

# KONTAKTEN

TIDNINGEN FÖR MEDARBETARE  
INOM ERICSSONKONCERNEN

11 · 2005

▽ Foto: Håkan Moberg



Full koll  
på services

7-13

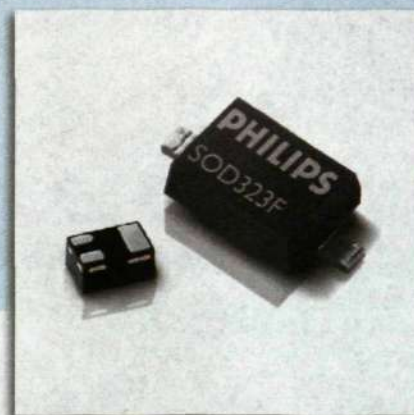
▶ Low  $V_{CEsat}$  (BISS) transistors

	$I_C$	$I_{CM}$	$V_{CEO}$	$V_{CEsat} @ I_C / I_B$	Package
<b>PBSS301PD</b>	4 A	15 A	20 V	< 280 mV @ 4 A / 400 mA	SOT457 (SC-74)
<b>PBSS4480X</b>	4 A	10 A	80 V	< 270 mV @ 5 A / 500 mA	SOT89 (SC-62)
<b>PBSS3515M</b>	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
<b>PMEG4010EH</b>	1 A	9 A	40 V	< 640 mV @ 1 A	SOD123F
<b>PMEG2020EJ</b>	2 A	10 A	20 V	< 430 mV @ 1 A	SOD323F (SC-90)
<b>PMEG2010AEB</b>	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](http://www.semiconductors.philips.com)

**PHILIPS**  
sense and simplicity

# 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

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

Tomas Eriksson  
kontakten@ericsson.com

Peter Gotschalk  
kontakten@ericsson.com

Lars-Magnus Kihlström 08-588 331 35  
lars.xx.kihlstrom@ericsson.com

Lisa Kullman 08-588 331 58  
lisa.kullman@citat.se

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

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

Lena Widegren 08-588 331 24  
lena.widegren@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 Sundkvist, 08-588 331 62  
hazel.sundkvist@citat.se

## layout

Citat, 08-506 108 70

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

# I Detta nummer

<b>aktuellt</b> · Marconi	5
<b>special</b> · global services	7-13
<b>ericssons kunder</b> · Vodafone	14-15
En marknad full av möjligheter	16-18
<b>ericsson runt</b>	21
Elddopet i Vigo	22-23
Lösningen som täcker hålen	25
Lära kunderna näten	26-27
Bättre IT-hjälp att vänta	28
<b>sedan sist</b>	30-31
Rekord i Dubai	32



## spalten

Henry Sténson  
informationsdirektör  
och ansvarig utgivare

## I jätteaffärernas svalgöror

Telefónica vill köpa O2. En affär för jättebelopp. Telenor har köpt Vodafone i Sverige. Visserligen ett blygsamt förvärv i jämförelse men intressant med tanke på hur det kan påverka konkurrenssituationen i Skandinavien. Tidigare har vi dessutom sett liknande uppköp i Italien. Frågan är vad som följer i svalgöror av dessa affärer.

I flera år har vi inom Ericsson konstaterat att den europeiska mobiltelefonmarknaden borde gå i samma riktning som den amerikanska. Vi har märkt att antalet talade minuter per abonnent varit många fler i USA än vad det varit i Europa. Vi har också sett att priset per minut i näten i USA har varit klart lägre. Frågan har bara handlat om när den europeiska marknaden skulle följa efter.

Situationen i USA är resultatet av ett antal konsolideringar och uppköp mellan telekombolag. Precis den typ av affärer som nu sker i Europa. Följden har blivit att priskonkurrensen ökar i flera europeiska länder. Jag tror att det vi ser nu bara är början. Ska man få fram stordriftsfördelar och växa både abonnentstocken och antal sålda minuter, så måste industrin konsolideras.

Det öppnar möjligheter för oss – inte minst för Ericssons tjänsteverksamhet, Global Services. Under det tredje kvartalet i år växte denna affärsenhet med 30 procent. Idag är Global Services inte bara störst inom segmentet service och support, enheten växer också snabbast i branschen, både räknat i procent och i kronor.

Genom dessa framgångar har Ericsson skaffat sig en unik position och ett livsviktigt komplement till systemförsäljningen. Det är anledningen till att detta nummer av Kontakten till stor del är ägnat åt våra tjänsteaffärer och hur deras högt ställda men också rimliga tillväxtmål ska uppnås.

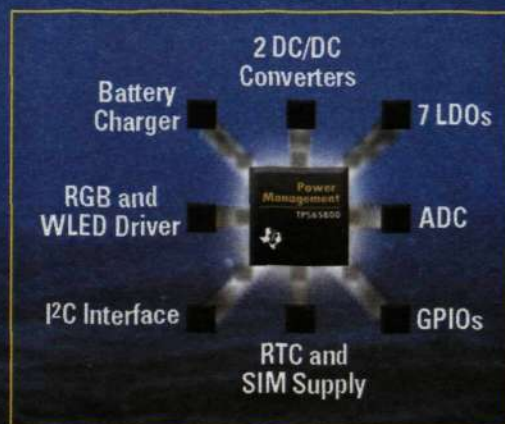
Låt mig slutligen understryka vikten av att aldrig ge upp när det ser som mörkast ut. Det slår mig tydligt när jag i det här numret läser om den remarkabla scenförändring som Ericsson har åstadkommit med Vodafone. En tidigare frostig relation med denna ack så viktiga kund har förvandlats till ett blomstrande samarbete som präglas av ömsesidig respekt. Snacka om att ta tillvara på möjligheterna. •

# One Chip, One Solution

## Integrated Handheld Power Management

The TPS65800 power management IC extends battery life in portable designs while occupying up to 70% less board space than discrete solutions. Designed for multimedia and communication devices powered by a 1-cell lithium-ion battery, the TPS65800 integrates complete battery management, highly efficient power conversion, including a white LED driver, and an I<sup>2</sup>C control interface in an 8 x 8 mm<sup>2</sup> QFN package.

**Save Up to 70%  
Board Space**



**High Performance. Analog.  
Texas Instruments.**

For a datasheet, sample and evaluation module, visit  
[www.ti.com/tps65800-e](http://www.ti.com/tps65800-e)

aktuellt: marconi

text: lena widegren

foto:marconi



Under en tre dagar lång turné har Ericssons koncernchef och vd Carl-Henric Svanberg och Sivert Bergman, chef för affärsenheten Transmission och Transport, rest runt i Europa och mött medarbetare på Marconi. På bilden talar Carl-Henric Svanberg inför samlingen i italienska Genua.

# Marconi: första stegen är redan tagna

Med Marconiköpet trappas satsningen på nästa generations sammanväxta nät upp. Affären gör **Ericsson väsentligt vassare på området fasta nät**. 6 500 anställda beräknas följa med över från Marconi. Ericssons ledning har redan hunnit träffa merparten av de berörda för att beskriva sina avsikter med köpet och svara på frågor.

**I mitten av oktober** annonserades det att Ericsson förvärfvar brittiska telekomleverantören Marconi. Ericsson tar över sjuttiofem procent av tillgångarna och rätten att använda det starka varumärket Marconi.

Affärens motiv är att få en stärkt position inom nästa generations tele- och datanät, så kallade sammanväxta eller konvergerade nät.

– Med Marconis produkter fyller vi igen kritiska luckor i vårt eget utbud. Det ger oss möjligheten att nå nya kunder inom området fasta nät, säger Sivert Bergman som är chef för affärsenheten Transmission och Transport tillika ansvarig för att integrera Marconi in i Ericssons verksamhet.

Dessutom är det brittiska



Sivert Bergman

företaget världsledande inom sin nisch fiberoptisk telekomutrustning. Marconi har flera starka produkter inom området transmission, det vill säga överföring av stora mängder trafik. Kompetens inom transmission blir allt viktigare då utvecklingen går mot att all telefoni- och datatrafik på sikt kommer att köras via ett enda nät baserat på ip, vilket ställer stora krav på överföringshastigheten. Genom att lägga Marconis produkter till den egna portföljen kan Ericsson erbjuda sina kunder ett komplett optiskt nät hela vägen från kärnnät (core) till bredbandsaccess för fast nät.

Med köpet tar Ericsson över cirka 6 500 anställda i England, Tyskland, Italien och USA. Under en tre dagar lång turné i Europa – och en särskild avstickare till USA – har Ericssons ledning satsat på att försöka vinna deras förtroende genom besök på

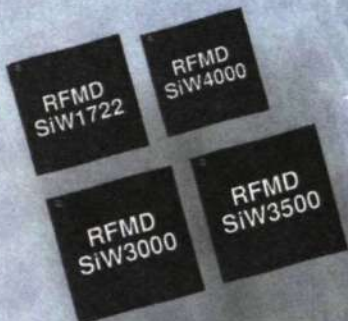
plats. Folk har fått höra Ericssons tankar bakom affären, hur integrationsprocessen går till och fått chans att ställa frågor. Genom turnén hade 80 procent av de berörda medarbetarna på Marconi möjlighet att träffa Carl-Henric Svanberg och Sivert Bergman.

– Det känns bra att på några få dagar ha nått ut till merparten av medarbetarna inom Marconi. Vi har förhoppningsvis skingrat en del naturliga orosmoln hos de anställda och fått visa vårt engagemang och att vi menar allvar med förvärvet, säger Sivert Bergman. Att vi därtill redan har en lång tradition av samarbete och därmed gedigen kunskap om varandra gör att avstånden mellan oss känns helt överkomliga. Sivert Bergmans intryck är att det finns mycket självförtroende inom Marconi och en stolthet över den ledande ställning man lyckats nå inom transmission.

Vid årskiftet ska det avtal som nu finns mellan de två företagen ersättas med ett köpekontrakt. Fram till dess fortsätter Marconi och Ericsson att vara två separata bolag. Men för Sivert Bergman har integrationsarbetet redan tagit fart på allvar. Det handlar om att lära känna organisationen och produkterna och tillsammans med Marconi planera detaljerna i övertagandet. I en andra fas gäller det att lösa hur de båda verksamheterna ska samverka med varandra och identifiera överlappande organisationer.

RF Micro Devices — Making History in the Semiconductor Industry.  
More Than One Billion Cellular PAs Shipped

For a complete range of *Bluetooth*® solutions, look to the UltimateBlue™ family of single-chip ICs and software from RF Micro Devices®.



CMOS direct conversion transceivers provide superior receive sensitivity, reduced spurious emissions and the best range and link reliability available.

On-chip 50 ohm RF matching reduces the number of external components required and eliminates costly tuning during production.

A full line of upper and lower layer stacks, profiles and audio enhancement algorithms has been optimized to deliver a complete hardware and software system.

Choose the small, low-cost total solution designed to help you get your product to market fast.

- SiW4000 Enhanced Data Rate for mobile phones
- SiW3500 for mobile phones and headsets
- SiW3000 for PCs and peripherals
- SiW1722 for CDMA mobile phones

# We are Wireless.

## Cellular Wireless LAN

**Bluetooth**®  
wireless technology

## Infrastructure GPS

**RF**   
**MICRO·DEVICES**

For sales or technical support, contact [sales-support@rfmd.com](mailto:sales-support@rfmd.com).  
[www.rfmd.com](http://www.rfmd.com)

Enabling Wireless Connectivity™

 **Bluetooth**® **ARM**

ISO 9001: 2000 Certified / ISO 14001 Certified

RF MICRO DEVICES®, RFMD®, Enabling Wireless Connectivity™, and UltimateBlue™ are registered trademarks of RFMD, LLC. BLUETOOTH is a trademark owned by Bluetooth SIG, Inc., U.S.A. and licensed for use by RF Micro Devices, Inc. All other tradenames and registered trademarks are the property of their respective owners. ©2005 RFMD.

USA/Corporate Headquarters: RF Micro Devices, Inc.

Phone: 336.664.1233 Fax: 336.931.7454

[www.rfmd.com](http://www.rfmd.com)

RF Micro Devices, Sweden

Phone: +46.46.152080 Fax: +1.336.678.0068

E-mail: [mwidung@rfmd.com](mailto:mwidung@rfmd.com)



# Tjänster

## – en fråga om balans

Global Services går **från klarhet till klarhet**. Det gångna kvartalet var försäljningen 25 procent högre än samma period året innan. Så bör det fortsätta – Ericssons ledning vill nämligen att Global Services växer snabbare än konkurrenterna och tar ytterligare marknadsandelar de kommande åren.

– **En bra balans** mellan produkter och tjänster är bästa sättet för oss att hålla oss kvar på toppen – utan bra fungerande produkter skulle vi ha mycket svårt att hävda oss, säger Hans Vestberg, chef för Global Services.

Han understryker att tjänster framför allt är en lokal affär. Det är på de olika marknadsenheterna som man har kontakt med kunden och det är där som affärerna görs.

Ett exempel är att Ericsson i februari fick en uppmärksammasad så kallad mega deal i Italien, ett kontrakt där man tog över all drift av operatören 3s nät, den största affären någonsin för koncernen.

Kontakten berättar både om den affären och om hur Global Services med sin organisation för serviceleverans arbetar på bred front för att nå sina högt satta mål. Vi berättar också om den hårdnande marknaden, om försäljningsstrategier och om konkurrenter.

– Ericsson har mycket hög kompetens inom området services, ett område som vi arbetat med på ungefär samma sätt i mer än hundra år, säger Hans Vestberg. Han fortsätter:

– Det är inte någon dramatisk skillnad då mot nu, utom det faktum att vi nu tar betalt för tjänsterna. Det nya är att vi kan gå uppåt i värdekedjan och ta på oss att driva hela nät, systemintegrera service lager och ge råd om hur operatörerna ska optimera sin verksamhet. •





# Jätteaffären öppnar för en ny värld

När Ericsson i februari i år fick en jätteorder på att ta över driften av mobiloperatören 3:s 3G-nät i Italien var det **en av de största affärerna i företagets historia**. Femton miljarder kronor på fem år, var summan av "mega-dealen". En stor affär, men också början till något ännu större.

>> I hjärtat av Ericssons kontor i industriförorten Morena på slätten några mil söder om Rom finns ett rum som ger en förning om vart utvecklingen är på väg. Här sitter rader av unga ingenjörer vid sina skärmar och övervakar och driver 3:s mobilnät, som är en del av Hutchisons globala verksamhet. På väggen syns en karta över Italien och statistik och staplar som visar status på nätet.

En nätövervakningscentral, tänker man. Men där bedrar man sig. Detta är nästa steg i utvecklingen. Att nätet går som det ska är en förutsättning, men dagens avancerade multimediatjänster kräver också att hela IT-plattformen, som i det här fallet sköts från Milano, fungerar end-to-end med fakturering, innehåll etcetera.

Paolo Lazzaro, chef för O&M, drift och underhåll, beskriver entusiastiskt detta som ett unikt center och att även om det nu är helt ägnat 3 är målet att gå vidare till ett multioperatörs-center.

- Vi sköter redan nu flera leverantörers utrustning eftersom 3:s nät är uppbyggt med noder från bland andra Siemens, Alcatel och Cisco. Och det går bra.

Affären omfattar alltså allt som hör till services av 3G-nätet; kärnnätet, radionätet, IP-nätet, nya applikationer och tjänster. Det innebär att rulla ut nät, att optimera och övervaka nätet, att serva nätet, stödja med datasystem, förbättra, introducera nya tjänster med mera. Femton miljarder på fem år. Med hårda krav i kontraktet på att operatören ska få markanta

vinster på affären. Främst i form av rationell drift och lägre kostnader.

För att klara detta bildade Ericsson i Italien ett separat servicebolag, ENSI, Ericsson Network Services Italy. ENSI tog över de flesta uppgifter som tidigare sköts av 3, samt personalen på 3 som arbetade med dessa tjänster. 3:s tidigare tredjepartsavtal togs också över till en början, men är nu föremål för omförhandlingar. Där kan man göra ytterligare besparingar.

Valter D'Avino, chef för ENSI, ger ett dynamiskt intryck. Han sticker inte under stol med att hela övertagandet av personalen varit en delikat fråga att hantera. Plötsligt skulle 750 personer från 3 höra till Ericsson, trots att de i princip utförde samma arbete som tidigare. Inte minst knivigt har det varit att lösa

kontakten mellan de 250 som är kvar på 3 i beställarroll och de som outsourcats till ENSI. Även om gränssnitten formellt är klara är det svårt att snabbt ställa om sig.

- Vi har arbetat hårt med att lösa alla praktiska frågor och att förena de båda olika kulturerna till en som drar nytta av både 3:s unga, innovativa och öppna kundattityd och Ericssons mer erfarna och systematiska sätt att strukturera arbetet, säger D'Avino. Vi vill alltså inte att 3 ska smälta in i Ericsson utan att vi gemensamt tar fram en ny kultur med det bästa från båda. Fyra av våra sex ansvariga chefer är från 3, två från Ericsson. Vi vet att förändringen måste få ta sin tid, men vi är på rätt väg.

Sen 1 april i år har Ericsson drivit 3:s nät. Den första

#### fakta: global services

- Har tecknat fler än 50 Managed Services avtal, varav hälften är hostingavtal.
- Har systemintegrerat över 100 MMS lösningar, fler än 230 intelligenta nät, mer än 500 network management lösningar - och mycket mer.
- Har drivit mer än 700 projekt kring utbyggnad, expansion eller migrering av nätverk det senaste året.
- Har genomfört fler än 150 stycken 3G projekt för tekniska konsulttjänster som nätdesign, optimering av radionät liksom strategi- och säkerhetsplanering.
- Utbildar 100 000 av operatörernas anställda årligen.
- Supportar nät som tillsammans hanterar mer än 650 miljoner abonnenter över hela världen.



foto: cristiana massaruti



Valter D'Avino, chef för Ericssons servicebolag ENSI, samt Paolo Lazzaro, chef för drift och underhåll, demonstrerar centralen varifrån man driver och övervakar hela kedjan, från nät till tjänster, åt italienska 3G-operatören 3.

säljfasen, som tog flera månader (startade i augusti 2004) och där varje detalj av laglig eller teknisk karaktär skulle förhandlas, har nu resulterat i ett mycket komplext avtal dokumenterat i fyra tjocka pärmar, visar Fabio Pasquazi, som förhandlade under säljfasen.

– Först tänkte de bara ge oss nätdelen, men vi lyckades få hela end-to-end-ansvaret. Dessutom har vi rätt att hyra ut siter till andra operatörer.

**Överföring av personalen till ENSI** är nu avklarad och man har gått över till att förändra sättet att arbeta. Det är här som effektivisering ska sättas in. Det handlar om att förbättra processer, ta bort dubbelarbete, ta fasta på synergier och återanvända bra exempel globalt.

För Vincenzo Fontana, som svarar för planering av radionätet och transmissionen, gäller det att optimera organisationen, även inför kommande tillväxt, medan Ilio Brini, som svarar för utrullning av siter, ska bemästra en snårskog av lagar och bestämmelser. Paolo Snidero, som sköter ICT (Information



Fabio Pasquazi



Vincenzo Fontana

and Communication Technology), det vill säga allt som inte direkt är relaterat till nätet, ser största utmaningen i att sänka både kapital- och driftkostnader.

– Jag har också som mål att hitta nya affärsmöjligheter och andra kunder.

Som affären är uppbyggd ger den mer vinst åt operatören ju längre Ericsson får utföra förbättringar. I slutet av femårsperioden kommer de riktiga vinsterna i effektivitet, men förlängs avtalet blir det förstås ännu bättre marginaler.

På frågan om vad det var som gjorde att Ericsson vann affären svarar Mikael Ungerholm, Ericssons ansvarige för Services Sales mot Hutchison globalt, med en liknelse.

– Om man ska genomgå en komplicerad medicinsk operation väljer man nog den läkare som gjort en sådan operation förut.

Ericsson hade nämligen redan 2001 framgångsrikt övertagit drif-



Ilio Brini



Paolo Snidero



Mikael Ungerholm

ten av Hutchisons 3G-nät i Australien och detta vägrade tungt.

– Hutchison är för oss en intressant operatör, som ligger i fronten och är mycket affärsinriktad och vill pröva på nya affärsmodeller. Det var emellertid inte självklart att vi skulle vinna i Italien, det var flera som slogs om affären.

Sen spelade det stor roll att Ericsson redan hade en stark organisation i Italien. Lokal närvaro är den absoluta förutsättningen för all service-verksamhet. Ericsson hade levererat utrustning till en del av nätet och samarbetat med 3 sedan starten för fyra år sen. Att Ericsson då gjorde en kraftinsats för att övervinna de tekniska barnsjukdomarna var ett klart plus. •

#### fakta: mobiloperatörer i Italien

Det finns idag fyra mobiloperatörer i Italien. 3, som bara satsat på 3G, samt Telecom Italia, Vodafone och Wind som alla har GSM plus 3G. TIM och Vodafone är störst totalt räknat, men 3 har vuxit snabbast inom 3G och har nu cirka 5 miljoner abonnenter.

Ericssons servicebolag ENSI sköter hela 3:s nät och finns på 18 platser spridda över Italien. Huvudorterna är Rom och Milano. Totalt arbetar cirka 1500 personer inom ENSI.



Kollegor inom Global Services leveransorganisation. Radionätkonsult Annika Sörnäs diskuterar med kartdatakonsulterna Lena Lünig och Johan Frössling kring en tredimensionell kartbild över Tokyo.

# Leveransorganisationen – Global Services pulsåder

För att Global Services ska kunna växa enligt målsättning så måste organisationen klara av att **leverera tjänster så effektivt det bara är möjligt**. En detaljerad plan för hur det ska gå till håller nu på att genomföras.

**I början av** 2000-talet var Global Services leveransorganisation fragmenterad och bestod av 140 enheter. På bara några år har organisationen stramats upp och är idag en väloljad tjänstleveransverksamhet av högsta klass.

Idag finns runt 18 000 personer inom Global Services. De allra flesta ingår i leveransorganisationen och arbetar direkt med kundstöd, utrullning och installation, utbildning och rådgivning, systemintegration eller Managed Services och har lång erfarenhet och stor kompetens.

Grundstenen i leveransorganisationen är en gemensam plattform, bestående av ramverk, strategi-

er, nyckelprocesser och IT-stöd. Plattformen har lett till en påtaglig ökning av utnyttjandegraden, som i sin tur gör Global Services till en av de mest effektiva leveransorganisationerna i branschen. Dessutom har kundnöjdheten ökat, bland annat till följd av att man blivit bättre på att specificera avtalen med kunden.

– Vi vet att plattformen är en av de mest framstående i världen och den gör oss jämförbara med andra ledande globala tjänsteföretag, säger Fredrik



Fredrik Strand

Strand, som är chef för Global Services leveransorganisation.

Plattformen ger också förutsättningar att klara av den tillväxt som väntar när världen går mot konvergerade nät och tre miljarder mobilanvändare. För det är Global Services som ska driftsätta de system som Ericsson säljer - och omvänt: om inte Ericsson har förmågan att installera och i många fall även driva näten under en period, får man heller inte sälja. På så sätt går tjänster och produkter hand i hand.

Huvuddelen av leveransorganisationens medarbetare är anställda inom marknadsenheterna. En mindre andel är placerade inom det nätverk av



## Konkurrensen

### Traditionella telekomaktörer:

Konkurrerar främst inom områden som teknisk tjänster och Managed Services. Inom Managed Services var det Ericsson som var först ut och har övertaget, men här har flera traditionella spelare en uttalad ambition, exempelvis Alcatel, Lucent, Siemens och Nokia.

### Oberoende leverantörer av telekomtjänster:

Företag som Flextronics och Bechtel konkurrerar när det gäller nätutrustning och underhåll. Ericssons fördel är bland annat närheten till teknikutvecklingen och därigenom ett bättre kunnande, till exempel på 3G. Företag som WFI och LCC är starka inom nätkonsultverksamhet och nätdesign. Dessutom finns en lång rad lokala, små konsultföretag som konkurrerar med mycket aggressiv prissättning. En del av dessa är tidigare underleverantörer som Ericsson lärt upp.

### IS/IT och managementkonsulter:

Alla stora aktörer vill ha en del av kakan: IBM, Accenture, HP, Capgemini för att nämna några. Ett scenario Ericsson vill undvika är att företag som dessa placerar sig som en mellanhand mellan Ericsson och operatören, till exempel när det gäller mobil innehåll, tillämpningar eller servicelagret.



globala resurscenter som finns på ett 20-tal platser i världen, så kallade Global Services Delivery Centers, GSDC. Här finns spetskompetens och resurser som sätts in för kortare eller längre uppdrag, till exempel när ny teknik ska tas i drift.

I en undersökning nyligen där man jämförde de globala resurscentren med varandra trädde centret i Kroatien fram som det som bäst mötte kriterierna. Undersökningen mätte bland annat kostnadseffektivitet och kundfokus.

För att säkerställa kompetensen inom nya teknikområden investeras omkring 15 procent av servicepersonalens tid i uppdrag från utvecklingsenheterna, till exempel stöd inom verifiering, testning eller metodutveckling. Därigenom kan också servicepersonalen bidra med sina erfarenheter för att produkterna ska kunna utformas på ett servicevänligt sätt.

– Det är viktigt att det finns en balans mellan lokala och globala resurser för att företaget på bästa sätt ska kunna få full utväxling av vår totala kompetensbas, med en acceptabel kostnadsnivå, säger Strand.

– Ser man till totalen är vi mycket nära det målet, men det saknas viss kompetens på enskilda marknader och där tvingas man förlita sig på resurser från våra globala leveranscenter i högre utsträckning än vad som är önskvärdt, säger Fredrik Strand.

Ett exempel är Nigeria – en marknad med en tillväxt på runt en halv miljon nya abonnenter per månad. Där stötte man på svårigheter när betalningssystemet för en operatör skulle bytas ut. Eric-

ssons lokala serviceorganisation visade sig sakna viss kompetens, och det gjorde att operatören drabbades av trafikstörningar under utrustningen.

Operatören å sin sida tvingades att sätta in fyrfärgsannonser i landets största tidningar för att be sina kunder om ursäkt för störningarna i mobilnäten. Lösningen blev att ett antal konsulter skickades från Ericssons servicecenter i Spanien för att stödja den lokala organisationen och lösa problemen.

Exemplet visar på flera viktiga aspekter. Dels att ingen får tro att operatörer i tillväxtmarknader skulle nöja sig med lägre kvalitet än på andra håll – i det här fallet kom teknikdirektören närmast från amerikanska Verizon – en av världens tuffaste operatörer när det gäller kvalitetskrav. Dels visar exemplet på en av Global Services stora utmaningar, nämligen att klara av att bygga rätt och tillräcklig kompetens på de lokala marknaderna.

– Nigeria är redan en av Ericssons största marknader och det är här och i andra länder utanför västvärlden vi ser en stor del av tillväxten de kommande åren, säger Fredrik Strand.

För att klara av att hantera serviceleveranserna görs en noggrann samordning av affärsenheternas och utvecklingsenheternas produktplaner liksom säljkårens säljprognoser och Global Services personalresurser. Detta resulterar i en global resursplanering.

– Jag vill påstå att vi har stor kontroll på huvuddelen av alla produkter och generellt sett har vi också

resurser att klara våra uppdrag, säger Strand. Men vi står inför stora utmaningar och det krävs ibland omfattande insatser av den globala organisationen för att hantera nya plattformar och hastigt uppkomna projekt.

Det kan då bli dramatiskt som när Ericsson vann det stora 3G kontraktet åt Cingular i början av året. Den resursansvarige, Tim Danks, insåg snabbt att det saknades resurser på marknadsenheten som kunde WCDMA. Samtidigt skulle flera tusen basstationer installeras på kort tid och eftersom detta var det första WCDMA-kontraktet i landet fanns helt enkelt ingen erfarenhet.

– Det gjordes en storartad insats från hela Ericssons serviceorganisation. På tre månader ökade vi antalet personer från 40 till över 250. Vi fick över folk från marknadsenheter och leveranscenter i hela världen och vi utbildade många av våra GSM-expert. Det lyckades och det visar att den globala leveransorganisationen fungerar, säger Tim Danks.

Inom leveransorganisationen arbetar man målriktat för att överbrygga kompetensluckorna.

– Eftersom Global Services affär nu växer kan vi på sikt ytterligare stärka organisationen genom kontrollerad rekrytering och integration av de resurser som kommer in till företaget som en del av insourcing och strategiska förvärv, säger Fredrik Strand. Målet är att vi ska fortsätta vara ledande på våra marknader och på så sätt också uppfylla tillväxtnålen. •



Tim Danks

# Ökad försäljning är nyckeln

Marknaden för telekomtjänster **är värd minst 440 miljarder kronor i år** och den förutspås växa den närmaste tiden. Samtidigt vill Ericssons ledning att Global Services växer snabbare än marknaden och tar en större andel än dagens runt åtta procent.

**För att klara** detta vidtas en lång rad åtgärder inom alla produktområden och funktioner. Det gäller för såväl marknadsenheter, globala kundkonton, globala resurscenter som för affärsenheter.

Ett led i arbetet är att Global Services ledningsgrupp hållit workshops kring tillväxt med ledningarna för alla marknadsenheter. Under fem timmars mangling har enheternas tillväxtmål och resurser inventerats. Därigenom har man fått fram ett lista på åtgärder som ska genomföras i varje marknadsenhet samt på affärsenhetnivå.

Under 2006 ska detta också genomföras på Ericssons globala kundkonton.

I år har Global Services prioriterat fem områden: att se till att det finns kompetent personal på marknadsenheterna och inom globala resurscenter (GSDC), att sänka kostnaderna för tjänsteleveransverksamheten, att stärka arbetet med underleverantörer och partners, att hitta nya affärsmöjligheter samt att bli bättre på att sälja tjänster.

Produktnära tjänster – utrustning, kundstöd och utbildning – står för den största delen av affärsenhetens intäkter. Den största tillväxten förväntas dock inom områdena Managed Services, systemintegration och konsultverksamhet.

För att sälja dessa tjänster krävs så kallad projektförsäljning, ibland också benämnd konsultativ försäljning. Jan Frykhammar, försäljningschef på Global Services, beskriver verksamheten som att lösa ett problem som definierats tillsammans med kunden och ta betalt i förhållande till hur väl



Jan Frykhammar

man uppfyller målen. För att öka kompetensen på det här området görs en rad insatser på marknadsenheterna.

– Vi genomför program som bland annat handlar om utveckla säljmetodik, öka kompetensen och att utse särskilda säljare för tjänsteprodukter, säger Jan Frykhammar.

Allt viktigare är det som i konsultbranschen kallas merförsäljning, eller på engelska add-on sales. Det handlar om att utöka omfattningen av den avtalade affären och att hela tiden söka efter nya möjligheter till intäkter – även sådana som relativt sett är små.

Frykhammar menar att det finns en stor potential till merförsäljning med tanke på alla Ericsson-anställda som finns på plats hos kund mer eller mindre dagligen, och som kan se kundens behov.

– Det kan vara en affär på bara några hundra tusen kronor. Men om några år vill vi att den här delen står för en signifikant del av vår försäljning, säger Jan Frykhammar.

För att nå dit måste Ericsson bland annat bli bättre på att skriva kontrakt så att de får rätt omfattning i förhållande till vad man kommit överens om med kunden. Hittills har Ericsson haft en tendens att överleverera menar Jan Frykhammar och han påpekar att merförsäljning kan ske inom alla tjänsteområden, även produktnära.

– Det handlar om kultur och synsätt. Ser man på andra konsultföretag har de en helt annan förmåga att arbeta sig in i en organisation. Vi har mycket att lära.

En annan viktig pusselbit för att öka försäljningen är prissättningen. Ericsson har hittills satt prislappen genom att se på kostnaderna och lägga till en viss marginal. Det fungerar inte för ett serviceföretag.

Istället måste man ta reda på var priset ligger på den lokala marknaden och utifrån det fundera på om man kan möta konkurrenterna. Kanske måste man sänka sina kostnader för att komma i nivå.

När det gäller Managed Services har Global Services sett över säljprocessen för att på ett tidigare stadium kunna skilja agnarna från vetet.

– Detta gör vi för att inte lägga för mycket tid och resurser på möjliga närdriftsaffärer, som senare visar sig inte vara intressanta, säger Jan Frykhammar och fortsätter:

– Vi måste jobba på att få ännu fler affärer till avslut och att förkorta säljcykeln.

Nyckeln till att göra bättre affärer är att organisationen lär sig att dela med sig av den kunskap och de erfarenheter som finns. Ericsson har ju idag erfarenhet från ett 50-tal Managed Services-avtal, till exempel när det gäller värdeargumentation, hur man närmar sig kunden och hur man tar affärsprocessen vidare till nästa fas. Detta är ett prioriterat område säger Jan Frykhammar. Ett webbverktyg som redan idag används för att dela erfarenheter från systemintegrationsprojekt ska anpassas även till resten av Global Services verksamhet för att lägga upp en databas av exempel på hur man ska bära sig åt och vad som bör undvikas.

Allt som allt finns det mycket som tyder på att Global Services är på god väg att uppfylla förväntningarna.

– Vi har farten uppe i så gott som hela världen – vi växer i stort sett i samtliga marknadsenheter. Det ska vi ta vara på och fortsätta att koncentrera oss på utvecklingsmöjligheter och att höja kompetensen ytterligare, säger Jan Frykhammar. •



## Så säger analytikerna om:

1. Utvecklingen av servicemarknaden de närmaste åren
2. Ericssons position på servicemarknaden
3. Ericssons utmaningar på servicemarknaden

### Philip Marshall, Yankee Group

1. Managed Services-marknad – för både mobila och fasta nät – kommer att öka med mellan 22 och 25 procent årligen.



2. Ericsson har en stark position tack vare att man satsat på att utveckla servicemarknaden och att företaget sedan tidigare har en stark närvaro på marknaden för mobilsystem.

3. Idag är serviceerbjudandet väldigt brett. Jag tror att Ericsson kommer att tvingas begränsa sig. Utmaningen blir att satsa på rätt områden. Frågan är också hur Ericsson kan utnyttja fördelen av att vara först på marknaden och i vilken grad man jämnar vägen för konkurrenter.

### Robert Clark, Stratecast

1. Den globala tillväxten kommer att ligga på mellan 15 och 25 procent. I USA blir den något lägre: operatörerna där är mer tveksamma att lägga ut vad de ser som strategisk verksamhet.



2. Jag ser Ericsson som en förebild i branschen när det gäller tjänsteerbjudande. Ericsson har också fördelen att ha en stor installerad bas och många operatörer som kunder.

3. Serviceorganisationen är väldigt stor – 18 000 personer. Jag är lite frågande inför hur man ska se till att den stora organisationen är uppdaterad på den senaste tekniken. Det är också en utmaning i sig att se till att organisationen utnyttjas så att inte delar av den sitter sysslolösa.

### Elizabeth Bramson-Boudreau, Pyramid Resarch

1. Vi tror att marknaden för Managed Services kommer att fortsätta expandera kraftigt. Vi räknar dock med ännu större tillväxt för hosting, särskilt vad det gäller applikationer.

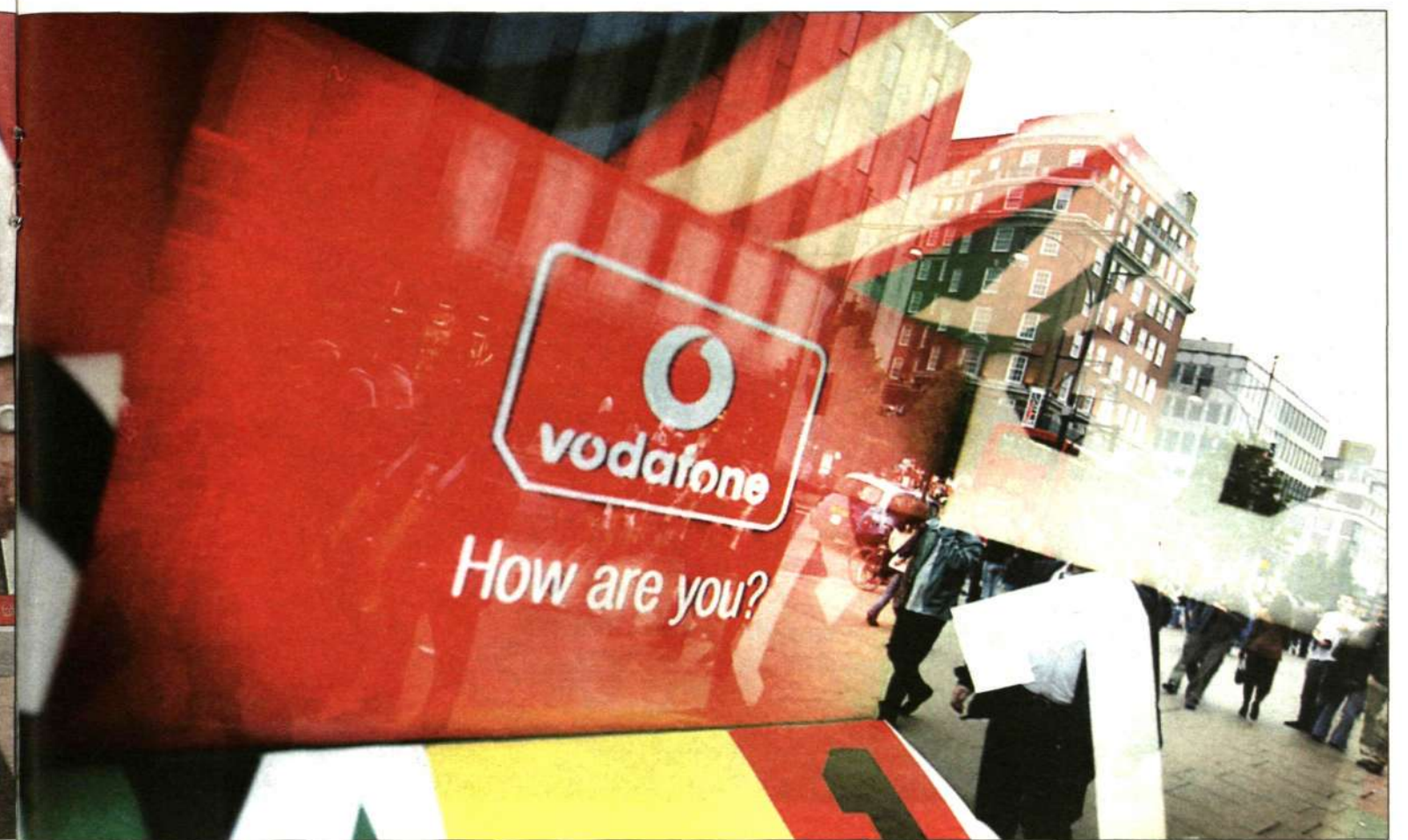
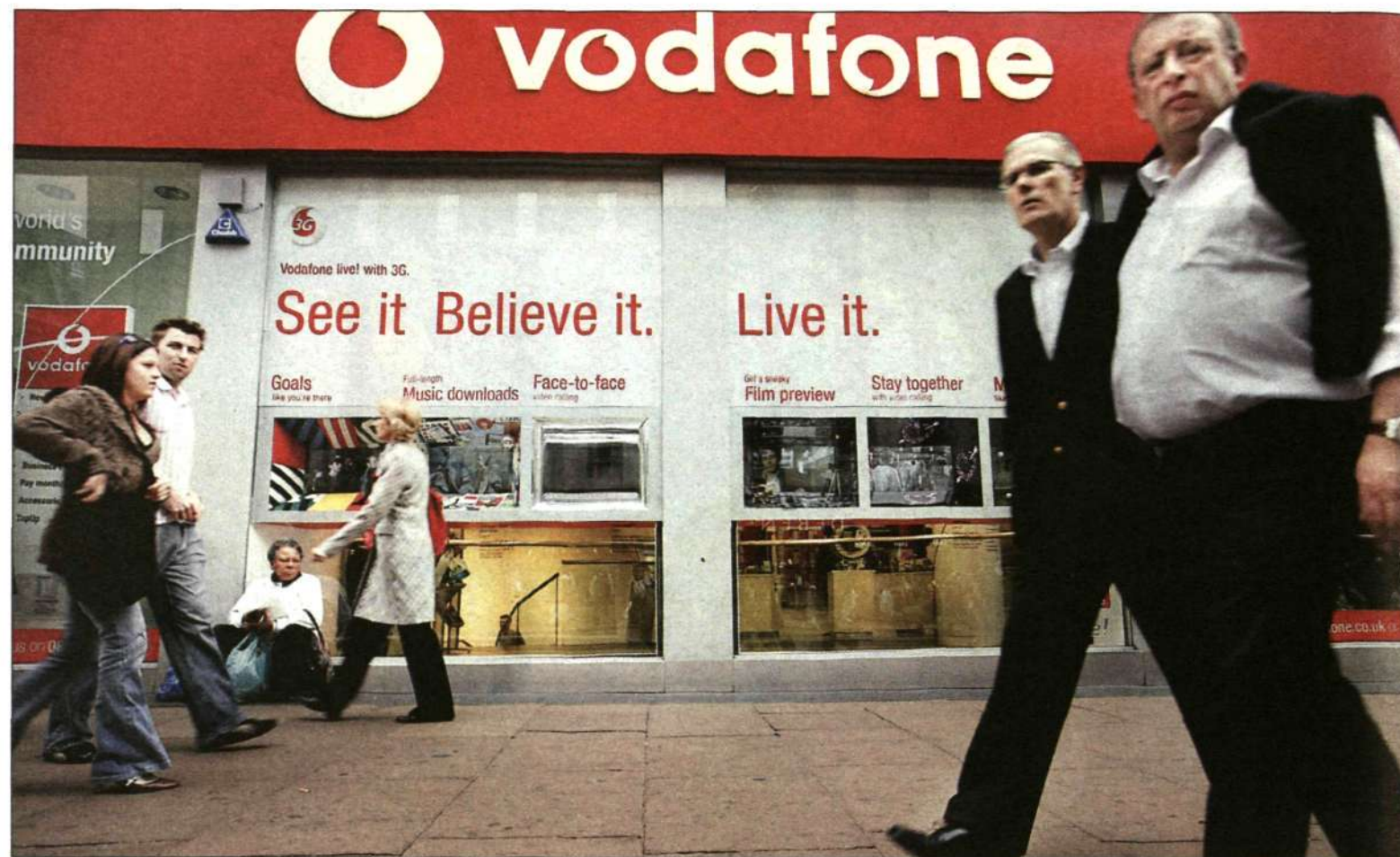


2. Ericsson har en enorm storlek och räckvidd och det är enligt operatörerna själva de två viktigaste faktorerna när de väljer leverantör för ett Managed Services eller hostingavtal. Det borde borga för fortsatt ledning i servicesektorn.

3. Tjänstemarknaden är fortfarande i sin linda. Utmaningen är att positionera sig på den nya marknaden och övertyga operatörerna om att Ericsson har kapaciteten och kunskapen för att ta över näten i takt med att konvergenstrenden driver fram nya lösningar för slutanvändare.

ericssons kunder: vodafone

text: johan kvickström foto: frida hedberg



# Kundens tuffa krav gav resultat

Hur bär man sig åt för att **vända på en skakig kundrelation till ett tajt partnerskap?** Det är precis vad teamet vid Ericssons Vodafone Global Customer Account, uppbackade av hela Ericsson, har lyckats med. Kontakten har pratat med några av dem som var med om vändningen. Här är historien.

**Vodafone är en jättekund** för Ericsson, och är sedan många år en av de allra viktigaste. Efter att Vodafones förtroende för Ericsson stadigt sjunkit en tid såg det mörkt ut. Men hårt, målmedvetet arbete genom hela organisationen vände det hela till en fruktbar och givande relation mellan två av telekomvärldens stora.

Operational excellence var nyckeln, förklarar Ericssons Vodafonechef Anders Olin. Han pekar också på några andra faktorer som varit avgörande:

– Att ha rätt folk på rätt plats har varit betydelsefullt. Bland annat har vi gjort en del nyrekryteringar. Ur ett företagsperspektiv måste man också se till att vi satt ett starkare kundfokus och att vi tydligt visar vårt tekniska ledarskap.

Det stora problemet, enligt Vodafone, var helt enkelt att Ericsson inte klarade att leverera vad man lovat. Till slut slog Vodafone näven i bordet vid Ericssons globala chefskonferens (GMC) år 2003. Vid

mötet berättade Vodafone om de missar som man ansåg att Ericsson gjorde, och slog inför bolagets 200 högsta chefer fast att det var dags att leverera.

Sedan dess har mycket förändrats inom Ericsson. En ny ledningsgrupp har tillträtt, starkare fokus på operational excellence, och mycket mer interaktion mellan Ericsson och Vodafone sett till framtidsplaner, nuvarande prestationer och så vidare. Så vi har sett mycket bra saker utvecklas, säger Thomas Geitner som är Vodafones tekniske chef.

Från Ericsson satsades stora resurser för att framför allt kunna leverera vad man utlovat. En av de som arbetade med vändningen var nuvarande KAM:en för T-Mobile-UK, Paolo Colella, då globalt ansvarig för Ericssons services och service layer mot Vodafone:

– Ett problemområde var MMS, där vi tyvärr inte kunnat leverera vad vi skulle. Vi satte omedelbart igång med att åter skapa förtroendet, bland annat

genom sluta säga ja till annat än det vi kunde klara av.

En nyckel var, menar Paolo Colella, att man från Ericssons sida använde goda resultat för att visa på den stegvisa förbättringen.

– Vi arbetade i land efter land med lyckat resultat och kunde på så sätt visa upp för Vodafones globala ledning hur bra vi faktiskt kunde prestera, säger han.

Fredrik Alatalo, chef för Mobile Core, menar att samarbetet med Vodafone UK var särskilt viktigt.

– Genom det goda samarbete vi haft med den kunden, och den framgång vi nått, har vi inom Vodafone Global fått en värdefull referens. Det är en framgång när Vodafone UK talar väl om Ericsson inom kundens globala organisation.

Han lyfter också fram ett exempel på hur viktigt Vodafone är för Ericsson:

– Jag brukar normalt inte utse en person som bara får jobba mot en kund, utan alla anställda jobbar med

flera kundrelationer. Men i det här fallet gjorde jag ett undantag och satte en mycket erfaren och duktig anställd att arbeta exklusivt mot Vodafone Global.

Vändningen av motgångarna var egentligen en del av hela bolagets vändning.

– En mängd faktorer spelade in, säger Anders Olin. Problemen hade vuxit under flera år och kan väl delvis kopplas till de finansiella problemen som hela Ericssonkoncernen brottades med. Men under 2003 började det vända så sakteliga. Vodafone började bjuda in oss till fler och fler möten och kontakterna ökades succesivt. Många människor arbetade hårt för att få till stånd en förändring, och nytillträdde Carl-Henric Svanberg och delar ur ledningsgruppen mötte upprepade gånger med Vodafones ledning, bland andra Thomas Geitner, vilket hade stor betydelse.

En av ledningsgruppens representanter var Kurt Jofs, chef för affärsenheten Access.

– Vi ställde upp mangrant från ledningens sida. Det var inte minst viktigt att skapa en ökad förståelse mellan de olika teamen. Och även om ledningsgruppen blev något av en symbol i sammanhanget var det många som var inblandade, säger Kurt Jofs. Men medan saker och ting har blivit bättre måste relationen bli ännu närmare. Vodafone vill ha mer, med fokus på en förbättring av pris- och utförandesidan.

– Det är tydligt att vår bransch stiger in i en ny era. Vi ser en ökad konkurrens bland annat inom tekniken. Uppenbarligen behöver båda företagen utveckla partnerskapet för att fortsätta vara framgångsrika, säger Thomas Geitner.

Anders Olin säger att operational excellence är fundamentet att bygga vidare på:

– För att sticka ut i konkurrensen och fortsätta att kunna erövra fasta abonnenter behöver Vodafone ha bästa möjliga kvalitet på sina tjänster, och här har vi en nyckelroll. När det handlar om kostnader upplever de en enorm press på marknaden: minutkostnaden fortsätter att falla och också här har vi en viktig roll att spela, inte minst vad gäller operationella utgifter. Att få ner det totala kostnaderna för att äga nätet kommer att vara oundgängligt för Vodafone.

– Det kommer också att bli allt viktigare att arbeta närmare Vodafones marknads- och affärsutvecklings-sida då deras fokus på att introducera nya tjänster både mot företags- och konsumentmarknaden ökar, säger han.

Thomas Geitner:

– Man måste se till hela kostnadsbilden utifrån hur vi utvecklar, sprider och sköter nätet.

Vodafone är nu mitt i vad man kallar The One Vodafone-programmet. Tanken är att reducera komplexiteten i näten och på så sätt sänka sina kostnader samt att förbättra time-to-market av nya tjänster. Principen är att utveckla en lösning på ett ställe och sedan sprida det till flera marknader. För att åstadkomma detta krävs partnerskap med företaget

som Ericsson för att sänka kostnader och snabba på processerna.

– Vi anser att vi bör fortsätta att intensifiera vårt samarbete kring hur förutsättningarna ser ut och vilken teknik och annat som finns. Vi har börjat göra det, men det finns en hel del ytterligare vi kan göra för att kunna vara snabbara med att nå ut på marknaden, undvika onödiga kostnader för tester, utveckling och spridning, och bättre koncentrera på det som är viktigt, säger Thomas Geitner.

Anders Olin kommenterar också det globala tänkandet:

– Vodafone är en global kund som förutsätter att användarna ska ges samma upplevelse oberoende av var de är, samt att de ska kunna utnyttja sin storlek för att leverera globala kostnadsfördelar. Det betyder att vi som bolag måste behandla dem som en och samma kund var i världen de än befinner sig.

Den hårdnande marknaden kommer ställa tuffa krav på världens telekomföretag. Då gäller det att vara väl positionerad.

– Nästa utmaning för de två företagen är att finna sätt att erbjuda våra kunder mer teknik till lägre kostnad. Jag vet att det är en svår utmaning för båda bolagen, och för hela industrin, men jag är säker på att dessa två stora aktörer, Ericsson och Vodafone, tillsammans kommer att kunna anta utmaningen att bli störst på marknaden, säger Thomas Geitner. •



Anders Olin



Paolo Colella



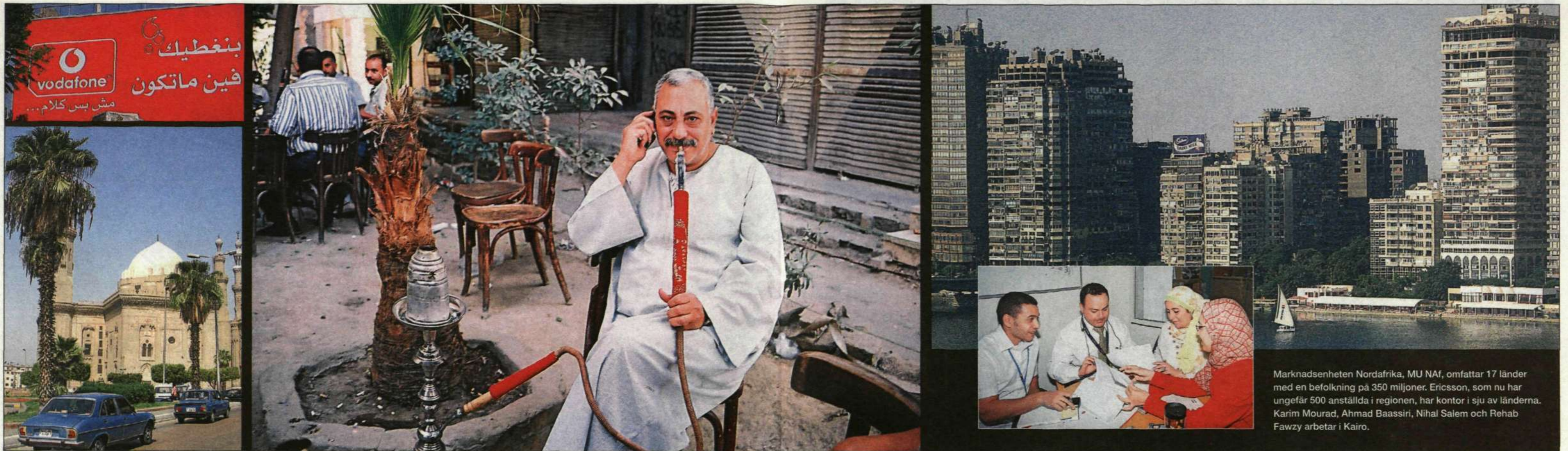
Fredrik Alatalo



Kurt Jofs



Thomas Geitner



Marknadsenheten Nordafrika, MU NAF, omfattar 17 länder med en befolkning på 350 miljoner. Ericsson, som nu har ungefär 500 anställda i regionen, har kontor i sju av länderna. Karim Mourad, Ahmad Baassiri, Nihal Salem och Rehab Fawzy arbetar i Kairo.

# Samarbete över landgränser ger styrka

Nordafrika anses vara ett av de stora områden där det finns **stora tillväxtpotentialer inom telekommunikation**. Ericsson, som har en lång historia i regionen, har många uppdrag på gång. Nordafrika är också ett område där kinesiska leverantörer är mycket aktiva.

I en rapport från Yankee Group förutspås att antalet mobilanvändare i Nordafrika – och då speciellt i Egypten och Algeriet – kommer att växa mycket. Om två år räknar man med att Egypten kommer att ha fler mobilabonnenter än Sydafrika, som idag är den största mobilmarknaden i Afrika.

Johan Lallerstedt, ansvarig för marknadsenheten Nordafrika (MU NAF) håller med.

– Ja, det stämmer för det finns en mycket stor potential i både Algeriet och Egypten. Störst torde tillväxten kunna bli i Algeriet, där det finns stora naturtillgångar som gas och olja men där all infrastruktur behöver förbättras, säger han.

För hela regionen tror han på en fördubbling av antalet mobilanvändare om tre år.

Nordafrika stod också i centrum för telekomvärlden 15-19 november då Internationella Teleunionen, ITU och konferensen "World summit" arrangerades i Tunisien och där Ericsson var en av huvudsponsorer.

Ericsson har en lång historia i regionen och på de statliga telebolagen i flera av länderna är det många som deltagit i kurser i telekommunikation som Ericsson hållit. Under 1980-talet hade Ericsson ett samriskbolag (joint venture) för AXE-produktion i Algeriet.

Johan Lallerstedt kom till Egypten som chef för marknadsenheten Nordafrika för tre år sedan.

Han beskriver regionen som ett intressant och spännande område med stora skillnader mellan länderna som till exempel det relativt stängda Libyen och det öppna västpåverkade Tunisien. Förutom kulturskillnader är det skillnader i affärsspråket, där franska används i Algeriet, Tunisien och Marocko medan engelska dominerar i Egypten, Sudan och Etiopien. Regionen genomgår förändringar och den rätt negativa bild som många har av området stämmer inte längre.

– Här händer mycket positivt. Flera statliga telebolag ska privatiseras, nya 2G-licenser delas ut och 3G står för dörren. Även om behovet av 3G-tjänster inte är så stort till en början är det lite av en tävling mellan operatörerna och prestigefyllt att bli först

med ett 3G-system. Det kan också behövas för att få bättre kapacitet, säger Johan Lallerstedt.

I Nordafrika finns alla typer av teleoperatörer som statliga telebolag, stora internationella företag som Vodafone, Telefónica och Portugal Telecom men också rätt nya operatörer som Wataniya.

Konkurrens saknas inte mellan telekomleverantörerna. Förutom de företag som kan se tillbaka på en historisk närvaro som Alcatel och Siemens, kommer den absolut tuffaste konkurrensen nu från kinesiska företag.

– Förutom att de konkurrerar med mycket låga priser erbjuder de också billiga lån. För de kinesiska företagen är det viktigt att få affärer här i regionen för att ha som referenser, förklarar Johan Lallerstedt.

Nora Wahby är ansvarig för Network Consulting på marknadsenheten Nordafrika, en grupp på totalt 20 personer, som arbetar för Global Services. Sex av medarbetarna finns i Kairo.

– Vår uppgift är att tillförsäkra bättre prestanda i mobilnäten

genom design och optimering av tjänsterna. Det handlar om att höja kvaliteten på de nuvarande näten och hitta lösningar som passar kundernas behov, förklarar hon och fortsätter:

– Vi ska hjälpa operatörerna att växa i rätt riktning så de inte får problem längre fram.

För Nora Wahby innebär jobbet mycket resande i regionen eftersom gruppen arbetar med alla Ericssons kunder i hela marknadsenheten. Kontakter med andra marknadsenheter är viktiga och främst gäller det Mellanöstern, Sydafrika och Turkiet. Man hjälps åt och lånar resurser av varandra som personal med specialkompetens och erfarenhet. Från Ericsson i Stockholm och på Irland får man också rätt mycket hjälp.

– Bra kundrelationer är a och o för oss och personliga kontakter mycket viktiga. Vi jobbar i en mångkulturell region och det är både stimulerande och utvecklande. Man lär sig respektera andra kulturer och det har fått mig att utvecklas som människa, säger Nora Wahby.

Även om jobbet är tufft med resor och långa arbetsdagar trivs hon mycket bra.

– Jobbet är intressant och vi är en grupp medarbetare som trivs tillsammans. Teamet respekterar mig och det stärker mig i min yrkesroll, förklarar hon.

Samarbetet mellan Ericssonbolagen inom marknadsenheten är mycket tätt. Att använda personalens kompetens på bästa sätt är en nyckelfråga.

– Våra marknader och kunder är olika och deras behov skiljer sig från varandra. För att klara våra uppdrag måste vi samarbeta och dra nytta av all kompetens och erfarenhet som finns inom marknadsenheten och Ericsson, betonar Mario Bacchini,

som är ansvarig för Advisory Services.

Utvecklingen är lika i alla länderna men sker vid olika tidpunkter så noggrann planering är viktigt. Samarbetet inom marknadsenheten innebär att medarbetarna ofta är ute på längre eller kortare uppdrag utanför sitt hemland.

– Att föra över kompetens är nödvändigt men lätt att glömma bort när uppdragen tonar upp sig, säger Mario Bacchini och tillägger:

– Vi arbetar nu med att införa en arbetsprocess som ska gälla alla marknadsenheter.

Det är ett viktigt steg på vägen mot operational excellence. Det är genom kunskap och erfarenhet som Ericsson ska konkurrera med de kinesiska leverantörerna.

En halv miljon nya användare i månaden, det är ingen liten tillväxt som Vodafone Egypt har. Även om tal dominerar stort är operatören intresserad av att få en av de 3G-licenser som ska delas ut i slutet av året.

Vodafone Egypt tog sitt GSM-system i drift under 1998 och fram till november förra året var ökningen av antalet abonnenter rätt långsam. Nu strömmar nya användare till i snabb takt.

Rawy Iskander är ansvarig för Ericssons kundteam för Vodafone Egypt, en grupp på 20 medarbetare. Han förklarar den snabba tillväxten så här:

– För ungefär ett år sedan började det komma rykten om att en tredje GSM-licens skulle delas ut. Egyptens två mobiloperatörer, Vodafone Egypt och MobilNil,

som idag båda har ungefär sex miljoner användare var, startade då ett priskrig och nya abonnenter började strömma till. Bland annat sänktes priset på betalkort rejält, vilket lockat många nya användare.

I slutet av året kommer en 3G-licens att delas ut i Egypten. Vodafone Egypt kommer troligen att ansöka.

– Det finns två anledningar. Vodafone är en global operatör med ett varumärke som lovar kunderna samma service i alla länder där Vodafone har system. Det är viktigt i ett turistland som Egypten. Den andra anledningen till Vodafone Egypt intresse av en 3G-licens är behovet av mer kapacitet, något som ett 3G-nät skulle ge. Hög nätkvalitet är en del i operatörens varumärke, förklarar Rawy Iskander.

Vodafone Egypt är en mycket viktig operatör i Vodafone-gruppen. Så mycket som cirka 30 procent av Vodafones globala abonnenttillväxt kommer från Egypten.

Ericsson och Vodafone Egypt har påbörjat ett gemensamt program för att hitta en ny affärsmodell.

– Den ska ta hänsyn till hela kostnaden för att äga ett nät. Tanken är att det ska vara en win-win situation för båda företagen. Ett liknande program med namnet "One way ahead" har genomförts i Storbritannien, säger Rawy Iskander.

Att arbeta med en global operatör som Vodafone tycker han är positivt.

– Vi har nytta av både framgångar och misstag som gjorts inom den globala Vodafone-gruppen och kan återanvända mycket erfarenhet. Den kommunikation som vi har med Ericssons kundansvariga för Vodafone är också mycket värdefull, säger Rawy Iskander.



Johan Lallerstedt



Nora Wahby



Rawy Iskander

# Optimism och affärs- möjligheter i Algeriet

Det råder stor tillförsikt efter en lång rad mörka och politiskt oroliga år i Algeriet. **Även på Ericsson i Algeriet råder optimism.** Det går bra för kunderna och mobilnäten växer över förväntan.

>> – **Vi har just flyttat** till nya större lokaler, något som verkligen behövdes. Mobilmarknaden har formligen exploderat här och kunderna ställer tuffa krav på oss, säger Gunnel Björkert, ansvarig för Ericsson i Algeriet, där det lokala bolaget bildades första mars i år.

– Vi expanderar kraftigt för att kunna möta den växande marknaden och den nya affärsituationen, berättar Gunnel Björkert.

Hon har arbetat över 30 år på Ericsson och under åtskilliga perioder i utlandet, bland annat i Kina på 1990-talet.

– I Kina handlade det om att bygga upp organisationen, skapa arbetsprocesser och utveckla kundrelationerna. De erfarenheter jag skaffade mig då, har jag stor nytta av här i Algeriet. De första månaderna i det nya bolaget var turbulenta, men nu är organisationen trimmad och vi ligger bra till med våra projekt, förklarar hon.

I Algeriet finns tre mobiloperatörer: Orascom, Wataniya Algérie Télécom och Algérie Télécom Mobile.

Orascom har köpt utrustning från Alcatel och Siemens. Wataniya har köpt större delen av radionätet av Ericsson medan Siemens levererat hela kärnnätet.

Till Algérie Télécom Mobile, som marknadsför sitt GSM-nät med namnet Mobilis, har Ericsson levererat både kärnnätet och större delen av radionätet.

Algérie Télécom är landets statliga telebolaget som 2003 delades upp i två bolag, ett för fast telefoni och ett för mobiltelefoni, Algérie Télécom Mobile. Ericsson är leverantör till båda bolagen.

– Det är bråttom med att modernisera det fasta nätet och vi för intensiva diskussioner, berättar Gunnel Björkert.

**Fram till 2001** då Orascom startade sitt system, förekom ingen konkurrens. År 2003 tog dock marknaden ytterligare fart när en tredje GSM-operatör, Wataniya Algérie Télécom, kom in. Samma år hade Algérie Télécom Mobile blivit ett separat bolag och Hachemi Belhamdi blev VD. Han hade tidigare arbetat på ministeriet för telekommunikation.

När marknaden nu började ta ordentlig fart fick

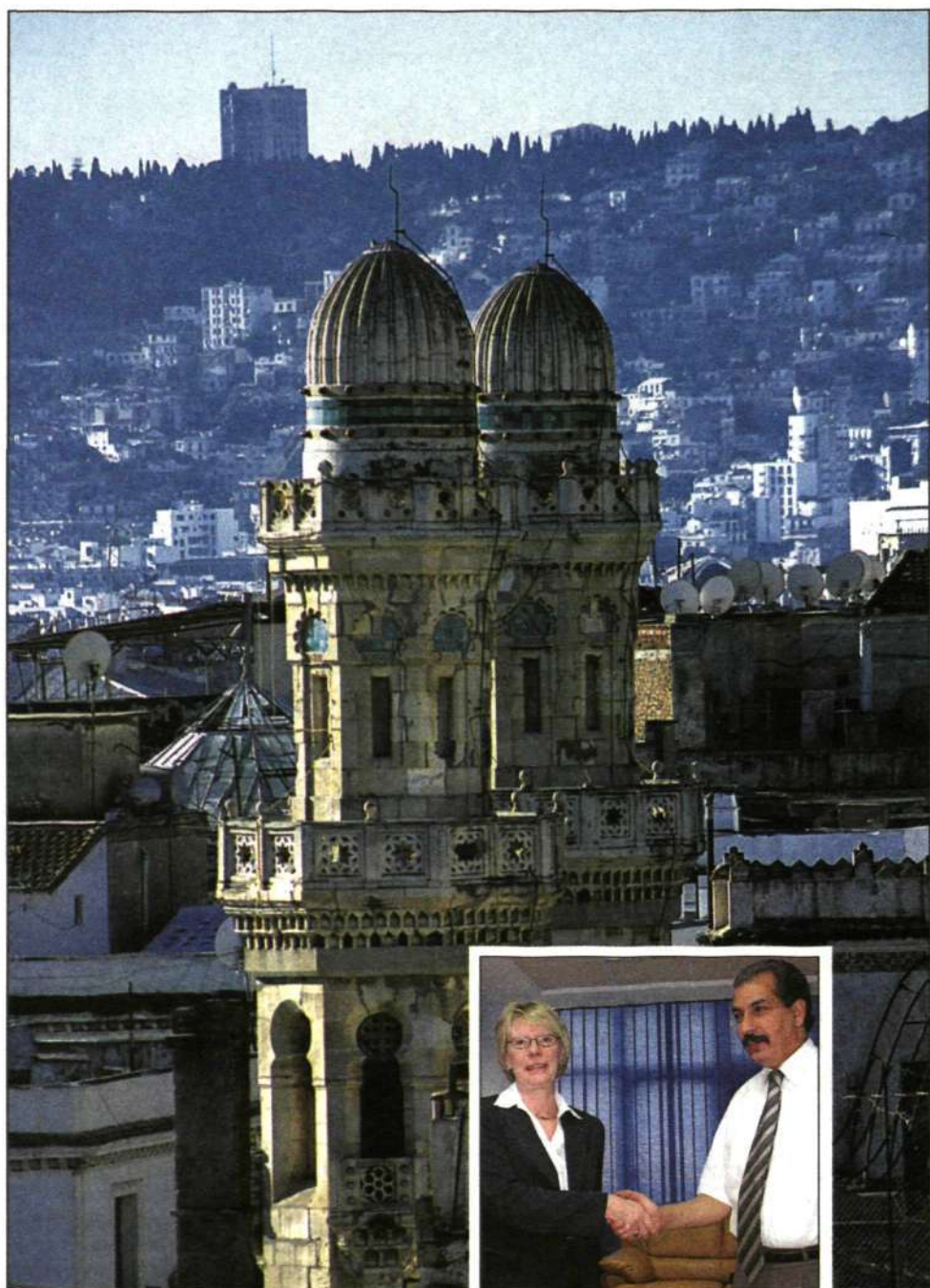


Foto: B. Chérit



Hoppfullheten präglar Algeriet. Gunnel Björkert, ansvarig för Ericsson i Algeriet, med Hachemi Belhamdi, VD för Algérie Télécom Mobile.

Ericsson flera utökningskontrakt från Algérie Télécom Mobile.

– Det var verkligen en tuff tid både för oss och Ericsson. Vi definierade vår nya strategi och tog fram en helt ny affärsplan. För vår personal blev det en stor kulturförändring, säger Hachemi Belhamdi.

– Att få alla planer på plats var inte helt lätt och jag arbetade på detaljnivå med allt, stort som smått. I början hade Ericsson svårt att leva upp till våra krav, men arbetet har gått bättre och bättre och nu fungerar det bra, tillägger han.

Att tala om succé för Mobilis är ingen överdrift. Det talar sitt tydliga språk att växa från 300 000 abonnenter till tre miljoner på ett år. Hachemi Belhamdi hoppas på fem miljoner innan året är slut och det finns goda förutsättningar att det lyckas.

Hachemi Belhamdis insatser har uppmärksamats i Algeriet och han har valts till årets chef i landet.

– Sedan juli förra året driver Ericsson Mobilis nät och nu pågår en överföring av kompetens från oss till operatörens tekniker. Planerna är att Mobilis så småningom ska ta över driften igen, berättar Gunnel Björkert.

Nedjma, som är arabiska och betyder stjärna, är varumärket för Wataniya Algérie Télécoms GSM-system i Algeriet.

– **Systemet**, som täcker cirka 54 procent av befolkningen, togs i kommersiell drift för 15 månader sedan och har idag drygt 1,3 miljoner abonnenter, berättar Richard Karam, som är Ericssons kundansvarige för Wataniya i Algeriet.

– Vi marknadsför oss som en operatör för multimedia och tack vare GPRS och EDGE kan vi erbjuda olika datatjänster, förklarar René Patoine, som är VD på Wataniya Télécom i Algeriet.

– Nu när nätet är i drift går vi in i en andra fas där utbildning står i centrum. Vi ser Ericsson som en partner, som ger oss experthjälp och ställer upp med utbildning på vårt utbildningscenter. När det gäller kompetensutveckling samarbetar våra anställda också tätt med Ericsson, tillägger han.



René Patoine





We help your business grow.

### Samsung Semiconductor Solutions for mobile devices.

State-of-the-art-components from Samsung, one of the world market leaders of semiconductor products, offers perfectly tailored solutions for mobile and portable devices from a single source. Our solutions are seamlessly integrated, offering substantial time and cost advantages for your development processes. This gives you the possibility to be the first on the market with your progressive products. Our products range from Mobile DRAM, OneNAND, multi-chip packages and flash cards to mobile application and MP3 processors, multimedia companion ICs and camera sensors. Boost your business's growth with Samsung Semiconductor Solutions. Learn more at [www.eu.samsungsemi.com/mobile](http://www.eu.samsungsemi.com/mobile).

**SAMSUNG**



## Ser du fram emot ett spännande 2006?

När du behöver fatta de rätta utvecklingsbesluten erbjuder Telelogic genom förvärvet av Focal Point nu ett ännu starkare erbjudande för hela utvecklingsprocessen. Våra produkter kompletterar varandra väl och med gemensamma resurser kan vi hjälpa er att öka kvaliteten och effektiviteten och därmed utveckla bättre produkter på kortare tid.

Under 2006 står vi inför ytterligare spännande nyheter. Upptäck vad avtalet mellan Ericsson och Telelogic betyder för dig!

Fatta rätt beslut! Besök [www.telelogic.com/ericsson](http://www.telelogic.com/ericsson) för information om gällande avtal och kommande aktiviteter.

**Telelogic**



## Använder du produkter från IBM Rational? Dags att beställa licenser för 2006!

Det är snart tid att beställa nya licenser för dig som använder produkter från IBM Rational. Du beställer dem från vår webbshop och de nya licenserna för 2006 finns snart tillgängliga - håll utkik! Se över ditt licensbehov redan nu, så håller ni farten uppe.

Beställ på Ericsson Rational Easy Access Shop.

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

Har du några frågor kan du mejla [ericsson\\_order@se.ibm.com](mailto:ericsson_order@se.ibm.com)

**Rational** software

**ON DEMAND BUSINESS**



## Kurser inom:

**C++,  
Perl, Java,  
RUP/UML,  
m m**

Se även  
[www.init.se/](http://www.init.se/)

### Anmälan

Enklast anmäler du dig via ert inköpssystem Ericsson Buyer.

### Läs mer

Hela vårt utbud hittar du på [www.init.se/ericsson](http://www.init.se/ericsson)



Våra kurslokaler ligger centralt, nära Stureplan.

**init**

Init AB Box 5618 Engelbrektsgatan 7 114 86 Stockholm  
tel 08 - 407 01 00 fax 08 - 407 01 99 [www.init.se](http://www.init.se) [ipt@init.se](mailto:ipt@init.se)



## Vi håller kursen

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

Se hela vårt kursutbud på:  
[www.ip-solutions.se/eritrain/](http://www.ip-solutions.se/eritrain/)

 **ip-solutions**

Functens Gränd 1, 111 27 Stockholm  
e-mail: [info@ip-solutions.se](mailto:info@ip-solutions.se)  
SIP: [info@ip-solutions.se](mailto: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>

# Hon vill skapa brasilianskt Ericssdotter

Att besöka Europa för första gången och träffa kollegor som hon haft mycket kontakt med via email och telefon – för Zilda Maria Guimarães från Ericsson i Brasilien blev det möjligt tack vare Björn Lundvalls stipendium för studie- och kontaktresor.

**Zilda**, som började på Ericsson för fem år sedan, är sekreterare och assistent till Carlos Seth, ansvarig för logistik på Ericsson i Brasilien.

– Det betyder att jag har mycket kontakt med medarbetare inom supply både i Kista och vid Gävlefabriken. Att träffa dem på plats i Sverige har varit värdefullt och väldigt roligt. Efter mitt besök i Gävlefabriken har jag också fått en mer komplett bild av Ericssons produktion, säger hon.

I sin stipendieansökan skrev Zilda att hon är intresserad av det kvinnliga nätverket Ericssdotter och gärna ville veta lite mer om hur det arbetar.

– Under min resa har jag besökt Ericsson i Tyskland och där var jag med på det tyska Ericssdotters första föredrag. Även i Mölndal och Kista hade jag turen att kunna vara med på Ericssdotters träffar, berättar hon. Nu är hon fylld av entusiasm för att starta något liknande i Brasilien.

Zilda trivs mycket bra på Ericsson och uppskattar företagsklimatet.



Foto: Gunilla Tamm

Stipendieresan till Sverige och besöket i Gävle har gett Zilda Maria Guimarães från Brasilien en bra bild av Ericssons produktion.

– Precis som på andra företag finns det en hierarki men den är inte så strikt. Även om den är informell respekteras den och det bidrar till den familjära stämningen, tycker hon.

Stipendieresan i Europa har inte bara gett Zilda många nya vänner på Ericsson utan också en bre-

dare kunskap om koncernen och produkterna.

– Innan min stipendieresa hade jag ingen riktig uppfattning om hur stort och internationellt Ericsson egentligen är. Nu vet jag det och jag är glad och stolt över att vara en i den stora Ericssonfamiljen, avslutar hon.



Foto: Pressens bild

## Låser upp Helgonets bil

**Vad har Ericsson och Helgonet gemensamt?** Jo, bilnycklar! Idag är koncernen ett renodlat telekomföretag men så har det inte alltid varit. Under en tid var sortimentet bredare och man tillverkade bland annat tändningslås och läsbara tanklock, båda till Volvo.

Tipset kommer från Fredrick Beste på Ericsson i Älvsjö. Han är ägare till en pärlvit P1800, men den årsmodell som han äger har inte någon LM Ericsson-nyckel. Det har dock Karl-Eric Målbergs mörkgröna Volvo P1800, som nu mycket passande kör omkring på de engelska vägarna. Karl-Eric jobbar nämligen på Ericsson i Guildford, England.



Foto: Jimmy van Ommeren

## Jon Gamble gav Volvo Ocean Race musik

"Something inside so strong" är titeln på den sång som valts till temalåt för Volvo Ocean Race. Musiken kommer att användas vid alla evenemang under och kring hela seglingstävlingen. Bakom denna "upprockade" cover som ursprungligen skrevs av Labi Siffre står Jon Gamble, presentatör och demonstratör på Ericsson Experience Center i Kista.

– Jag fick i uppdrag att göra en "cover" som skulle vara modern samtidigt som musiken måste representera och förstärka Ericssons varumärke och budskap under Volvo Ocean Race, förklarar Jon. Vid sidan av jobbet är han musiker och spelar keyboard i bandet Ritua. Jon har även tidigare gjort liknande musiktema, ringsignaler och även en del filmmusik. Det är bandets sångare Patrik Lundström som sjunger Volvo Ocean Race-sången.

Lyssna på sången här:  
[http://internal.ericsson.se/page/hub\\_inside-sales/ericsson\\_racing/downloads/index.jsp](http://internal.ericsson.se/page/hub_inside-sales/ericsson_racing/downloads/index.jsp)

# Pluspoäng både på land och till havs

Ericssons vann glädjande den inledande hamntävlingen i samband med starten av Volvo Ocean Race i Spanien. Lika roligt var att **evenemanget drog många kunder och nyckelpersoner** från Ericssons marknadsenhet Iberia, i vilken Spanien och Portugal ingår. Det visar att medverkandet i tävlingen ger Ericsson pluspoäng även när det gäller affärsmöjligheter och långsiktiga kundrelationer.

**Ericssons** seglingssteam och dess brittiska skeppare Neal McDonald fick verkligen en bra start. Den Ericssonssponsrade Vo70-båten vann hamntävlingen som gick av stapeln i spanska Sanxenxo den 5 november. Det här betyder att laget tar ledningen med 3,5 poäng i den första etappen som sträcker sig från Vigo på spanska Nordvästkusten hela vägen ner till Kapstaden i Sydafrika.

Men Ericsson har inte bara kopplat greppet i tävlingen utan även på land. Företagets kunder kunde besöka Ericssons paviljong i tävlingsstaden Sanxenxo. Här fick de ta del av demonstrationer, seminarier och workshops. För Ericsson handlar det om att visa olika typer av applikationer före och efter tävlingens början.

En av besökarna, Julian Oncina, finanschef för Vodafone i Spanien, var mycket entusiastisk över vad han såg:

– Ericsson är en av Vodafones nyckelpartners och vi har fått se flera goda exempel på hur mycket Ericsson kan göra för oss. En applikation jag verkligen tyckte om var IMS, som gör att jag kan kombinera videofilmer och bilder med telefonsamtal. Vi behöver partners som Ericsson som ligger i framkant och kan visa oss nästa steg i den mobila världen. IMS är verkligen ett bra exempel på hur ni kan hjälpa oss att nå dit, säger Julian Oncina.



Julian Oncina

Juan Romeo, ansvarig för affärsområdet samtalstjänster för Telefónica i Spanien, instämmer. Han besökte Ericssons paviljong på morgonen innan invigningsloppet och han var mycket intresserad av de nya produkterna:

– Några av demonstrationerna handlade om den nya multimedia världen. Vi såg mobil TV, som var mycket intressant, och vi fick en introduktion till IP-baserad television. Ericsson har utvecklat en IP-TV-plattform med mycket användarvänliga menyer, sa Juan Romeo.



Juan Romeo

Flera kunder uttryckte sin entusiasm över tävlingen och över utbudet i Ericssons paviljong. Det är precis den här typen av sammankomster med kunderna som är en av de verkligt viktiga anledningarna till att Ericsson deltar i Volvo Ocean Race, säger Jose Luis

Calvo, som är kundansvarig för Telefónica i Spanien. Han var mycket nöjd med de möjligheter evenemanget gav.

– Volvo Ocean Race är lätt att relatera till vår slogan "Taking you Forward." Det här är ett bra tillfälle för oss att visa våra kunder vad det står för. Ericsson ska vara den partner som de förväntar sig anstränger sig lite extra. Man ska associera Ericsson med den som är först att introducera nya teknologier och med att kunna erbjuda nya lösningar som kunderna kan använda för att förbättra sina affärer, säger Jose Luis Calvo. Han fortsätter:

– För mig innebär Volvo Ocean Race att jag lär känna mina kunder bättre, både på ett affärsmässigt plan och på ett personligt plan. Kunderna gillar evenemanget som helhet och vi har roligt tillsammans. José Luis kollega Emilio Perez, kundansvarig för Vodafone i Spanien, tillägger:

– Vi kan ta med kunderna till paviljongen för att demonstrera nya produkter. Här kan vi visa en massa saker, vilket är bättre än att behöva boka flera enskilda möten. Kunderna får verkligen uppleva att Ericsson jobbar med en rad områden: fast kommunikation, mobil kommunikation och med applikationer.



Jose Luis Calvo



Emilio Perez

Även kunderna uppskattade möjligheten att träffa Ericssons representanter på ett avslappnat sätt, särskilt de med seglingsintresse.

– Det här är ett bra sätt att visa vad teknik kan göra inom olika områden, där sport och segling är ett. Därför tycker jag att Ericsson gör rätt som sponsrar tävlingen, sa Julian Oncina.

– Jag gillar segling och jag gillar den här sortens evenemang. Jag tror det är en bra möjlighet för Ericsson att stärka sitt varumärke, som står för kvalitet och innovation, tillade Juan Romeo.

Sådana reaktioner är precis vad Ericsson hoppades på, menar Bert Nordberg, Ericssons försäljnings- och marknadsföringschef.

– Vi är med i tävlingen för att vinna. Men vi deltar också i ett mycket tuffare race och det är att klå konkurrenterna i telekomvärlden. Vi kan lära oss en del

av Volvo Ocean Race, eftersom tävlingen kräver bästa möjliga förberedelser, de mest lämpade människorna, den högsta kompetensen och den bästa utrustningen. Om vi som företag tillsammans kan uppnå detta så vinner vi racet i telekomvärlden, sa Bert Nordberg.

Ericsson hoppas få direkt avkastning på den investering som görs i Volvo Ocean Race. När allt kommer omkring finns Ericsson på telekommarknaden för att tjäna pengar.

– Den yttersta måttstocken för om Volvo Ocean Race blir en framgång är naturligtvis om försäljningen ökar och om vår andel av kundernas totala investeringar ökar. Självklart är vår målsättning att en större del ska hamna hos oss, sa Bert Nordberg.

Ericssons VD och koncernchef Carl-Henric Svanberg var också i Sanxenxo tillsammans med kunder och Ericssonmedarbetare. Liksom övriga var han glad över att Ericssons tävlingsteam vann den första "in port race", det vill säga hamntävlingen. Han betonade också vad som gäller hädanefter.

– Vi har fått en bra start, men vi är bara i början av tävlingen och vi kommer att lära och förbättra oss under resans gång. Det fina med den här tävlingen är att den, till skillnad från ett fotbollsmästerskap, pågår under en lång tid, sa Carl-Henric Svanberg. Oavsett vilka förväntningar som finns så kommer de att byggas upp mer och mer för att nå ett klimax om vi är med och slåss om segern.

Hamntävlingen i Sanxenxo var bara en första chans för Ericsson att visa hur det kan hjälpa kunderna att utveckla sina verksamheter. Volvo Ocean Race fortsätter resan jorden runt och Ericsson finns på plats överallt.

Som chef för marknadsenhet Iberia var Ingemar Naeve den första MU-chef som var direkt inblandad i evenemanget. Han har ett råd till kollegorna i de länder som Volvo Ocean Race besöker:

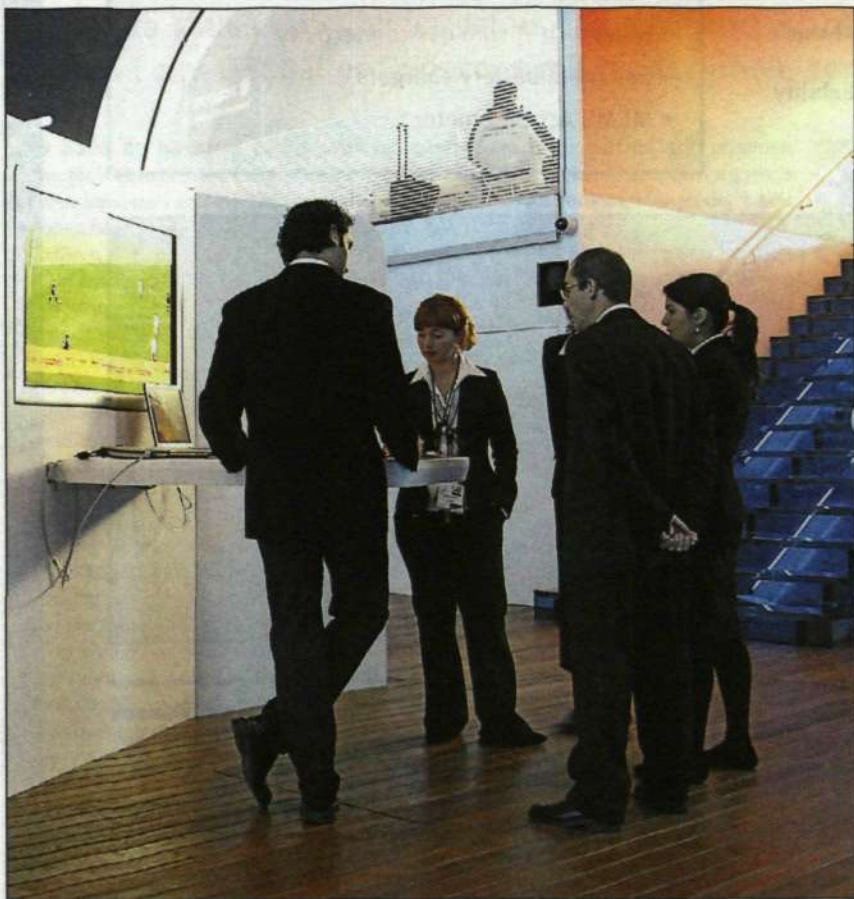
– Ta tillvara möjligheterna som tävlingen ger. Det är ett fantastiskt koncept. Det är ett bra verktyg för marknadsföring, det är värt att anstränga sig och dessutom är det kul, sa Naeve.



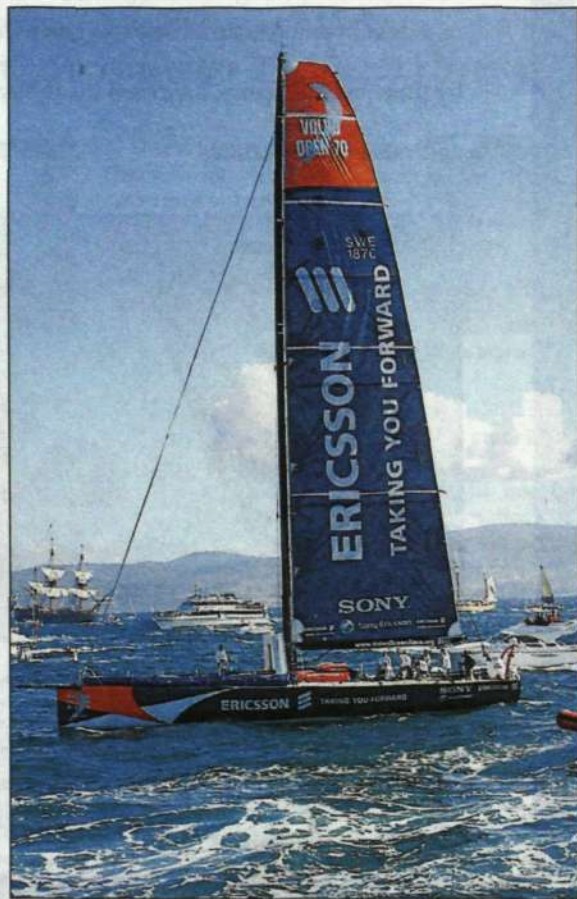
Ingemar Naeve



Kunder, kundansvariga och delar av Ericssons ledning tillsammans på en åskådarbåt för att följa den inledande hamntävlingen i Sanxenxo.



Ericsson demonstrerade bland annat IP baserad television som imponerade på kunderna.



Till havs kunde det inte ha börjat bättre. Ericssonbåten gick segrande ur hamntävlingen.

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

## ST HAS A TRACK RECORD SECOND TO NONE IN WIRELESS

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

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

### A WIRELESS PORTFOLIO SECOND TO NONE

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



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

Borgarfjordsgatan 13, Box 1094, SE-16425 Kista

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



Helping lead the way

™ Bluetooth is a trademark owned by Telefonaktiebolaget L M Ericsson, Sweden



För att ge bra täckning åt saluhallen i centrala Stockholm satte man upp en mikrobasstation i parkeringsgaraget vägg i vägg med hallen. Därifrån drogs kabel till två antenner inne i hallen.

## Mikrobas fyller luckorna i 3G-näten

Den första sattes upp i ett värdshus ute i Stockholms skärgård, den andra ger täckning åt en saluhall i city. Det gäller Ericssons mikrobasstation, som nu kompletterar 3:s 3G-nät i Sverige.

**RBS 3303 är namnet** på Ericssons mikrobasstation för WCDMA (även kallat 3G eller UMTS) som nu även lanseras i en högeffektsvariant. Mikrobasstationen har installerats på flera ställen, men mobiloperatören 3 i Sverige var först med att komplettera med de nya basstationerna. Nätet har idag mycket god prestanda, men det finns alltid behov av kompletterande täckning och kapacitet. Där kan RBS 3303 spela en viktig roll.

Mats Ingren på 3, ansvarig för stora delar av siteutbyggnaden i Stockholm, berättar att de hade världens första 3303 i sitt testnät ute på skärgårdsön Grinda, där den monterades uppe på vinden på öns värdshus och gav förstärkt täckning åt området kring byggnaden.

– På det här sättet ger vi mobilt bredband åt till exempel konferensdeltagare som kan hyra datakort till sina laptops och få kapacitet motsvarande ADSL. De hyr per timme och är jättenöjda, säger Ingren.

– Fördelen med en mikrobas är främst att den är lätt att montera på olika ställen. Däremot är det en myt att det blir märkbart billigare, betonar Esbjörn Nordesjö nätnansvarig på 3.

– Fastighetsägaren vet hur han ska ta betalt.

**Nummer två** täcker en saluhall i centrala Stockholm. Den har monterats i det angränsande parkeringsgaraget, upphängd i taket. En praktisk plats eftersom det bland annat är lätt att koppla till elnätet för att få kraft och är lätt att komma åt för service. Från basstationen, som totalt sänder med 5 watt, har man dragit

anslutningar till två antenner som täcker hallen med 2,5 watts effekt vardera, i 90-gradig vinkel längs två gångar.

Basstationerna sitter mycket tätt i city, men 3 behövde bättre täckning i hallen. Alternativet var att skaffa en repeater, som har fördelen att den inte kräver transmission och övervakning. Men den ger å andra sidan inte ökad kapacitet åt nätet.

– Ericsson kommer nu med en starkare 3303 på 20 watt och den ser vi fram emot, säger Nordesjö och tillägger att de gärna hade sett att mikrobasstationen hade haft fem centimeter till med plats för modem.

– Nu måste vi placera modemet utanför och skydda det mot väder och föroreningar.



Esbjörn Nordesjö



Mats Ingren

Den fortsatta planen är att förstärka och komplettera 3G-nätet med mikrostationer i skärgården, vilket i förlängningen skulle kunna leda till ett attraktivt sätt att arbeta på distans. Men täckning behövs även på innergårdar i Gamla Stan i Stockholm.

En annan viktig sektor är också företag med cirka 200 anställda, som kan få bra mobilt bredband utan att ta kapacitet från andra basstationer.

Thomas Bergstrand, kundansvarig på Ericsson mot 3 i Norden, berättar att bakom den nya högeffektsvarianten ligger bland annat ökade krav på kapacitet i 3G näten, inte minst från användarna som kopplar upp sig med sina bärbara datorer. •

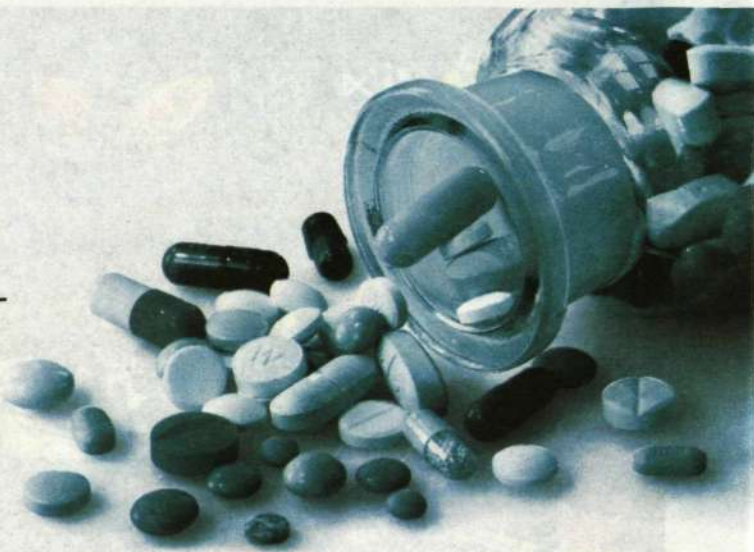
### fakta: rbs 3303

Johan Andersson, produktansvarig för Ericssons WCDMA-basstationer, ger en kort beskrivning av RBS 3303:

– Den är en mikrobasstation som drar lite ström och har liknande arkitektur som övriga WCDMA-basstationer i Ericssons RBS 3000-familj. Den finns i två varianter, med 5 respektive 20 watts uteffekt, och är främst avsedd för utomhusinstallationer.

RBS 3303 kan ge bra täckning i så kallade hot spots med mikroceller, men även förbättra täckningen inne i byggnader. Mikrostationen kan också vara ett alternativ till en makrostation när det är svårt att hitta en lämplig plats för installation. RBS 3303 finns även tillgänglig på de frekvensband som används för WCDMA i USA. (2100 MHz används i Europa/Asien, 1900/850 MHz i USA). •

# Utbildning är medicinen för komplexa nät



Operatörernas nät är idag mer komplexa än någonsin tidigare. För att kunna optimera kapaciteten och samtidigt stå emot den tuffa konkurrensen krävs att de har **rätt kompetens på rätt plats i rätt tid**. Ericsson kan tillhandahålla rätt medicin i form av utbildning och utvecklar ständigt sitt erbjudande.

**Ericsson Educations** kunderbjudande har genomgått en stor förändring de senaste åren och fortsätter att göra det. Det första steget man tog var när man började komplettera kurspaketet på Ericssons systemlösningar med att även erbjuda så kallade Learning Solutions. Man gick från produkt- till projektförsäljning där man anpassade utbildningen efter kundens affärs mål. Marielle Lindgren, chef för Education Product Management, menar att förändringen inom Ericssons utbildningserbjudande gjorts gradvis och att man utgår ifrån kundens affärs mål.

– Idag bygger vi kundunika helhetslösningar baserat på de kompetensluckor som finns i kundens organisation, säger hon.

Efter att under några år ha gjort detta på Ericsson-utrustning började man även erbjuda det på andra telekomleverantörers utrustning, så kallad multivendorutbildning.

– Med detta visade vi att vi är en utbildningsleverantör inte enbart knuten till utbildning på Ericssons produkter. Att vara våra kunders primära val av utbildningspartner oavsett deras val av utrustning är en position vi vill bibehålla och stärka, säger Marielle Lindgren.

**Multivendortrenden** inom tjänstesidan är tydlig – operatörerna känner sig inte längre knutna till sin systemleverantör då det gäller tjänster. Det bolag man har störst förtroende för och som man bedömer har den bästa kompetensen blir även det strategiska valet för tjänster.

Ericsson är den enda telekomleverantör idag som har ett multivendorkontrakt där utbildning sker på annan utrustning än den egna. Den brasilianska operatören Claro har köpt en SKT-lösning (Structured Knowledge Transfer) för Siemens BTS-tekniker, ett mentorskapsprogram som sker direkt i operatörens nätverk. Det var det första multivendorkontraktet i världen och var skraddarsytt för Claro med avsikt att optimera företagets kompetensutvecklingsmetoder samt att förbättra drift och underhåll. Rodrigo Araujo, Operations & Maintenance director på Claro, understryker värdet av Ericssons utbildning:

– SKT är en kraftfull metod som hjälper operatörer att skynda på sina arbetsgruppers inlärningsprocess. Detta har en omedelbar positiv påverkan på det operativa resultatet, säger han.

Ericsson Education har en offensiv expansionsstrategi för att kunna göra mer för sina kunder.

– Idag befinner vi oss i en del av utvecklingsfasen där vi försöker kliva in och ta fulla kontrakt för Learning Outsourcing, vilket innebär att vi tar över hela kundens utbildningsorganisation eller Learning Management, som innebär att ta över delar av den. Learning Outsourcing är inget nytt inom utbildningsvärlden, dessa typer av kontrakt har funnits ett tag, främst inom andra branscher men intresset ökar även inom telekom, säger Lindgren.

**I somras tog** konsultföretaget Accenture hem några av de första riktigt stora kontrakt av denna typ inom telekomsektorn med British Telecom och Nokia som främst innebar outsourcing av utbildningsrelaterade IS/IT-system.

Beslut angående eventuell outsourcing av utbildning bör tas i företagsledningen hos en operatör. I samband med dessa beslut tittar företagsledningar på kompetensutveckling i ett större perspektiv för att säkerställa att den är i linje med den riktning dit affären är på väg. Det är här Ericsson kan komma in som rådgivare. Rätt kompetens på rätt plats leder till bättre kvalitet i näten, bättre kundservice och det leder i sin tur till ökad kundnöjdhet och mer affärer.

– Kompetensutveckling är en av de mest avgörande faktorerna för hur operatörerna kommer att lyckas framöver, varför det blir av allt större strategisk vikt, säger Marielle Lindgren.

**För att positionera sig gentemot utbildningskonkurrenter** satsar Ericsson bland annat på att framhålla sin ledande position inom multivendorutbildning.

– Förvandlingen av vårt erbjudande måste kommuniceras till kunden på ett bra sätt. Marknadsföringsinvestingar har därför varit nödvändiga för att stötta våra säljare i införsäljningen av dessa nya affärer, säger Lindgren.

– En av Educations marknadsföringsaktiviteter har varit kundkonferenser där vi bjudit in key account managers tillsammans med sina kunder, säger Patricia Polvora, marknadsföringsansvarig inom Educations Produktledning.

Konferensagendan innehåller presentationer om erbjudandet, presentationer där kunder berättar om sina utbildningsfarenheter tillsammans med

Ericsson och, framförallt, tid för en djupare dialog kring kompetensutveckling med kunden.

– Vi bygger ett förtroende för Ericsson som affärspartner inom utbildning med hjälp av dessa konferenser, säger hon.

**I år har Ericsson haft en kundkonferens i Dallas i september och en i Peking i oktober.**

– Resultatet av konferenserna brukar visa sig i uppföljningen efteråt. Av de elva operatörer som närvarade vid konferensen i Dallas hade Ericsson inlett nya diskussioner, eller stärkt pågående, kring utbildningskontrakt med sju av dem strax efter hemkomsten, säger Patricia Polvora.

Richard Karam, key account manager för Wataniya på Ericsson i Algeriet, åkte till Dallas med sin kund och säger att timingen av konferensen var perfekt eftersom de just inlett en diskussion några veckor tidigare om hur man skall koppla investeringar i utbildning till Wataniyas affärs mål för att effektivisera den operativa verksamheten.

– Konferensen hjälpte Wataniya att förstå värdet av Ericssons utbildningskoncept. Vi kom hem med ett gemensamt mål och en klar plan för hur vi ska gå vidare i projektet, säger han.

Wataniya är den första multimediaoperatören i Algeriet och har cirka 1,3 miljoner abonnenter. Abdelmalek Lesbet, senior manager inom Organizational Development and Training på Wataniya, tycker att det var väldigt intressant att få höra andra operatörers utbildningsfarenheter och förstå det strategiska värdet av kompetensutveckling.

– Det är människorna i en organisation som gör skillnaden och jag tror att utbildning kan vara avgörande för att särskilja oss från våra konkurrenter, säger han.

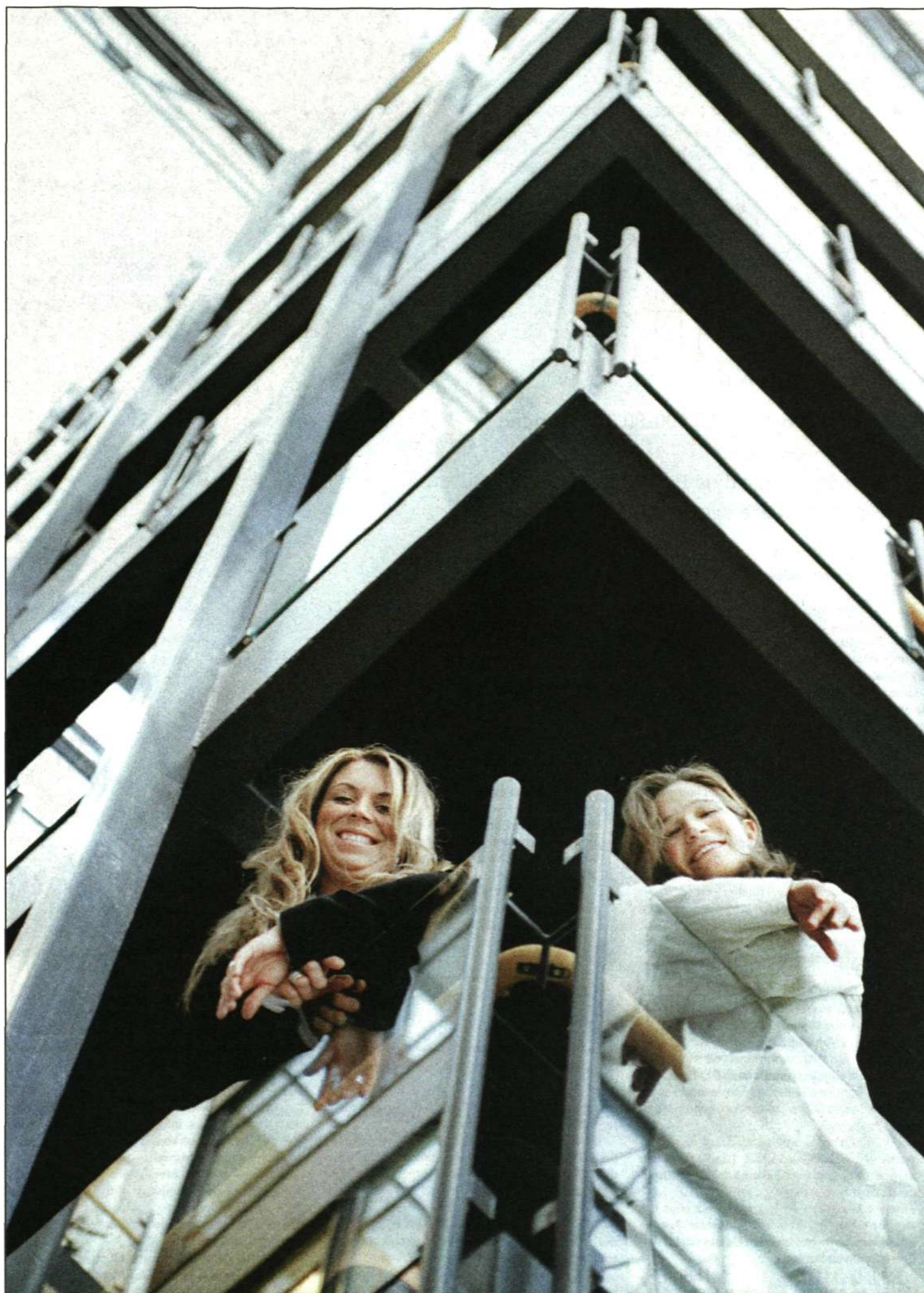


Richard Karam



Abdelmalek Lesbet





Utbildning på en ny nivå. Det är viktigt att bevisa för operatörerna att Ericsson kan utbilda även på andra telekomleverantörers utrustning, så kallad multivendorutbildning, menar Marielle Lindgren och Patricia Polvora på Ericsson Education.

# IT-supporten blir bättre

Varje månad kommer 70 000-80 000 ärenden in till IT Service Desk. **Åtgärder införs successivt** för att ge Ericssons anställda bättre och snabbare service.

**Varje kvartal** görs så kallade "End-user satisfaction surveys" bland Ericssons anställda för att se hur IT-supporten kan förbättras.

Dessa undersökningar visar att användarna vill ha bättre information om IT och att supporten måste bli bättre på att hantera anmälda ärenden – från den första kontakten till dess att ett problem är löst.

En rad åtgärder är införda eller på väg att införas för att servicen ska tillgodose de synpunkter som användarna har uttryckt i undersökningarna:

- De senaste månaderna har det varit långa köer till den svenska supportdesken. HP har tillsatt en speciell grupp för att lösa detta. Inom kort ska 90 procent av samtalen besvaras inom en minut – precis som det ska vara.
- Utbildning för att höja supportpersonalens kompetens sker kontinuerligt.
- Support för fjärruppkopplingstjänster som Racom, RVI och EMS finns nu dygnet runt.
- Förut öppnades ett nytt ärende när en användare frågade om sitt ärende. När supporten besvarat frågan avslutades detta nya ärende – men det anmälda problemet behövde inte vara löst. Detta är ändrat.
- Den som löst ett problem ansvarar alltid för att verifiera med användaren att så är fallet. Först därefter avslutar supportpersonen ärendet.
- Inspelade telefonmeddelanden införs. Vid stora störningar får den som ringer till supporten snabb information om vad som är fel och när det beräknas vara löst. Gäller frågan något annat går det självklart att få personlig service genom några enkla knapptryck.
- Via IT-funktionens webbplats finns en webbportal där användare själva kan bevaka sitt ärende. Påloggningsen till denna är i dag komplicerad, men ska förenklas.
- Ärenden klassas på en fyrgradig skala efter hur stor inverkan det aktuella problemet har på Ericssons affärer. Hur ärenden klassas ska bli tydligare för användarna.

– Vi vill ge snabbare och bättre service, säger Göran Kördel, chef för supportfrågor på Ericssons koncernfunktion för IT. Ett av våra mål är att höja

## fakta: IT service desk

Hewlett-Packard levererar IT Service Desk till Ericsson. I supportkedjan är sedan även IBM, andra företag och många gånger Ericsson självt inblandade.

Det finns supportcentrum i Stockholm, Dublin, Beijing, Kuala Lumpur, Ottawa och São Paolo. Totalt jobbar cirka 250 supportagenter med Ericsson.

För mer information:

<http://internal.ericsson.com/itsupport> och  
<http://prodcattit.internal.ericsson.com>.

Det arbetas för att förbättra IT-supporten för Ericssons anställda. Informationen på Inside har genomgått en omfattande översyn och en rad åtgärder för en effektivare IT Service Desk införs löpande.

andelen ärenden som blir lösta under det första samtalet från dagens 60 procent.

Tillsammans med sina kollegor har Kördel gjort en hel del för att ge Ericssons anställda bättre information. Två viktiga rubriker på IT-supportens webbplats är Find IT Support och Find IT Products and Services (adresserna i rutan ovan).

Den senare är en produktkatalog med applikationer och IT-tjänster som används inom företaget, som till exempel Ericsson Buyer och Gordon.

Find IT Support innehåller information om det mesta: svaren på de vanligaste frågorna IT Service Desk får, hur man gör beställningar, hur man får IT-hjälp och så vidare.

I november kommer också en webbutbildning som på 20 minuter informerar om hur IT Service Desk jobbar, hur man kontaktar supporten, hur man skyddar sig mot virus med mera.

Ericssons Monica Svendeborn är den som får resultaten av de kvartalsvisa undersökningar som görs om IT-supportens prestationer. Hon betonar vikten av att Ericssons medarbetare verkligen deltar i undersökningarna.

– Sammantaget leder svaren till en rekommendation för vad som ska göras. De förbättringar vi jobbar med är resultaten av vad Ericssons anställda tyckt i undersökningarna. De skrivna kommentarerna är speciellt viktiga, säger hon.

**TOSHIBA**

Innovative Semiconductor Solutions

For Mobile applications

**Man-Machine Interface**Illumination Sensor  
Power Booster  
TFT Display  
TFT Driver  
LEDs and Drivers**Base Band and Multimedia**Dynastrom Camera  
SoC for Mobile Phones  
Multi-Media Engine  
System Memory  
Removable Memory**RF Discrete Components****Common Components**

www.toshiba-components.com

QUICC ENGINE™

**MILLIONS HAVE TAKEN PowerQUICC PROCESSORS FOR FAST RELIEF OF NETWORK DESIGN HEADACHES.**


For over ten years, the PowerQUICC™ communications processor has been a leading remedy for network designs thanks to a highly integrated PowerPC™ core combined with a separate RISC-based communications processor module that excels at Layer 2 applications.

Now, 185 million communications processors later, Freescale continues to come to the aid of design engineers by introducing QUICC Engine™ technology. Featuring two dedicated RISC processors running up to 500 MHz, the QUICC Engine architecture is the next generation CPM. It delivers more than four times the throughput, supporting applications at Layer 3 and above, and includes support for DDR memory, Gigabit Ethernet, OC-12 ATM and TDM.

These new capabilities let you address the "3 Cs" of today's communications marketplace: Convergence to IP, Compatibility across software platforms and Cost reductions for next generation wireless and wireline access equipment.

Experience fast relief for yourself. Register for a free interactive demo on how to automate, initialize and configure QUICC Engine using CodeWarrior™ for QUICC Engine Utility software.

Register for your free interactive demo at [freescale.com/QUICCengine](http://freescale.com/QUICCengine)

**PowerQUICC II Pro MPC8346E Family with QUICC Engine Technology:**

- Integrates a powerful e300 PowerPC CPU, security engine, PCI, DDR memory controllers and the versatile QUICC Engine
- Supports Gigabit Ethernet, ATM (124 MPHY), TDM and Full-Speed USB
- Enables "Any protocol, Any interface" connectivity and advanced multi-protocol interworking
- Ideal for 3G wireless infrastructure, IP DSLAM, MSAH, Business Gateways/office-in-e-box, and routing solutions



Mindset är en utbildningskoncern som erbjuder skräddarsydda helhetslösningar och kurser inom sex områden: ledarskap, verksamhetsutveckling, affärsmannaskap, affärsspråk, kommunikation och personlig utveckling. Eftersom vi har våra egna utbildare har vi kontroll över undervisningskvaliteten från start till mål. Genom de kundundersökningar vi ständigt genomför, vet vi att våra kursdelagare och beställare är mycket nöjda med resultatet. Det är med engagemang i såväl utbildning, kunder som mål vi bygger Mindset. Vi etablerades 1998 och har 60 anställda på våra kontor i Stockholm och Göteborg. Idag omsätter vi ca 60 MSEK. Bland våra kunder märks Alfa Laval, DHL, Electrolux, Ericsson, FöreningsSparbanken, MyTravel Sweden, TeliaSonera, Posten, SaabScania, Skanska, Stadium, TietoEnator, Vattenfall och Volvo.



Peter Bergermark, Key Account Manager Ericsson

## God fortsättning! Med Mindset.

I kompetensutvecklingens värld är 2006 redan ett faktum. Det firar vi på Mindset genom att nu presentera ett urval av vårens kursstarter. Gå gärna in på [www.mindset.se/ericsson](http://www.mindset.se/ericsson) där du får en överblick över samtliga titlar och starter. Vill du ha hjälp med att planera vårens kompetensutveckling är du välkommen att kontakta våra utbildningsrådgivare.

**Exempel på starter tidigt i vår:**

- Retorik – konsten att övertyga, 16 januari, 3 dagar, Stockholm
- Presentationsteknik, 23 januari, 3 dagar Stockholm
- Ledarskap – att leda, 6 februari, 2 dagar, Stockholm
- Affärsmannaskap för icke säljare, 13 februari, 3 dagar, Stockholm

Vill du ha mer information? Gå in på [www.mindset.se/ericsson](http://www.mindset.se/ericsson) eller ring 08-5272 8870. Du kan även skicka ett SMS till 71160 (normal sms-taxa) med texten "mindset kontakten" så ringer en utbildningsrådgivare upp dig.

**GOTT NYTT ÅR!**

Ta ledningen



Mindset [www.mindset.se](http://www.mindset.se) kurs@mindset.se  
Drottninggatan 50, 3 tr. 111 21 Stockholm Tel. 08-5272 8870  
Odinsgatan 13, 4 tr. 411 03 Göteborg Tel. 031-802 902

Mindset utbildar inom:

Ledarskap

Verksamhetsutveckling

Affärsmannaskap

Affärsspråk

Kommunikation

Personlig utveckling

sedan sist



Från årsskiftet har Montreal ansvaret för CDMA.

# CDMA flyttar till Montreal

Omstruktureringen av Ericssons CDMA-verksamhet pågår enligt plan. Den 1 januari tar ett nyinrättat produktområde i Montreal över ansvaret för företagets CDMA-kunder. En reviderad strategi är på plats.

– Den går ut på att vi fokuserar på våra existerande kunder, säger **ericsson** Ingemar Blomqvist, chef för affärsenheten CDMA Mobile Systems (BMOC).

Det finns två huvudsakliga anledningar som gör det möjligt för Ericsson att omstrukturera inom CDMA. Det ena skälet är att Ericssons tekniska plattformar successivt har blivit alltmer gemensamma.

Det andra skälet är att CDMA-marknaden står vid en teknisk vändpunkt. Operatörer väljer CDMA2000 DO Rev A för framtiden. Därmed finns inga påtagliga skäl till att fortsätta utvecklingen av CDMA2000 1X (IS-2000 standard).

En grupp under ledning av Stian Kildal finns nu i kanadensiska Montreal. Vid årsskiftet tar de över ansvaret för CDMA inom Ericsson. Dagens verksamhet i San Diego kommer att avvecklas helt under det första halvåret 2006.

– Överföringen av kunskap från San Diego till Montreal pågår för fullt och går bra. Ytterligare information till marknadsenheterna och andra berörda rörande kontaktpersoner och hur vi ska arbeta kommer innan årsskiftet, säger Kildal.



Ingemar Blomqvist

Produktområdet i Montreal kommer att jobba aktivt med att sköta livscykeln för hela portföljen med CDMA-produkter, sköta leveranskedjan och support till Ericssons CDMA-kunder. Att svara upp mot marknadens behov av ny mjukvara är en annan viktig uppgift. Produktområdet kommer fortsättningsvis att jobba mycket tillsammans med de tre R&D-center för CDMA som finns i Montreal Boulder (USA) och Shanghai (Kina). BMOC lever vidare och Kildal rapporterar till Blomqvist.

Montreal var ett självklart val, menar Blomqvist. Där finns en av Ericssons viktigaste verksamheter för R&D och tjänster. Mycket av CDMA-utvecklingen och supporten har skötts från staden. Dessutom är Montréal platsen för en betydande del av utvecklingsarbetet av gemensamma teknikplattformar.

– Den omfattande kompetensen och erfarenheten inom CDMA säkrar att den här organisatoriska överföringen blir smidig och att kunderna inte påverkas av den, säger Blomqvist.

Blomqvist påpekar att Ericsson även fortsättningsvis har en heltäckande portfölj innehållande konkurrenskraftiga produkter och tjänster genom dess existerande lösningar för CDMA2000 1X och DO. Erbjudandet baseras på en teknikplattform som är gemensam med en annan 3G-teknik, WCDMA. Detta, samt stark fokusering på existerande kunder, är viktigt i och med framväxten av 3G. Ericsson har CDMA-kunder i bland annat USA, Latinamerika, Afrika och Asien, där särskilt Kina och Indien är heta 3G-marknader.

– Genom att vi organiserar om får vi ned kostnaderna för CDMA. Vad vi gör är att anpassa kostymen till dagens CDMA-marknad och till de CDMA-kunder som vi har i dag, säger Blomqvist.

För att förstå anpassningen – som är en del av den reviderade strategin för CDMA – är en blick bakåt nödvändig. Ericsson etablerade sig inom CDMA i maj 1999 genom att köpa Qualcommms verksamhet för CDMA-infrastruktur. Affärsenheten BMOC i San Diego föddes.

Målet var att nå en position som en av världens tre största leverantörer av CDMA. Främst siktade Ericsson in sig på "greenfielders", nya operatörer som satsade på CDMA. Beräkningar sa att "greenfielders" skulle utgöra runt 30 procent av den framtida CDMA-marknaden och Ericsson såg betydande affärsmöjligheter.

Produkter och lösningar utvecklades som delade plattform med WCDMA för att säkra operatörernas nät för framtiden och 3G.

Under åren har CDMA-marknaden förändrats. Konsolidering av CDMA-operatörer och andra orsaker gör att "greenfielders" i dag endast utgör cirka 10 procent av den totala marknaden. I maj kom därför beslutet om att byta strategi för Ericssons CDMA-verksamhet.

– Med den ändrade strategin anpassar vi kostnadsstrukturen för CDMA-verksamheten så att vi kan fortsätta stödja våra nuvarande kunder på ett bra sätt, sammanfattar Blomqvist.

## Telefonica vill köpa O2

**Spanska operatören** Telefonica har lagt ett bud på brittiska mobiloperatören O2. O2:s styrelse rekommenderar aktieägarna att godta budet. Om köpet blir av kan det vara genomfört redan **omvärd** i januari.

Det är en stor affär det handlar om. Budet från Telefonica är på cirka 17,7 miljarder pund eller 31,4 miljarder dollar – omräknat till svenska kronor blir det nära 250 miljarder.



Telefonicas styrelseordförande, Cesar Alierta, kommenterade enligt Times Online budet med att ett köp av O2 bland annat skulle ge ekonomiska fördelar genom kostnadsnyergier och göra att Telefonica kommer in på Europas två största marknader, Storbritannien och Tyskland.

Enligt Associated Press har Telefonica runt 145 miljoner abonnenter, varav 86,5 miljoner är mobilkunder till Telefonica Mobile. O2 har runt 25 miljoner abonnenter. Tidigare i år köpte Telefonica tjeckiska operatören Cezky Telekom.



Jan Uddenfeldt tar emot IVA:s pris.

## Uddenfeldt prisad

Jan Uddenfeldt, teknisk expertrådgivare till koncernledningen och tidigare teknikdirektör för Ericsson, fick i slutet av oktober Kungliga Ingenjörsvetenskapsakademins guldmedalj. Han fick utmärkelsen för sitt arbete med utvecklandet av mobil kommunikation och för att starkt ha bidragit till Sveriges framstående position på området. Prisutdelare var kung Carl XVI Gustaf.

– Jag blev väldigt glad och samtidigt förvånad.

**ericsson** Men jag tycker att det har varit fantastiskt att följa hur mobil kommunikation har fått en så stor betydelse för Sverige. Det känns kul att ha bidragit till den utvecklingen, säger Uddenfeldt.

Han började på Ericsson 1978 och har spelat en viktig roll i utvecklingen av GSM och WCDMA. Uddenfeldt är stolt över den grund Ericsson la för världens första digitala mobiltelefonssystem, GSM.

– Det fanns ingen handbok att gå efter. Vi fick lära oss att tygla tekniken, säger han.

Gällande WCDMA, ett annat område där Ericsson varit ledande i utvecklingen, är han stolt över att den blev antagen som 3G-standard.

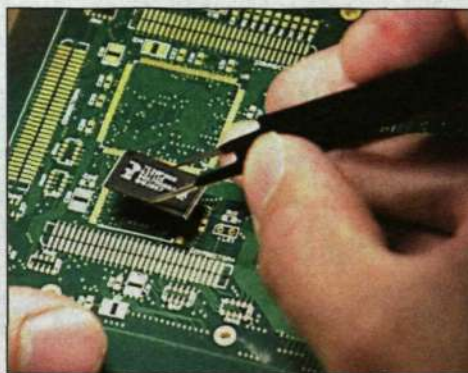
– Största svårigheten var överföringstakten där vi fick uppfinna nya lösningar för att komma upp i högre dataaktar. 3G är verklig bredbandsteknik som erbjuder tio megabyte per sekund, säger Uddenfeldt. •

## FoU närmare business

Vid årsskiftet integreras Forskning och Utveckling (FoU) i affärsenheterna BUSY, Systems, och BUAC, Access. Avsikten är att effektivisera processerna och korta tiden det tar att introducera nya produkter på marknaden (TTM), något som är viktigt för att Ericsson ska kunna stärka sin konkurrenskraft.

**Utvecklingen av serverplattformen TSP/IS**, på enheten DIPN, Development Unit IP Network, och utvecklingen av AXE på utvecklingsenheten DCNE, Core Network Evolution, kommer båda att föras över till affärsenheten System.

De som arbetar med CPP, Connectivity Packet Platform, för 3G-basstationer, Radio Network Controller, med mera, går över till Access.



Dessutom bildas en strategisk plattformsenhet inom koncernfunktionen FoU för att fokusera på synergier och utveckling när det gäller plattformar.

Koncernfunktionen FoU kommer även i fortsättningen att ha det funktionella ansvaret för all forskning och utveckling och forskningsenheten Ericsson Research kommer att vara kvar inom FoU. •

## Norskt bolag köpt

**Ericsson köpte** norska Axxessit i juli och heter numera Ericsson Axxessit AS. 170 medarbetare har integrerats i Ericssonkoncernen under affärsenhet Transmission and Transport Networks (BTTN).

Axxessits kunskande och produkter inom fiberoptik och access beskrivs som ett perfekt tillskott för Ericsson i dess fortsatta strävan mot framtidens nät som handlar om att bygga på IP-teknik, Ethernet och konvergens. Axxessit kommer också att vara värdefull för Ericssons fastnätverksamhet. •



Robert Greifeld och Carl-Henric Svanberg med Ericsson-kollegerna sekunderna efter börsens öppnande.

## Carl-Henric Svanberg öppnade Nasdaq

**Ericsson stod** i centrum på Times Square i New York den 10 november när vd och koncernchef Carl-Henric Svanberg öppnade Nasdaq-börsen. Klockan halv tio på morgonen tryckte Carl-Henric Svanberg på knappen som startade handeln på USA:s största elektroniska aktiebörs. Nasdaq är en av de största i världen.

Före öppnandet beskrev Nasdaq-chefen Robert Greifeld Ericsson som den "världens klart främsta leverantör av trådlös kommunikation". •



Marita Hellberg

## Tydliga mål är viktiga i IPM

**Det nya ramverket** för Individual Performance Management gäller hela Ericsson och kommer att tydligt sammankoppla affärsmål med individuella mål.

Ramverket för IPM implementeras ungefär samtidigt i hela Ericsson. Det ska koppla samman affärsmål med individuella mål, samtidigt som det ska etablera och säkra en prestationsdriven organisation som svarar på kundkrav.

– Vi vet av erfarenhet att när människor vet vad som förväntas av dem och får uppmärksamhet och återkoppling på arbetet som genomförs, ökar motivationen vilket har en positiv inverkan på deras prestation säger Marita Hellberg som är chef för Human Resources and Organization.

IPM innehåller riktlinjer, mallar samt kommunikations- och övningsmaterial. Diskussionerna inom IPM kommer att ersätta men omfatta innehållet i det som tidigare kallats för utvecklingsamtal och prestationssamtal och går ut på att sätta upp mål, följa upp resultat och ge återkoppling för att stödja alla anställda att nå sina mål.

Implementeringen sker på ett likartat sätt hela organisationen igenom, där informationen via lokala HR organisationen förs ut till chefer och medarbetare. •

En e-kurs och ytterligare information finns också att tillgå på Intranätet. [http://internal.ericsson.se/page/hub\\_inside/employee/human\\_resources/organization/ipm.jsp](http://internal.ericsson.se/page/hub_inside/employee/human_resources/organization/ipm.jsp)

till sist

text: tomas eriksson och catharina bergsten

foto: tomas eriksson

## Rekordkapacitet visade vägen

Dubai växer så det knakar och landet kräver ett avancerat mobilnät.

Nitin Bansal, kundansvarig för operatören Etisalat, och hans kollegor arbetade fram ett riktigt bra testnät. En starkt bidragande orsak till att Ericsson senare fick leverera all utrustning till operatören Etisalats nät i Dubai.

**F**ör åtta år sedan fick Nitin Bansal, då ingenjör vid Ericsson i Indien, frågan: "Vill du flytta till Mellanöstern?"

– Inte en chans, svarade han.

Men han övertalades att åka till Dubai och titta. Han älskade vad han såg. Sedan dess har han bott i Förenade Arabemiraten, först i Dubai och de senaste fyra åren i Abu Dhabi. I somras utsågs han till kundansvarig för Ericssons samarbete med Etisalat.

Nitin tog en ingenjörsexamen 1992 vid Poona universitet i Indien. 1995 trodde man i Indien på en mobiltelefonboom och alla de globala företagen öppnade kontor i landet.

– Ericsson annonserade stort och jag svarade på en av annonserna. Jag visste väldigt lite om företaget, säger Nitin Bansal.

– I dag är jag mycket glad över att jag sökte jobbet. Jag har hela tiden fått nya utmaningar i mitt jobb och har ofta fått byta arbetsuppgifter. Och det jag gjort har hela tiden uppmärksammats.

Etisalat är ensam operatör på mobiltelefonmarknaden i Förenade Arabemiraten. Men bara en tid till. En konkurrent är på väg in under 2006. Etisalat är en krävande kund, som helst vill ha den allra senaste tekniken.

– Vi har levererat och installerat runt 50 procent av utrustningen i Etisalats nät. Det har vi klarat av tack vare att vi hela tiden hållit hög kvalitet på produkter och tjänster, säger han.

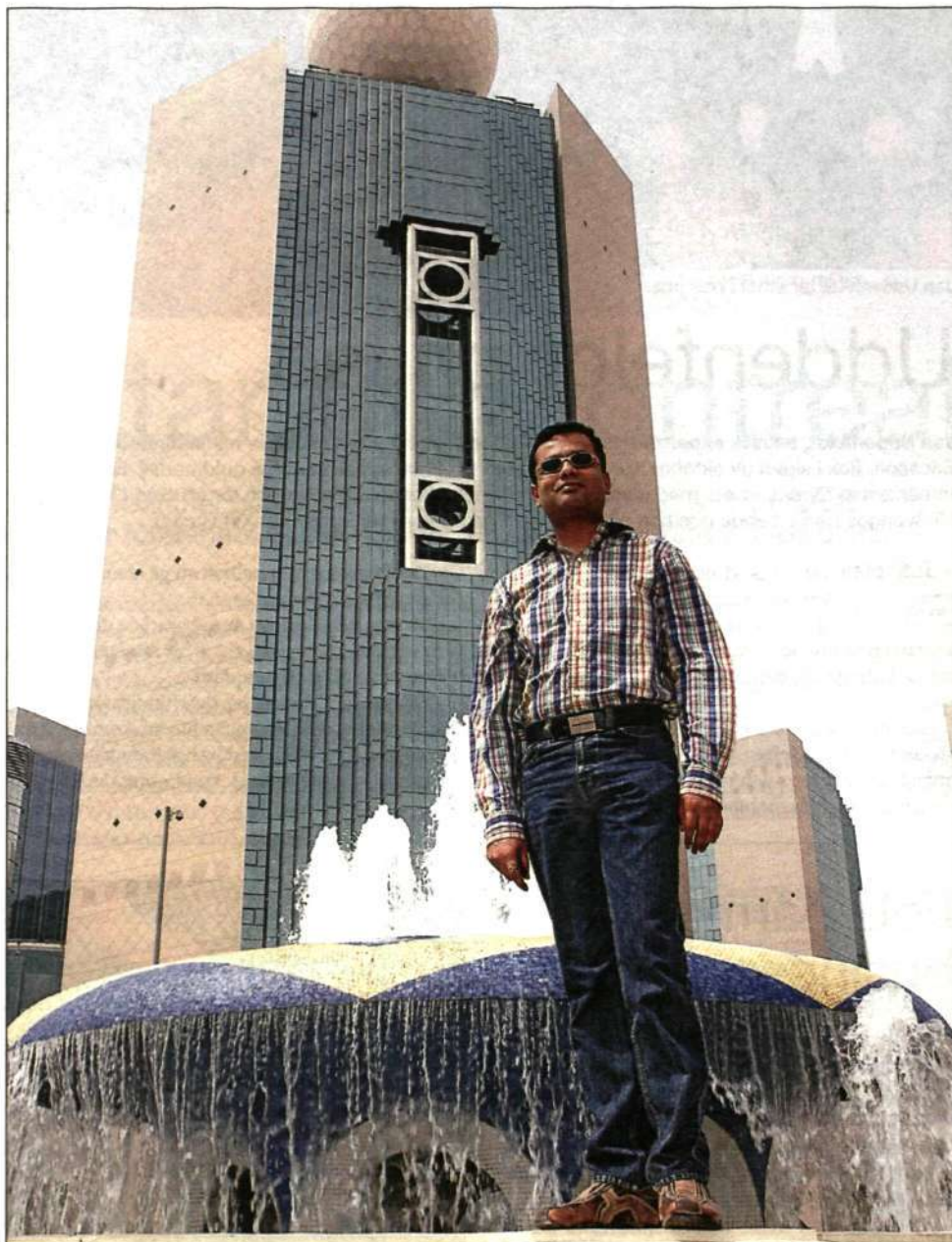
I Dubai fick Nitin Bansal och hans arbetsgrupp i uppdrag att göra en cell- och frekvensplanering. Resultatet blev mycket bra.

– Vi arbetade nästan oavbrutet i två månader. Till slut kunde vi erbjuda 1600 Erlangs\* per kvadratkilometer, det lär vara det högsta kapaciteten i Ericsson-världen, vad jag hört. Det var en starkt bidragande orsak till att vi fick leverera all utrustning till Etisalats mobilnät i Dubai, säger han.

Den kommande konkurrensen för Etisalat gör att företaget för tillfället genomgår en stor förändring.

– Tidigare var Etisalat teknikdrivet, man såg exempelvis aldrig en annons om dem i tidningarna. Men nu har företaget till stora delar bytt inriktning och bygger en stark marknadsorganisation, berättar Nitin Bansal.

Den fritid som Nitin har ägnar han just nu åt den MBA han läser, föreläsningarna hålls i London så det blir till att pendla.



Nitin Bansal, är kundansvarig för operatören Etisalat i Dubai. Hans och hans kollegors arbete har varit en starkt bidragande orsak till att Ericsson fick leverera all utrustning till Etisalats nät.

### fakta:

**Namn:** Nitin Bansal

**Ålder:** 34 år

**Familj:** Hustrun Kajri, som studerar till montessorilärare, och sonen Ishaan, 5,5 år.

**Jobbar som:** Kundansvarig för Etisalat.

\* Erlang är en måttenhet uppkallad efter den danske

vetenskapsmannen A.K Erlang (1878-1929). Erlang är den grundläggande enheten för teletrafikintensitet och representerar oavbruten användning av en linje. När en linje används kontinuerligt bär den 60 minuters samtal per timme. Om du får 300 samtal som vardera varar i 2 minuter så får du 600 minuter eller 10 Erlang av teletrafik under den timmen.

– Om jag får några helt lediga dagar över försöker jag göra sådant som min son gillar, som att snorkla och bada.

Om några år räknar Nitin Bansal med att flytta hem till Indien igen.

– Och förhoppningsvis jobba för Ericsson i Indien.

Jag har jobbat så länge inom företaget att jag helst vill stanna.

Och troligen blir det som vanligt som Nitin vill.

– Faktum är att alla de drömmar jag hade när jag var nyutexaminerad ingenjör har blivit uppfyllda. •