent, eller 9,9 miljoner människor, av vilka 80 procent har prepaid. ARPU, den genomsnittliga intäkten per användare, är 26 euro.

Spanien har 40,8 miljoner invånare. Mobilpenetrationen är 91 procent, eller 37,5 miljoner människor. 58 procent har prepaid. ARPU är 30 euro.

Ericssons nettoförsäljning för båda länderna var i fjol 723 miljoner euro. 80 procent var till spanska kunder.



Ingemar Naeve tror mycket på "Managing Profitable Growth". Det påminner honom om när han utbildade sig i ekonomi.

- Det är som att bygga upp sitt eget "business case" i sin egen skola, men det är också ett fall och en riktig verksamhet, säger han och fortsätter:

- Vi handlade så fort vi såg att tjänster var en växande marknad och att vi förhoppningsvis kunde få en fördel av att vara först ute på banan. Även om våra förhållanden inte gäller över hela världen så är vi ganska säkra på att andra marknadsenheter i Västeuropa står inför samma utmaningar och måste gå

igenom liknande förändringar. Vi måste lära av varandra, men sedan måste problemen lösas lokalt - det går inte att springa till huvudkontoret i Stockholm för att fråga hur man ska göra allting.

Därför är det upp till marknadsenheternas ledningar att se över alla aspekter av nödvändiga förändringar och planera hur de ska genomföras. I Iberia får ledningen hjälp av det nya programmet, men beslut är ledningens uppgift.

- Vi vill att alla ska acceptera vissa saker. Marknaden rör sig och genom att göra dessa förändringar, genom att göra affärer på nya sätt, får vi förhoppningsvis en

fördel gentemot våra konkurrenter, säger Ingemar Naeve.

Fernanda Tomas, chef i Portugal, håller med:

- Vi kommer inte att nå målen om vi inte kan stärka vår företagskultur och våra värderingar. Internt inom Ericsson säger vi alltid att "först ger vi, sedan förväntar

Fernanda Tomas vi oss något tillbaka". Det här programmet ger liv åt den principen. Vi jobbar i ett underbart företag som ger oss en massa. Det gäller att också ge något tillbaka. •



Spansk mjukvara stärker mobildata

Att ha förvärvat det spanska mjukvaruföretaget NetSpira gör det möjligt för Ericsson att ta ett stort steg framåt i konkurrensen eftersom förvärvet stärker bolagets erbjudande om mobildata.

Ericsson kommer att integrera NetSpiras Enhanced Control Solution (ECS), vilket är en inom industrin erkänd debiteringslösning, i sitt mobil-erbjudande. Den nya enheten får namnet Service Aware Support Node (SASN). Det hela ses som en stor triumf för bolaget. SASN kommer att inkorporeras i Ericssons Gateway GPRS Support Node (GGSN), som utvecklas i samarbete med Juniper Networks.

NetSpiras lösning gör det lättare att debitera slutanvändare för mobil data i mobiltelefonen, så som nedladdningar, nätsökningar och MMS. Detta efterfrågas allt mer från operatörer som vill förbättra debiteringsmöjligheterna för maximal avkastning, vilket lösningen kan göra med minimal påverkan på nätinfrastrukturen.

I dag används den kommersiellt av Eurotel Praha i Tjeckien, Pannon i Ungern, Virgin Mobile i USA, Vodafone i Spanien, MobileOne i Singapore, Telefonica Móviles i Spanien och Optimus i Portugal – samt av ytterligare prominenta operatörer i Asien och på de amerikanska kontinenterna.

Fredrik Alatalo vid Ericssons Mobile Core säger att avtalet, som blev klart i juni, förstärker Ericssons mobildataerbjudande, vilket redan har vissa tjänstrelaterade debiterings- och kontrollmöjligheter.

– Det här ger oss ett försteg i konkurrensen därför att NetSpiras funktionalitet ger operatörer kontroll, och är redan känd i industrin som en excellent lösning. Företaget arbetade i stor utsträckning med operatörer för att skapa den här lösningen. Detta för med sig kompetens, vilket är en extra bonus för Ericsson, säger han.

– I slutänden kunde Ericsson själva ha utvecklat en liknande produkt i framtiden – vi har vad som krävs – men det här draget innebär ett snabbare språng framåt.

Fredrik Alatalo menar att avtalet gör att Ericsson kan ta en stark position på marknaden. Och precis som det ger stora möjligheter inom trådlöst ser Fredrik Alatalo stor potential för att använda tekniken på fastnätets sida.

– Den här nya funktionaliteten kan komma att innebära ytterligare debiteringsmöjligheter för fastnätoperatörer som annars bara kunnat erbjuda exempelvis bredbandstjänster.

Den existerande ECS-produkten kommer enligt Alatalo att säljas vidare som en del av Ericssons mobildataerbjudande, och Ericsson kommer att fortsätta arbeta med NetSpiras befintliga kunder.



Fredrik Alatalo, vd på Mobile Core.

De potentiella svårigheter som kan finnas vid ett företagsköp har kunnat undvikas, menar Fredrik Alatalo.

– Företagets personal, som nu samtliga är anställda på Ericsson, har välkomnat oss. Det har varit fantastiskt, för personalen har varit lysande. De trivs bra med oss och vi trivs bra med dem, säger han.

Affären är resultatet av många månaders arbete av hängiven personal.

– Vi ska särskilt berömma Melih Tufan, Staffan Lindholm och Göran Berntson från Product Line Packet Core och Tori Gillberg från Group Function

Financial Control, som alla gjort ett fantastiskt jobb, säger Fredrik Alatalo.

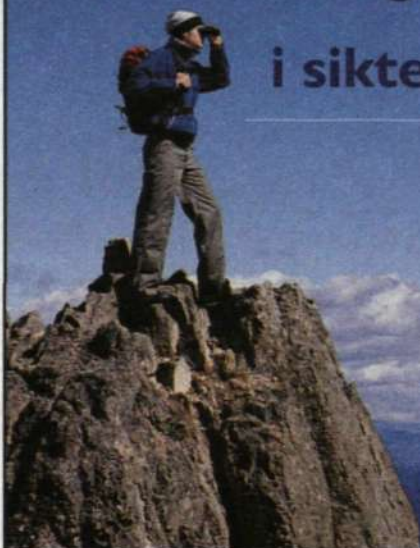
Ericsson köpte NetSpira Networks av dess grundare och av det spanska riskkapitalbolaget Bullnet Capital. NetSpira har verksamhet i Madrid och Barcelona. När affären tillkännagavs sa NetSpiras chef José Lopez att företaget var "stolta och upprymda" över att vara en del i Ericssonfamiljen.

– Genom att kombinera Ericssons globala styrka och NetSpiras teknik har Ericsson givit en klar indikation på sina ambitioner att vara världsledande inom innehållsbaserade debiteringslösningar, sa José Lopez.



STFkurser

i sikte...



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

Kontakta oss angående frågor om utbildning
08-613 82 20

Läs mer på - www.stf.se/ericsson

Center of the Word



Interverbum hanterar årligen mer än 6000 flerspråkiga projekt. Vi erbjuder ett heltäckande utbud av: språkutbildning, översättningar, språkgranskning, skribenttjänster, lokalisering av programvara och webbsidor samt konferenstolkning.

Vi arbetar med marknadens effektivaste system för översättningsminnen, redigering, terminologi- och projekthantering. Det ger påtagliga kvalitets- och kostnadsfördelar.

Skräddarsydd språkutbildning

Interverbum skräddarsyr all språkutbildning för att motsvara just dina behov. Utbildningar - på alla språk - startar löpande under året efter varje deltagares önskemål. Enskilt eller i grupp. I Sverige eller utomlands. Alltid med infödda lärare. Vi är kvalitetscertifierade enligt ISO 9001:2000 och varje utbildning säkerställs genom noggrann uppföljning.

För information eller anmälan, kontakta:

Edith Birnie (engelska)
08-457 88 72
edith.birnie@interverbum.se

Bernadette Clément (övriga språk)
08-457 88 74
bernadette.clement@interverbum.se

Interverbum

Torshamnsgatan 39B, Box 13,
164 93 Kista

www.interverbum.se
www.termcentral.com

STOCKHOLM GÖTEBORG MALMÖ LINKÖPING KÖPENHAMN CHICAGO NEW YORK

STOREBRO

— a piece of Fine Craftsmanship —

ROYAL CRUISER 410 COMMANDER



STOREBRO
TRUE SCANDINAVIAN

STOREBRO BRUKS AB, E-MAIL; LARS.BJUREUS@STOREBRO.SE, PHONE +46 492 195 11

FOR MORE INFORMATION ABOUT STOREBRO, OUR RANGES AND OUR DEALERS PLEASE VISIT WWW.STOREBRO.SE
STOREBRO IS PART OF THE LARGEST BOAT BUILDING GROUP IN SCANDINAVIA AND HOLDS THE RYDS, NIMBUS, MAXI AND STOREBRO BRAND NAMES.

Accepted globally.

Great interest rates

If you want high-speed connections anytime and anyplace, we've got the card for you.

Instant transfers

It's quad band and it's got EDGE technology, so our card is welcomed globally.

0% waiting time

Connect with unbeatable speeds in any Wi-Fi zone. Our card is 100% compatible.

Apply today

Best of all, you've been pre-approved to carry the new GC89. Worldwide freedom awaits.



The GC89 PC Card.
Quicker transactions worldwide.



Sony Ericsson





Förstå folket för framgång

För att lyckas på företagsmarknaden krävs **förståelse för vad olika sorts anställda behöver** – både på jobbet och privat. Det gäller att undvika misstaget att tro att alla vill ha all teknik som branschen uppfinner. Det handlar om att vända på femöringen och lyssna till vad en uppsjö yrkesroller faktiskt frågar efter.

Den beskrivs som het, marknaden bestående av företag. På många håll i världen, där den absoluta majoriteten av människor har en mobiltelefon, är det dessa kunder som till stor del spås stå för den fortsatta tillväxten.

– Den totala företagsmarknaden som är adresserbar för Ericsson är uppskattad att vara över 60 miljarder dollar 2008, säger Thomas Thyni, ansvarig för strategisk



Thomas Thyni

planering och strategisk marknadsföring på affärsenheten Enterprise.

Möjligheterna finns alltså och är stora, men för att Ericsson ska tillhöra vinnarna krävs en bra förståelse för marknaden. Och det är ingen enkel vetenskap. Företagsmarknaden är komplicerad – inom alla olika branscher finns små, medelstora och stora företag. Några är early adopters, men den stora massan anammar nya lösningar först efter att de sett att andra företag i deras bransch nått framgång med dem. För att komplicera saker ytterligare finns det i

varje bransch en massa arbetande människor med vitt skilda behov.

Renis Rahn, ansvarig för Enterprise Insight and Foresight Program på Consumer & Enterprise Lab, betonar att företag aldrig kommer investera i saker som inte ökar de anställdas effektivitet och därmed produktivitet. Historien visar att enskilda personer har lättare att börja använda ny



Renis Rahn

>> teknik än företag. Företag frågar sig alltid "Vad ger den här investeringen?" och de flesta väntar med att köpa ny teknik till dess att de ser att det ger något för ett annat liknande företag.

– Ericsson och operatörer som ska sälja till företag måste förstå vilka behov som folk har på jobbet som ännu inte är besvarade och vilka kommunikationsproblem de behöver lösa för att kunna utföra sina uppgifter mer effektivt, säger hon.

– I dag pratar ingen i telekombranschen om de som faktiskt ska använda alla tjänster, utan det handlar bara om vilka företag man kan sälja mobila datatjänster eller mobilt bredband till.

Även om det är viktigt att förstå vilka faktorer och personer som styr när företag köper in IT- och telekomutrustning, är det ännu viktigare att veta vad de anställda faktiskt behöver för tjänster – för utan tjänster som folk behöver, finns ingen anledning för företag att betala för dem överhuvudtaget.

Den bästa vägen att gå är därför att kartlägga olika sorts anställda och utifrån den kunskapen utforma tjänsterna. Enligt Renis Rahn ligger Ericsson långt framme när det gäller förståelsen av olika grupper av anställda.

– Vi försöker se till helheten i folks behov, vad de behöver på jobbet och vad de vill ha privat. Nyckeln till framgång på företagsmarknaden är en djup förståelse av arbetande människors skiftande behov, säger hon.

Utifrån de studier hon gjort och den information Consumer & Enterprise Lab har samlat in från andra håll har Renis Rahn en hel del intressanta fakta: Runt 50 procent av alla anställda använder en mobil i jobbet, men endast cirka 10 procent får hjälp av sitt före-

tag med mobilräkningen. Slutsats: många använder i dag sin privata mobil i jobbet.

Det riktigt intressanta är att undersökningar visar att mobiltelefoner används mer i jobbet om arbetsgivaren betalar hela eller delar av räkningen – medan det privata användandet inte ökar nämnvärt. Det är ett tecken på att företag inte behöver vara alltför oroad över att deras anställda ska missbruka en betald mobiltelefon.

– Vi tolkar det som att företag verkligen tjänar på att betala de anställdas mobilräkning, eftersom det ökar deras effektivitet. Viktigt är att det går att separera privata samtal från arbetsrelaterade samtal på räkningen. Det kan få fler företag att betala för mobilen, säger Renis Rahn.

Vidare visar en av hennes studier att hälften av de tillfrågade personerna trodde att mobilsamtal skulle göra dem effektivare på jobbet, fyra av tio trodde att vidarekoppling från en fast telefon eller att ha en gemensam telefon för fast och mobil telefoni skulle göra dem effektivare och runt en tredjedel säger samma sak om e-post och kalender. Siffrorna varierar dock mellan olika sorts anställda.

95 procent av alla mobiltelefonanvändare uppger att de talar i sin mobil minst en gång om dagen, privat eller i jobbet, 60 procent använder sms och 55 procent kollar sina röstmeddelanden. Avancerade datatjänster är däremot ännu så länge främmande fågel för en stor del av arbetskraften världen över.

– Användningen av datatjänster är försvinnande liten och Ericsson bör nog vara försiktigt så att vi inte gör någon "hype" av att företag ska driva datatillväxten. Vi måste vara realistiska, förstå marknaden och anpassa oss efter den genom att sikta in oss på de

segment vi vet kan vinna på ökad mobilanvändning, säger Renis Rahn och säger i nästa andetag:

– Men verkligheten ser inte mörk ut. Jag tror att det finns en jättepoteential för data att växa, men det sker inte över en natt. Röst kommer att fortsätta vara störst en lång tid framöver och operatörer kan hjälpa företag med mycket inom röst. I dag använder inte många telefonkonferenser till exempel. Det första steget är att få företag att betala för röst, längre fram går det att få dem att betala för data.

Så vad behövs för att lyckas på företagsmarknaden? Renis Rahn pekar på att alla tjänster inte är användbara för alla sorts anställda, detta är särskilt giltigt för datatjänster.

– De som erbjuder tjänster måste lägga ned tid och energi på att dela in marknaden i segment och sikta in sig på rätt sorts företag och rätt yrkesgrupper. För att nå olika grupper av anställda krävs olika marknadsföringskampanjer, som är riktade mot en specifik grupp. Pionjärer anammar ny teknik snabbare än traditionalister. Traditionalister utgör minst en fjärdedel av arbetskraften och de behöver mycket träning. Bra support är avgörande.

Förmodligen är den bästa vägen för Ericsson att slå sina påsar ihop med företagskunder, för att tillsammans kunna utforma bra paket med tjänster utifrån de olika behov som finns hos dem som är tänkta användare.

Som sagt, det är en komplex marknad, men egentligen är det inte svårare än vad undersökningsföretaget Ovum skrev i en rapport i december 2003: "There is more than one kind of enterprise; but perhaps more important, there is more than one kind of enterprise mobile worker."

Ericsson & Consumer Lab har delat in **folk som jobbar i tio olika grupper av arbetande människor**. Varje grupp består av yrkesroller med liknande rörlighet i jobbet som använder verktyg och tjänster för kommunikation (mobil, datorer, vanlig telefon, e-post, etc) på liknande sätt. Detta är generaliseringar och bara en del av all den information som Ericsson Consumer & Enterprise Lab tagit fram.

Indelningen i grupper av arbetande människor fungerar ihop med Ericssons modell Take Five, som delar in människor efter deras attityder och värderingar gällande kommunikationsteknologi. Inom varje arbetargrupp finns alla Take Five-typer: pioneers, traditionalists, materialists, sociables och achievers.

Högre chefer/välutbildade akademiker: Gifva välutbildade fäder över 50 år med hög socio-ekonomisk status. Många driver egen verksamhet. De jobbar inom till exempel finans och ofta som konsulter. Jurister och politiker är andra yrken. Jobbet är en viktig del av livet och de behöver hålla sig uppdaterade. Rör sig mycket i jobbet och troligtvis betalar företaget för deras kommunikationsverktyg. Vill ha tjänster som gör dem effektivare på jobbet. I gruppen är "early adopters" aningen överrepresenterade.





Välutbildad kontorspersonal: Ofta välutbildade gifta kvinnor mellan 35 och 59 år, många är mellanchefer. Jobbar i medelstora och stora företag och i offentliga sektorn med försäljning, finans, marknadsföring och personalfrågor. Jobbar mestadels vid sitt skrivbord, men många jobbar hemifrån då och då. Använder e-post och fast telefon mycket och många är tunga mobilanvändare i jobbet, trots att arbetsgivaren inte betalar för samtalen. Vill gärna öka sin effektivitet och är intresserade av samma tjänster som högre chefsgruppen, fast de vill ha lättare telefoner. Gruppen har fler sociables än genomsnittet av alla grupper, och de kan tänka sig att betala extra för nya tjänster om de ser att dessa tillför något i deras vardag.



Anställda i offentlig sektor: Mest kvinnor med barn, 29–49, välutbildade och relativt hög socio-ekonomisk status. Jobbar främst inom offentlig sektor och dessa institutioner är ofta stora arbetsgivare (över 500 anställda). Lärare, sjuksköterskor och folk som jobbar med allmänna administrativa sysslor. Väldigt rörliga inom och mellan byggnader på ett universitets- eller sjukhusområde. Att få något för pengarna och bra kundvård är viktigt för att locka gruppen, som är beredd att betala för tjänster och varumärken om de praktiskt förbättrar deras vardag. Tjänster bör främja sociala kontakter, som rösttjänster, SMS, e-post och "hitta din vän".

Tekniker: Män mellan 22 och 45, singlar eller med partner, medelgod utbildning, hög socio-ekonomisk status. Tidiga att anamma ny teknik. Jobbar vanligtvis i medelstora och stora företag i privat sektor i branscher som IT/telekom, finans och tillverkningsindustrin. Inte den rörligaste gruppen, men de rör sig oftast i en byggnad eller inom ett område. Väldigt troligt att företaget betalar deras verktyg. De vill ha det senaste; de bästa telefonerna och tjänsterna.



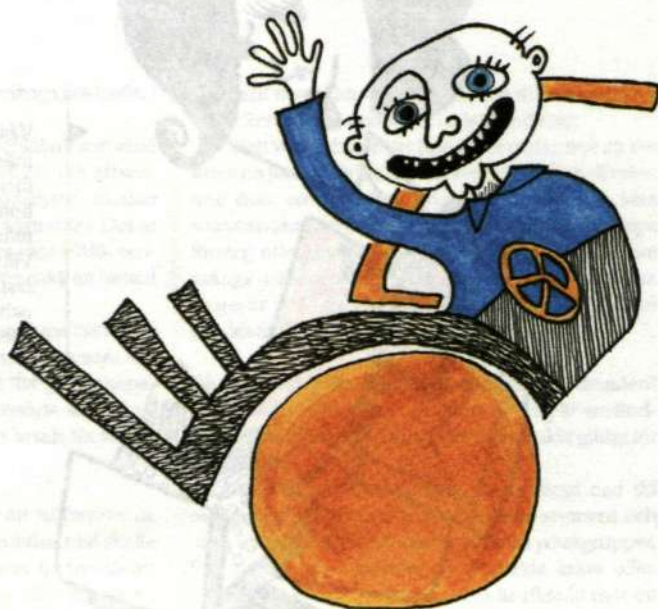
Säljare och servicepersonal ute på fältet: Gifta fäder, 25–39, medelhög utbildning och socio-ekonomisk status. Många jobbar på stora företag, medan några återfinns i offentlig sektor: säljare och teknisk servicepersonal som åker runt ingår, liksom utryckningsyrken som brandmän och poliser, samt militärer. Hög rörlighet, i viss utsträckning betalar arbetsgivaren för verktyg som mobiler, tvåvägsradio eller fast telefon i fordon. Gillar alla nya tjänster och är intresserade av sportresultat och aktiekurser. Många är "early adopters".

Grundutbildad kontorspersonal: En typisk representant är en något äldre gift kvinna, 45–59, med låg till medelhög utbildning och socio-ekonomisk status. Ofta anställda i små och medelstora företag och jobbar med till exempel administration. Få är chefer, de jobbar vid sitt skrivbord och nästan aldrig hemma. Företaget betalar inte mobilen. Prismedvetna och konventionella användare av enkla tjänster och telefoner, men visar visst intresse för jobbrelaterade tjänster som vidoarsändning av samtal, uppdatering av kalender och register.

tillväxt: företagsmarknaden



Hantverkare på språng: 36-69, gifta. Låg- eller medelutbildade och privatanställda, mest som hantverkare, inom transport och bygg- och anläggning. Inga chefer. Den rörligaste gruppen av alla, men överraskande få får verktyg från företaget och när de får det är det ofta tvåvägsradio. Lätt att använda och hållbarhet är viktigt. Intressanta tjänster är radiofunktioner, spårning, en telefon för fast och mobil telefoni och spel.



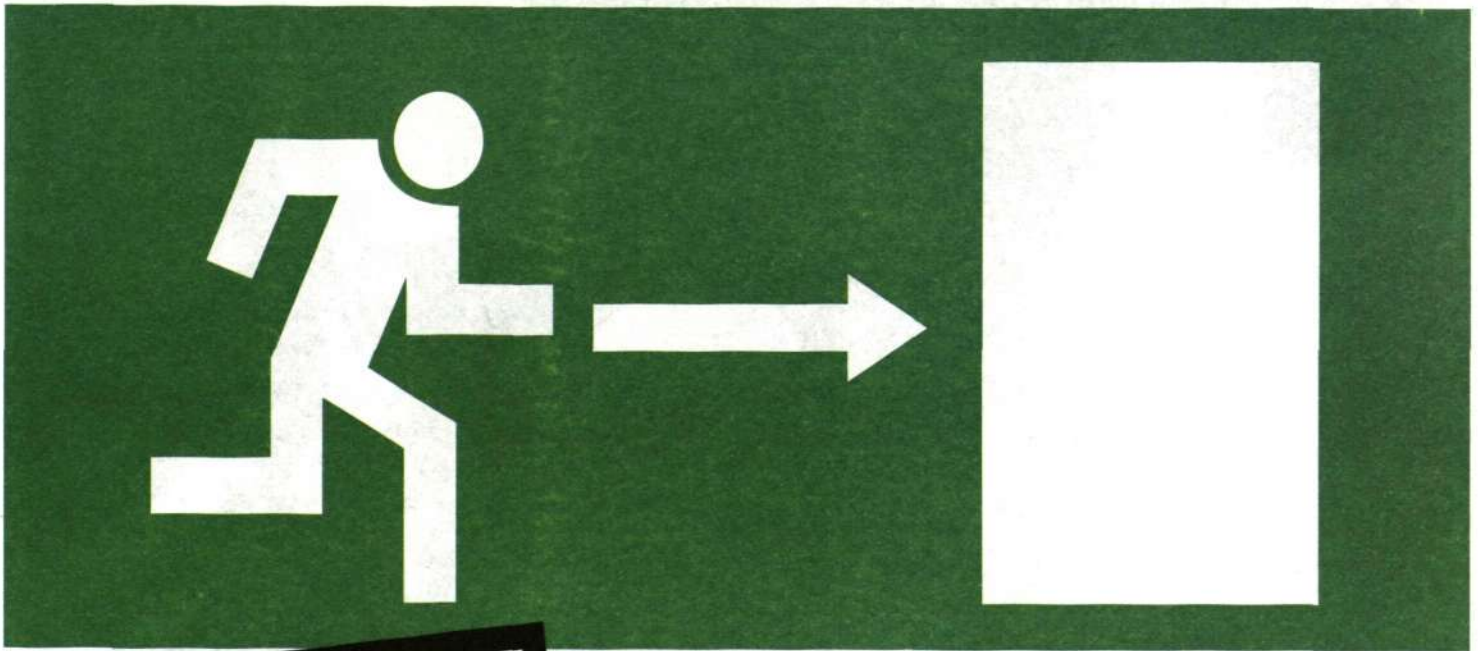
Stationära hantverkare: Äldre lågutbildade gifta män med barn, låg- till medelinkomst. Vissa driver eget och ungefär hälften jobbar i företag med färre än tio personer. Elektriker, snickare, svetsare och truckförare som jobbar på en och samma plats. Cirka en tredjedel rör sig inom den platsen. Får inte mobil eller andra verktyg från företaget. Prismedveten grupp för vilken kundservice och användarvänlighet är viktigt. Tjänster och abonnemang måste vara enkla och fungera från första början. Vill ha bastjänster.



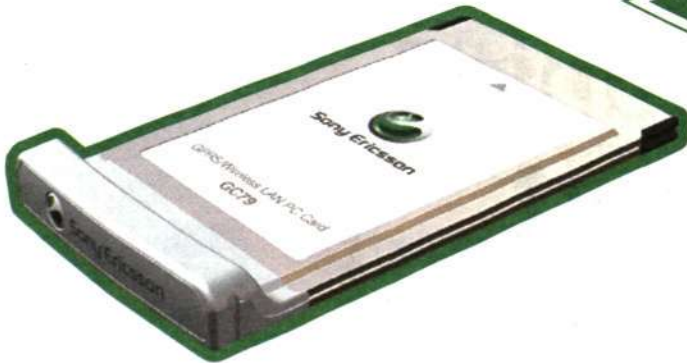
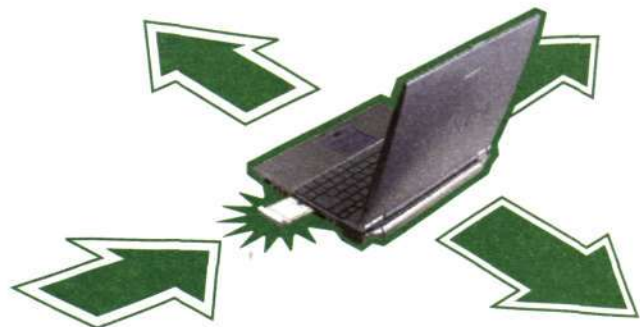
Fabriks- och servicepersonal: Bred spridning av ålder, kön och civilstånd. Lågutbildade och låg- till medelinkomst. Anammar nya saker sent. Majoriteten jobbar i privat sektor. De är inte chefer och ofta handlar det om ensamarbete. Exempel på yrken är fabriksarbetare längs löpande bandet, städare och liknande serviceyrken. Använder knappt alls telefon i jobbet och får dem inte betalda. Det ska vara lätt och bekvämt att använda. Intresse av nöje: mobil-TV, musik, MMS och spel.



Butiks-, restaurang- och hotellpersonal: Singelkvinnor, 15-29, låg inkomst, materialister och pionjärer. De jobbar inom privat sektor, är inte chefer, ofta deltid. Jobbar på en plats, men kan röra sig där. Får inte verktyg från arbetsgivaren. Vännerna och vad de tycker är viktigt, så även priser. Vill ha nöje och roliga tjänster, som musik, spel, videoklipp och MMS - samt häftiga mobiler.



**FREE
OFFICE
WORKERS**



Why should work be grey, square and claustrophobic?

Why should you have to put up with office politics,
annoying distractions and dead time?

It doesn't have to be this way, you know. Get out of
your chair and enter a new era of unlimited freedom.

Now thanks to the GC79's unique combination of
tri-band, GPRS and WiFi technology you can connect
anywhere. Escape the stuffy office and breathe the
fresh air of flexibility.

The GC79 PC card. Plug into freedom with GPRS and Wi-Fi

sedan sist



Det ser fortsatt bra ut finansiellt för Ericsson, En faktureringsökning på 18 procent jämfört med samma tid förra året. Huvudanledningen till det fina resultatet är försäljningen av tjänster globalt som ökat med 30 procent.

Foto: Hanna Telemann



Tjänster anledning till stark rapport

Ericssons andra kvartalsrapport för året mottogs med förtjusning av nöjda aktieägare och imponerade analytiker – de sistnämnda menade att resultatet på nytt låg långt över förväntningarna.

Anställdas imponerande drivkraft för operationell excellence och lyhördhet för bolagets kunders behov har inneburit en solid utveckling för Ericsson, menade företagets vd och koncernchef Carl-Henric Svanberg.

Årets andra kvartalsrapport visade att Ericsson håller farten uppe med en faktureringsökning på 18 procent jämfört med för ett år sedan. Detta är framför allt tack vare försäljningen av tjänster globalt som ökat med hela 30 procent jämfört med första kvartalet.

På presskonferensen i Kista den 21 juli lyfte Carl-Henric Svanberg fram tillväxten inom tjänster till operatörer och bättre siffror än förväntat i Centraleuropa, Mellanöstern och Afrika (CEMA) som avgörande för det starka kvartalet, medan affä-

terna i USA hållits uppe tack vare Cingulars fortsatta satsning på nät.

Carl-Henric Svanberg hänvisade till den stegrade priskonkurrensen som sätter press på operatörerna när trafiken ökar och mer utrustning krävs.

– Fokus är därför på den totala kostnaden av ägandeskap. Om de operativa kostnaderna är 25 till 30 procent av totalkostnaderna hamnar tonvikten på att reducera den kostnaden. Att då ha fel utrustning eller en felaktig kombination av utrustning skulle i det långa loppet öka kostnaderna dramatiskt, menade han.

Synergierna mellan Ericssons supportorganisation och operatörer genererar tilltalande kostnads-sänkningar och goda marginaler för bolaget, sa Carl-Henric Svanberg.

För första gången stod CEMA för den största tillväxten bland Ericssons säljregioner: 27 procent, motsvarande 10 miljarder kronor, vilket överträffar den traditionellt starkaste marknaden Västeuropa med 100 miljarder kronor. Carl-Henric Svanberg menade att detta kan härledas till de enorma utrustningarna på den växande marknaden, tillsammans med Ericssons Expander Solutions, EDGE och WCDMA.

Framgången kommer sannolikt att fortsätta. Media och analytiker var på presskonferensen särskilt intresserade av att Ericsson uppgraderat utrustningarna för resten av året från den tänkta svaga tillväxten. Carl-Henric Svanberg ville inte ange några siffror, men menade ändå att man nu förväntar sig bättre siffror än vad som tidigare prognostiserats.



Det blåser positiva vindar för Ericsson i Belgien. Företaget har uppdragits av den belgiska mobiloperatören BASE att sköta driften av dess mobilnät. Kontraktet gäller i sju år.

Foto: Stefan Borgius/Pressens bild

Medvind i Belgien

Den belgiska mobiloperatören BASE har gett Ericsson i uppdrag att sköta driften av dess mobilnät (Managed Services). Uppdraget, som gäller under sju år är den första ordern på nät drift från KPN-gruppen, där BASE ingår.

Enligt överenskommelsen ska Ericsson sköta den dagliga driften och underhållet av BASE:s kärnnät. Mobiloperatören ska på så vis minska sina driftkostnader och kunna lägga mer fokus på sin kundverksamhet för att stärka sin marknadsposition i Belgien.

– Överenskommelsen med Ericsson gör det möjligt för oss att koncentrera oss ännu mer på att ge våra kunder den kvalitet och tillförlitlighet som de är vana vid. Vi har stort förtroende för Ericsson, som varit en viktig leverantör ända sedan BASE startade sin verksamhet, säger Bart Vandesompele, som är talesman för BASE.

Ericsson och BASE har samarbetet sedan 1998. I

slutet av 2003 hade BASE drygt 1,2 miljoner abonnenter och marknadsandelen i mars i år var över 18 procent. BASE som har sitt huvudkontor i Bryssel vänder sig till speciella marknadssektorer och erbjuder skräddarsydda tjänster. Mobiloperatören är ett helägt dotterbolag till KPN Mobile, som har verksamhet i Tyskland, Nederländerna och Belgien.

Nät drift eller Managed Services är ett av de riktigt stora tillväxtområdena för Ericsson och framtidsmarknaden spås vara mycket stor. Ungefär 160 miljarder dollar om året lägger världens telekomoperatörer på att driva och sköta sin befintliga nätstruktur. Ett arbete som Ericsson och andra intressenter inom nät drift kan erbjuda att göra betydligt billigare.



Nyligen tecknades det hundrade MMS-kontraktet.

Foto: Gunnar Ask

MMS växer snabbt

Nyligen tecknade Ericsson sitt hundrade MMS-kontrakt, vilket är nästan dubbelt så många som närmaste konkurrent har. Samtidigt ser framtiden för MMS ljusare ut för varje dag.

Jämfört med 2004 beräknas årets försäljning av MMS över hela världen att mer än fördubblas. Användningen i Asien och Europa ökar hela tiden, medan efterfrågan ökar i Ryssland och Afrika. Att telefoner med MMS blivit tillräckligt många och introduktionen av automatiskt konfigurerade telefoner 2008 beräknas 65 procent av telefonerna ha MMS, vilket skulle ge ungefär 210 miljoner aktiva användare och upp till 10 miljarder dollar i intäkt bara från meddelanden mellan personer.

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

Höj rösten om IT

Sitt inte bara och klaga på IT-problem. Nu har du chansen att påverka. Den här månaden kommer 5000 Ericssonmedarbetare, tio procent av företagets anställda, att tillfrågas om sin syn på hur Group IT fungerar.

Slutanvändarundersökningen syftar till att ta reda på vad som irriterar människor när de använder IT – det kan vara långsam support eller svårigheter med att använda program.

Göran Kördel, ansvarig för IT-support, menar att det är viktigt att alla tar sig tid att fundera igenom sina svar och ge kommentarer.

Sedan den grupp som arbetar med att förbättra IT-funktionerna tillsattes i november förra året, efter en mängd klagomål, har den använt kvartalsvisa undersökningar för att påbörja förändringsprocessen.

– Fram till nu har gruppen, utifrån vad som framkommit i undersökningarna, gjort IT-supporten mer till en helhetsprocess. Vi kan ge bättre feedback när förfrågningar inkommit och vi kan bättre avgöra hur brådskande ett ärende är, säger Göran Kördel.



Säg vad du tycker om Ericssons IT-miljö.

Foto: Björn Olsson/Pressens Bild

Biten av giftspindel – räddad av mobilen

Den brittiske kocken Matthew Stevens hade otur när han skulle vrida ur en diskhandduk på

Quantock Gateway pub i Bridgwater. I handduken gömde sig ett exemplar av den aggressiva och mycket giftiga markfågelspindeln (Phoneutria fera). Spindeln hade tagit sig till köket i England via en banantransport från Brasilien och därefter flytt in under handduken.

Matthew Stevens kände först att någonting stack honom i handen och upptäckte därefter spindeln, men utan att inse hur farlig den var.

– Den var stor som min handflata och när jag plockade upp den bet den mig igen, berättar han för tidningen Times.

På något sätt lyckades han ändå få in spindeln i kökets frys där gynnarens kampvilja snabbt avtog. Stevens tog upp sin mobiltelefon och fotograferade sin angripare.

Ambulans tillkallades och den vid det här laget ganska medtagne kocken fick omedelbart dropp. Tillståndet förvärrades dock utan att läkarna visste vilken spindelart det rörde sig om. Matthew Stevens visade dem då bilden han hade i sin telefon.



Ett exemplar av den brasilianska markfågelspindeln.

Fotot skickades till Bristol Zoo där man snabbt konstaterade att det var en markfågelspindel.

Läkarna lyckades få giftet ur Stevens kropp och han kunde lämna sjukhuset redan dagen efter.

Hur det gick för spindeln? Den brittiska hälsoskyddsmyndigheten fann senare spindeln i frysen i vad man uppgav vara ett "komaliktande" tillstånd.

till sist

text: tomas eriksson och catharina bergsten

foto: tomas eriksson



Formel 1 är Naders stora utmaning

Nader Ahmed på Formel 1-banan i Bahrain där han har fixat telekommunikationen.

Michael Schumacher höjde handen efter att ha vunnit historiens första Formel 1-lopp i Bahrain. Strax därefter kunde också Nader Ahmed höja en knuten näve. Det mobilnät han byggt på stadion hade fungerat hela helgen.

Den 4 april 2004 fick Mellanöstern sitt första Grand Prix i Formel 1. Banan i Bahrain är en fantastisk anläggning 30 km söder om huvudstaden Manama. 5 417 meter svart asfalt ligger uthäld i den vita ökensanden. På läktarna ryms 50 000 åskådare.

Uppgiften att garantera bra telekommunikation för alla åskådarna och de 500 ackrediterade journalister gick till Batelco, Bahrains dominerande teleoperatör. Ericsson, som är Batelcos största leverantör, fick i uppdrag att utföra installationerna.

Ansvarig för arbetet var Nader Ahmed, implementation manager vid Ericssons Bahrainkontor. Arbetet gick ut på att se till att det fanns täckning på varje kvadratmeter och tillräcklig kapacitet för alla telefoner.

– Vi var nio personer som jobbade med installationen i en vecka. Vi fick tillgång till det som då var Ericssons senaste hårdvara, RBS 2206 med EDGE och RBS 2202 med högsta möjliga kapacitet, berättar Nader Ahmed.

– Under tävlingshelgen hade vi koll på systemet 24 timmar om dygnet och kapacitet att snabbt kunna åtgärda eventuella fel.

Nu har Bahrain haft formel 1-tävlingar vid två tillfällen och det har satt landet på kartan.

– I dag vet nästan alla var Bahrain ligger och det kommer många turister i samband med tävlingarna, säger Nader.

Nader Ahmed tog sin examen i electronic engineering vid Bahrain College 1994. Samma år började Ericsson bygga Baltecos mobilnät på de 33 öar i Persiska viken som bildar staten Bahrain. Då drömde han om att bli pilot. Men tre år senare började han jobba på Ericsson. Han är mycket nöjd med sina åtta år i företaget.

– Jag känner stolthet över att få jobba i ett av de största företagen i världen inom telekom. Jag har hela tiden fått nya arbetsuppgifter och jag har fått resa mycket. Jag har varit i Sverige fem gånger, och på Irland och i Turkiet, säger han.

I framtiden vill han jobba utomlands.

– Gärna i Sverige. Jag vet att det är kallt där, men jag skulle gärna stanna ett par år, säger Nader Ahmed.

Nader Ahmed har svart bälte i karate Hoi Jeon Moo Sool. Han slutade tävla när han började på Ericsson, men han anser sig ha stor nytta av det han lärde sig av sin koreanske mästare.

– Karate har lärt mig att vara tålmodig och att

kunna kontrollera stress. Karate gav mig också självförtroende att våga sikta på de mål jag verkligen vill nå, säger han.

Michael Schumacher lyckades inte upprepa sin succé i 2005 års Grand Prix i Bahrain. Nu var spanjoren Fernando Alonso snabbast.

Men Nader Ahmed var en vinnare även i år. För han fick åter uppdraget att se till att telekommunikationerna fungerade under tävlingshelgen.

– Vi satte upp samma utrustning som vi monterade ner efter förra årets tävling. Allt gick perfekt även i år.

fakta

Namn: Nader Ahmed Abdulrasool Ahmed

Ålder: 32 år.

Familj: singel. "Letar efter min drömkvinnan."

Yrke: implementation manager på Ericsson, Bahrain.

Bäst med Bahrain: "Bahrain är ett litet, öppet och modernt land med vänliga människor."

BAHRAIN

Statsskick: monarki

Yta: 665 km² (uppdelat på 33 öar, varav sex bebodda)

Invånarantal: ca 688 000, varav 35 procent är utländska gästarbetare

Språk: arabiska

Naturtillgångar: olja och naturgas