

Navike korisnika komunikacijskih usluga ubrzano se mijenjaju

Foto: Ljiljana Podrepašak



Nova generacija korisnika, stasala u posljednjih dvadesetak godina, odrasla je s kompjutorskim mišem u jednoj i mobilnim uređajem u drugoj ruci te je prihvatila nove tehnologije u većoj mjeri nego ijedna prije nje. Sveprisutni Internet utjecao je na izmjenu uzoraka ponašanja koji se preslikavaju i na telekomunikacijsku industriju, iz čega slijedi da je poznavanje promjena u potrebama krajnjih korisnika značajno za razumijevanje budućnosti telekomunikacijske industrije.

Karakteristika krajnjih korisnika današnjice jest da su proaktivni. Vremena u kojima su korisnici komunikacijskih usluga čekali na pružatelje usluga i sadržaja da razviju neki proizvod, prošla su. Krajnji korisnici koji pripadaju novoj, digitalnoj generaciji žele doprinijeti nastanku, razvoju i evaluaciji novih proizvoda, usluga i sadržaja. Oni žele biti uključeni u proces kreiranja.

Ipak, vrlo je teško artikulirati potrebu za novom uslugom, a realizirati ju je praktički nemoguće ukoliko tehnologija koja ju omogućava nije dostupna. U Ericssonu, sposobnost ispunjenja tih potreba postiže se usklađenošću istraživanja i razvoja tehnologija s istraživanjima budućih potreba krajnjih korisnika. Bogato iskustvo u telekom areni, posvećenost istraživanju i razvoju, naglašavanje važnosti standardizacije i njegovanje razumijevanja potreba krajnjih korisnika duboko su ugrađeni u našu korporativnu kulturu. Naši proizvodi upravo zbog toga poštuju stroge tehnološke zahtjeve, ujedno nudeći funkcionalnosti koje zadovoljavaju potrebe proaktivnih krajnjih korisnika.

Bez sumnje, sudjelovanje krajnjih korisnika u različitim oblicima društvene interakcije putem digitalnih medija će se i ubuduće mijenjati i napredovati. Njihovo će ponašanje u tom pogledu biti uzrokovano ili praćeno pojavom novih inovativnih komunikacijskih usluga. Komunikacijsko tržište brzo evoluiralo, a potrebe krajnjih korisnika razvijaju se. Zbog toga pružatelji telekomunikacijskih usluga i operatori telekomunikacijskih sustava moraju optimizirati ne samo svoje usluge, mreže i operacije, nego i svoje poslovne modele. Kako bi im u tome pomogao, Ericsson nudi profesionalne servise te integrirana rješenja visoke kvalitete, uz kratko vrijeme isporuke i tržištu prilagođene poslovne modele koji omogućuju stvaranje održive kompetitivne prednosti.

Ivan Lupić

Menadžer za IMS rješenja i jezgrene mreže

Izdvajamo iz sadržaja

8 i 9

Ožujski broj hrvatskog izdanja časopisa Forbes na domaći izvoznički tron postavio je Ericsson Nikolu Teslu, a kompanija tu poziciju brani novim utrskom većim od 11 milijuna kuna na tržištima Zajednice Neovisnih Država te novim poslovima u Crnoj Gori vrijednim 8,2 milijuna kuna.

10 – 12

Prvo ovogodišnje tromjesečje obilovalo je domaćim i inozemnim događanjima, konferencijama i stručnim skupovima o informacijskim i komunikacijskim tehnologijama. Provjerite koji su glavni trendovi.

22 i 23

Smiljan Pilipović i Siniša Krajnović javljaju se iz Japana, gdje trenutačno rade, te nas informiraju o ponašanju krajnjih korisnika na najnaprednijem komunikacijskom tržištu u svijetu.

36 i 37

Dioničko društvo Ericsson Nikola Tesla najavljuje svoju Glavnu skupštinu za 26. svibnja 2009.