

„Ericsson je prepoznao tu interaktivnost i neovisnost te je prilagodio svoju ponudu potrebama telekomunikacijskih operatera za krajnje korisnike. Veliki potencijal su svakako sadržaji poput socijalnih mreža, personaliziranog mobilnog oglašavanja, igara i glazbe te konvergentne televizije. U tom kontekstu, Ericsson vidi višemedijski podsustav temeljen na internetskom protokolu (IMS – IP Multimedia Subsystem) kao ključan sustav koji omogućuje ponudu konvergentnih usluga te standardizaciju s kraja na kraj mreže kao preduvjet za daljnji razvoj.“

VIŠEKANALNA I MULTIMEDIJALNA KOMUNIKACIJA

Grga Mrkonjić, menadžer za prodaju na tržištima susjednih zemalja, presudnim faktorom u daljnjem razvoju smatra brzi paketni pristup putem mobilnih mreža koji je napokon omogućio ostvarenje paradigme svepristunog širokopojasnog pristupa. Istovremeno, napredni su korisnički uređaji omogućili korištenje naprednih usluga čiji su temelji postavljeni Web 2.0 paradigom.

„Višekanalni i multimedijalni način komunikacija nije više stvar prestiža već potreba sve većeg broja korisnika mobilnih komunikacijskih usluga. Krajnji korisnik želi jedinstvenu uslugu, nevezano za kanal pristupa i uređaj kojim konzumira uslugu“, smatra Grga.

Kvalitetan temelj za postizanje optimalnog zadovoljenja potreba i želja leži u Ericssonovom strateškom pozicioniranju i prilagođavanju prisutnoj komunikacijskoj evoluciji kroz

širok spektar tehnološki i uslužno konvergentnih rješenja i komplementarnih usluga systemske integracije.

„Prateći nove trendove, Ericsson kroz svoj portfelj nudi inovativna rješenja u areni multimedijalnih usluga, bilo kroz ponudu vlastito razvijenih rješenja, ponudu rješenja kroz partnerstva s fleksibilnim vanjskim dobavljačima ili kroz sve prisutnije pružanje kompletnih rješenja putem usluga upravljanja rješenjima (hosted services). Kroz ovako dinamičan razvoj portfelja multimedije i fiksno-mobilnih konvergentnih rješenja, puno fleksibilnije i brže je moguće odgovoriti na konstantne nove zahtjeve naših kupaca uzrokovane upravo novim načinom komuniciranja“, zaključuje Grga.



Grga Mrkonjić

PRIPREMILA: *Jadranka Lončar*
FOTO: *iz korporativnoga fundusa*

IZDVAJAMO IZ KORPORATIVNIH INTERNIH MEDIJA

I glazba je postala mobilna

Industrija informacijskih i komunikacijskih tehnologija ima velika očekivanja kada je riječ o uslugama vezanim uz slušanje glazbe u pokretu, s mobilnih telefona. Izgleda da je interes krajnjih korisnika i veći.

Sve je pitanje cijene i zaštite prava vlasništva. Tehnologija je dostupna, potreba tržišta očigledna, pogotovo uzmemo li u obzir činjenicu da korisnici žele smanjiti broj uređaja putem kojih su im različite komunikacijske mogućnosti na raspolaganju. Dostup omiljenim glazbenim brojevima putem Interneta već je, više-manje, dobro uhodan posao, a mobilni Internet u ovom segmentu tek treba reći svoju zadnju riječ.

Korisnici neće mobilni telefon koristiti kao medij za slušanje glazbe ukoliko cijene ne postanu pristupačnije, tvrdi Deepa Karthikeyan, analitičarka mobilnih usluga u tvrtci Current Analysis i ukoliko usluge poput mobilnoga dostupa glazbi ne postanu dio standardiziranih paketa. Da bi se telekomunikacijske tvrtke i operatori uspješno ubacili u ovaj posao potrebno je da uvedu komunikacijske funkcionalnosti koje će naglasak staviti na mobilni pristup s bilo kojega mjesta, u bilo koje vrijeme. Za sada trendove u ovom području diktira Appleov iTunes.

