



Forum för talare

September 2000

Pär Ström

Forum för talare.

Under denna rubrik gläntar några av Sveriges mest anlitade talare på dörren till sina ämnesområden. Att lyssna på dem är tankeväckande. Ibland provocerande. Alltid engagerande.

Talarforum förmedlar talare inom en mängd ämnesområden till företag och organisationer.

Vi vill i den här formen regelbundet förse er med tankeväckande artiklar skrivna av några av dessa talare.

Kanske inspirerar det till att kontakta oss för att få veta mer? - Gör gärna det på www.talarforum.se. Mer information om det här nyhetsbrevet finns på www.talarforum.se/nyhetsbrev. Där kan ni även säga till om ni inte vill ha fler nummer.

Mobilt Internet - Något för oss?

Det talas allt mer om mobilt Internet, det vill säga Internet i mobiltelefoner, elektroniska kalendrar eller liknande apparater. Det är naturligt om många undrar: Är det något för mig att använda? Är det ett område som vårt företag bör ge sig in på?

Faktum är att det finns stora affärsmöjligheter i mobilt Internet, både i tjänster som vänder sig till allmänheten och i företagsinterna tjänster (exempelvis sådana som kan stödja säljare eller servicetekniker på fältet).

300.000 nya kunder i veckan!

Det som på allvar har satt fart på utvecklingen av mobilt Internet är den fenomenala succén hos det så kallade I-mode i Japan. Låt oss titta på den företeelsen.

I-mode är en form av mobilt Internet, och det är mobiltelefoner som används för att komma åt informationen. Systemet lanserades i februari 1999 av den japanska teleoperatören NTT DoCoMo. I augusti 2000 (för drygt en månad sedan alltså) hade man ca 10 miljoner kunder med den inströmning av nya abonnenter man har kommer antalet kunder redan vid nyår att vara ca 17 miljoner (!).

Överallt i den japanska gatubilden ser man personer, företrädesvis unga, som surfar med sina mobiltelefoner. Det



Pär Ström

Civ. ing. - konsult.
Författare, krönikör och
egenföretagare. IT-
sektorns mest anlitade
föreläsare. Förmedlar
förståelse för den
digitala revolutionen
och den "nya
ekonomin".

**Klicka här för en
presentation av Pär
Ström**

Pär Ström (forts.)

kostar ca 30 kr per månad att abonnera på I-mode. Systemet bygger på så kallad paketförmedling, en teknisk term som innebär att abonnenterna ständigt är uppkopplade. Man behöver alltså inte "ringa upp" för att kunna hämta eller lämna information.

Färgskärm och kamera i telefonen

De modernaste I-mode-telefonerna (för det handlar om särskilda telefoner) har både färgskärm och inbyggd digital kamera. Följden har blivit att en mycket populär användning är att skicka bilder på sig själv och sin omgivning till släkt och vänner. Detta vittnar om den stora potentialen i mobilt Internet det kommer att dyka upp många nya, spännande sätt att dra nytta av den ständiga uppkopplingen som vi idag inte kan ana.



Det finns redan idag ca 600 företag som lämnar tjänster till I-mode. Det finns ca 1.000 officiella I-mode-webbplatser, och ca 19.000 inofficiella.

En av de faktorer som gjort I-mode till ett så högtintressant exempel för omvärlden är att man har lyckats skapa fungerande affärsmodeller. NTT

DoCoMo tjänar bra med pengar på I-mode, och det gör även många av tjänsteleverantörerna. En viktig förklaring till det är att NTT DoCoMo hjälper tjänsteleverantörerna att ta betalt, dels genom att tjänsterna ingår i tjänstepaket som är avgiftsbelagda, dels genom så kallade mikrobetalningar (vilket innebär att kunden betalar per användningstillfälle). Avgifterna dyker upp på nästa telefonräkning (och NTT DoCoMo tar 9% för besväret).

Säljare kan ta hem fler ordrar

Här i Europa har vi istället WAP, en standard för mobilt Internet. Som alla vet har WAP inte tagit samma fart som I-mode, långt därifrån. Orsakerna är flera:

Ett stort trumf på hand som I-mode har är att det är så enkelt att använda. Man trycker på knappen "I" så är man ute på nätet. WAP har fått rykte om sig (något överdrivet, men bara

Pär Ström (forts.)

något) att vara krångligt. Ett annat skäl till framgången är att NTT DoCoMo är så aktiva med att hjälpa tjänsteleverantörer att ta betalt. Ett tredje skäl är fördelarna i att vara ständigt uppkopplad (hos oss är det en hög minuttkostnad, vanlig samtalstariff, så länge man använder WAP-tjänster). Ett fjärde skäl är att det är enklare att anpassa befintliga webbplatser till I-mode än att göra det till WAP-protokollet.

WAP är dock bara ett steg i utvecklingen, och mobilt Internet kommer raskt att förbättras även här hos oss. Ser man långsiktigt på det är det en tidsfråga innan så gott som all kommunikation sker trådlöst.



Vilka slags tjänster kan då utvecklas för mobilt Internet? Låt oss börja med en indelning i två huvudgrupper:

1. Business to business (B2B) och Business to Employee (B2E).
2. Business to consumer (B2C)

Inom kategori 1 finns många möjligheter att effektivisera en verksamhet och öka servicegraden. En säljare kan exempelvis plocka upp sin telefon, ute på fältet hos en kund, och på några minuter få fram aktuellt lagersaldo, leveranstid, dagsaktuella priser, rabatter och så vidare. På motsvarande sätt kan han på några minuter, utan att behöva ta fram en klumpig dator, ta reda på en kunds kreditvärdighet eller inköphistorik. En servicetekniker skulle kunna ta fram sin mobiltelefon, sittande framför exempelvis en kopieringsmaskin som ska lagas, och få fram manualer och instruktioner, reservdelars tillgänglighet etc.

Pär Ström (forts.)

Alla kompisars humör i min telefon

För konsumenttjänster är det av naturliga skäl lite annorlunda. En konsumenttjänst blir i princip mer attraktiv ju fler av nedanstående inslag den har:

1. Underhållande. Den publika marknaden för mobilt internet drivs av ungdomar. Som exempel kan nämnas att 58% av de som använder japanska I-mode anger att de gör det i underhållningssyfte. Underhållning ska här tolkas i vid mening i Sverige gjorde någon nyligen en undersökning där det framgick att ett av ungdomarnas främsta önskemål när det gäller mobilt Internet är att ständigt veta vilket humör alla kompisar är på. Att skicka foton tillvarandra faller också inom underhållningsområdet.
2. Tidskritisk. Mobilt Internet kommer mest till sin rätt när det gäller information som ständigt uppdateras, såsom exempelvis väder- eller trafikinformation.
3. Platsberoende. En tjänst vinner i värde om mobiltelefonens geografiska position styr innehållet. Exempel: Om jag är på Söder i Stockholm och söker restauranger ska det i första hand dyka upp restauranger på Söder.
4. Individanpassat. Tjänster ökar i värde om de anpassas, antingen genom att kunden själv ges möjlighet till anpassning eller genom att det görs med ledning av så kallade kundprofiler (individinformation).



Stängda trädgårdar måste bekämpas

Idag ser vi tendenser till att mobiltelefonioperatörerna vill skapa "closed gardens". Detta är branschjargong för tjänster inom mobilt Internet som är knutna till en viss operatör. Kunderna blir alltså "inlåsta" om jag är kund hos Telia kommer jag inte åt Comviqs tjänster, och vice versa. Den bakomliggande orsaken är rädsla från operatörernas sida för hur de ska tjäna sina pengar när näten blir "paketförmedlade" med ständig uppkoppling (och de alltså inte kan ta betalt för samtalstid längre).

Pär Ström (forts.)

Det vore olyckligt om fenomenet "closed gardens" blev dominerande, eftersom det hämmar hela marknaden. Det är ju synnerligen opraktiskt för kunderna att på det sättet vara "inlåsta". Öppenhet är en viktig grund för tillväxt (och för övrigt ytterligare en av framgångsfaktorerna bakom japanska I-mode).

För dagens WAP-tjänster finns det en uppenbar vinnare: Operatören, som tjänar pengar helt automatiskt på samtalstiden. Detta kommer som sagt att förändras när vi med GPRS-systemet under 2001 successivt får "paket-förmedlande" nät.

Glöm annonser idag

Hur tjänar då tjänsteleverantörerna pengar på mobilt Internet? Annonfinansiering kan man glömma under överskådlig tid, miljön är alldeles för påver. En möjlighet är att dela samtalsintäkterna med operatören (även om dessa ofta är ganska svårflirtade på det området). En intressant variant är att operatörerna skapar paket på vilka konsumenterna abonnerar. En annan stor möjlighet är att operatörerna skaffar system för mikrobetalningar (så att exempelvis en väderrapport kostar 2 kr, som läggs på nästa teleräkning).

Sedan hör det ju till saken att det inte alltid är nödvändigt att alls tjäna pengar på de mobila tjänsterna. En del av dem kanske kanaliserar affärer till företagets ordinarie verksamhet, och blir därmed en reklamkanal. Andra kanske är av B2B- eller B2E-karaktär, och genererar diverse vinster på olika håll i företaget (såsom ökad produktivitet, tillgänglighet och servicegrad).

Det går fort med systembytena inom mobilt Internet, efter GPRS kommer UMTS (som kallas tredje generationens mobiltelefoni, eller 3G). Man kan räkna med att UMTS dyker upp under 2002. En av fördelarna med UMTS är att bandbredden ökar ytterligare (redan med GPRS får vi dock en ökning jämfört med dagens GSM).

Har du WAP-telefon?
Här är några tjänster du skulle kunna pröva:

Skandiamäklarna låter oss titta på villor och andra bostäder i nallen, knappa in wap.skandiamaklarna.se. PriceRunner



Pär Ström (forts.)

jämför priser på exempelvis vitvaror och konsumentelektronik mellan olika butiker, oerhört användbart, prova på wap.pricerunner.com. Du kan översätta ord mellan olika språk på M-translate, wap.m-translate.com.

Profitera på din eter!

För övrigt kan man konstatera att det finns trådlös kommunikation helt vid sidan av mobiltelefoninäten. Exempelvis erbjuder Palm ett eget system för mobil datatrafik. Det går också att skapa så kallade "hot spots", exempelvis i ett shoppingcenter, där min apparat (exempelvis telefon) kommunicerar med lokala sändare och mottagare med kort räckvidd (på licensfria frekvenser).

Det senare skulle exempelvis kunna göras med Bluetooth-teknik eller teknik från Axis, och resultatet blir att den som "äger" ett geografiskt område också äger vissa radiofrekvenser inom det området, vilket gör att etern i det aktuella området blir ett verktyg för ett slags "kundägande". När man träder in i shoppingcentret, eller hotellet, eller sätter sig på tåget, så kommer man automatiskt in i den tillhörande mobila portalen och det kanske även dyker upp säljerbjudanden i displayen på min apparat. Detta skapar förstås utomordentliga möjligheter till nya slags intäkter man skulle kunna säga att "etern blir en säljare". Utomordentliga affärsmöjligheter för många, inte minst fastighetsbolag...