

SHIFTING LIMITS

mobiele communicatie



CHAPTERS

FEITEN EN CIJFERS

De mobiele markt boekte een omzet van 1,62 miljard euro. Nederland telde eind maart 21,1 miljoen mobiele abonnementen.

TRENDS

Bedrijven kunnen, volgens onderzoek van Forrester Consulting een betere concurrentiepositie krijgen als zij bedrijfsapplicaties op afstand toegankelijk maken.

BIJDRAGE: RANDY ITECO

Hij neemt U mee langs de belangrijkste aandachtspunten omtrent mobiele telefonie en zorgt ervoor dat U de inzet van mobiele telefonie optimaliseert en alles haalt uit uw relatie met uw provider.

★ *links naar relevante online bronnen met meer informatie bevinden zich in de teksten en zijn direct aanklikbaar.*

Introductie

De mobiele markt ontwikkelt zich in een enorm tempo. Telefoons worden smartphones en het aantal applicaties op de toestellen groeit enorm.

In deze vierde Shifting Limits kijken we naar de trends en ontwikkelingen in de mobiele markt.

Waar moeten we als organisatie rekening mee houden te komende jaren en waar liggen de kansen om optimaal gebruik te maken van alle nieuwe mogelijkheden?

Daarnaast komt in deze Shifting Limits wederom een specialist aan het woord, Randy Riteco van de A&B Groep.

Hij neemt U mee langs de belangrijkste aandachtspunten omtrent mobiele telefonie en zorgt ervoor dat U de inzet van mobiele telefonie optimaliseert en alles haalt uit uw relatie met uw provider.



Randy Riteco - A&B Groep

Als managing director en ondernemer sinds 1987 actief betrokken bij de ontwikkelingen in

de telecom markt. Als generalist met marketing als zijn specialisme is Randy sinds 1999 actief met A&B Groep als no nonsense consultant. Hij beschouwt het adviseren van bedrijven met "groeipijn" als zijn hobby.

Randy is geboren in 1968 in Oudenbosch, is gelukkig getrouwd en heeft twee kinderen van 7 en 11 jaar oud. Hij is sociaal betrokken en houdt van stevige discussies.



Shifting Limits is een serie whitepapers waarin Squire haar visie op het gebied van trends in het brede gebied van internet en ICT weergeeft.

In deze Shifting Limits gaan we in op trends en ontwikkelingen in mobiele communicatie.

Meer informatie over Squire is te vinden op:

www.squire.nl



FEITEN EN CIJFERS

De mobiele markt boekte een omzet van 1,62 miljard euro, wat neerkomt op een groei van 4,4 procent vergeleken met de eerste drie maanden van 2008

De wereldmarkt

61.1% heeft mobiele aansluiting

De mobiele telefoonmarkt in de Westerse wereld vertoont tekenen van recessie, maar kijken we wereldwijd, dan zien we nog steeds groei en daarnaast zien we een enorme groei in het aantal smartphones.

Zes van de tien mensen hebben een mobiel. 18% van de mensen hebben er twee. Van alle kantoor medewerkers is 90% meer dan 20% 'on the move' (bron: frost & sullivan) en mobiele services doen meer dan de helft van de telecom services markt en zorgen voor de groei van de hele sector, alhoewel dit jaar minder dan ooit. Kijken we naar de wereldmarkt dan heeft per 100 inwoners 5% een mobiel breedband-abonnement, 18% een vaste telefoonlijn, gebruikt 23% internet en heeft maar liefst 61,1% een mobiele telefoonaansluiting. Kijken we naar de mobiele telefoonaansluitingen per 100 inwoners per werelddeel dan is dat in Azië 38%, in Afrika 28%, in Amerika 72% en in Europa 111%.

Cijfers Nederland

De mobiele markt boekte een omzet van 1,62 miljard euro

De mobiele markt boekte een omzet van 1,62 miljard euro, wat neerkomt op een groei van 4,4 procent vergeleken met de eerste drie maanden van 2008.

De groei was grotendeels te danken aan een sterke toename van het sms'en en mobiel internetten, vooral door klanten van KPN en Vodafone.

In deze categorieën zagen de telecombedrijven van jaar op jaar de omzet met 20,3 procent groeien.

De inkomsten uit spraakverkeer bleven stabiel. Nederland telde eind maart 21,1 miljoen mobiele abonnementen, wat per definitie inhoudt dat sommigen meer dan één abonnement hebben. De marktpenetratie (de verhouding tot het inwonertal) groeide van jaar op jaar van 120,6 naar 127,6 procent.

(bron: www.automatiseringgids.nl, Telecompaper)

Gebruik mobiele telefoons

iPhone gebruikers gebruiken 30 keer zoveel data

Het aantal telefoons en het aantal abonnementen is van belang, maar wellicht nog belangrijker is het gebruik.

Een goed voorbeeld is de iPhone die qua aantallen misschien nog geen marktleider is, maar in gebruik zeer intensief wordt gebruikt.



Het aantal zoekopdrachten in Google op de iPhone is hoger dan bij de Symbian-based telefoons. De Symbian-based telefoons van Nokia vertegenwoordigen 40% van de wereldmarkt. iPhone gebruikers gebruiken 30 keer zoveel data en 95% van de iPhone gebruikers surft regelmatig op internet. Google ziet 50 keer zoveel zoekopdrachten dan ieder andere mobiel en ze waren zo verbaasd dat ze hun technici een check op hun logfiles hebben laten doen om te checken of het wel klopt. Daarom zien we dat iedereen applicaties en services ontwikkelt voor de iPhone, terwijl deze nog slechts een klein deel van de wereldmarkt vertegenwoordigt in aantallen.



TRENDS

En in 2009 rolt een aantal uitzendbureaus landelijk een NFC gebaseerd registratie systeem uit bij al haar opdrachtgevers. Door gebruik te maken van NFC passen hoeven medewerkers geen urenbriefjes meer in te vullen.

Open standaarden

Meer dan 20.000 verschillende mobieltjes

Zo er in de internetwereld inmiddels vele standaarden bestaan zoals HTML en XML die ervoor zorgen dat er steeds meer data en applicaties eenvoudig kunnen worden gekoppeld en/of uitgewisseld, zo is de mobiele markt nog erg gefragmenteerd: Meer dan 20.000 verschillende mobieltjes, waarbij ieder toestel 1500 verschillende specificaties kan hebben en er zijn meer dan 25 os's platforms, middleware en frameworks en meer dan 750 operators.

Nu nog een gevecht tussen operating systems, maar we zullen zien dat de systemen snel opener gaan worden.

Zo is bijvoorbeeld onder de naam OK:Android een Android versie beschikbaar die draait als gast-OS naast elk ander mobiel OS op smartphones of telefoons.

Daarnaast voorspelt Juniper Research dat het aantal smartphones met een Open Source OS een grote vlucht zal nemen (<http://www.juniperresearch.com/shop/viewpressrelease.php?pr=146>)

Near Field Communication

Door gebruik te maken van NFC passen hoeven medewerkers geen urenbriefjes meer in te vullen.



Near Field Communication is in 2004 gestart door Philips, Sony en Nokia. Nog niet veel mobiele telefoons zijn voorzien van deze NFC techniek, naar verwachting zullen zo'n 14% van de handsets zijn voorzien in 2012. De grote behoefte is die van standaardisatie. Inmiddels zijn meer dan 130 bedrijven lid van het NFC Forum (www.nfc-forum.org).

Tot nu toe wordt het vooral gebruikt als manier om via de mobiel te betalen of tickets te kopen en zijn veel toepassingen nog in een pilotfase. Maar meer en meer organisaties kijken naar de mogelijkheden om de techniek in te zetten. Een interessant voorbeeld is die van

de thuiszorg waarbij de zorgpas van de cliënt door de thuiszorg medewerker gescand wordt met de NFC-telefoon. Een speciale toepassing registreert de gegevens en stuurt ze direct door via het mobiele netwerk naar het zorg registratiesysteem van de thuiszorg organisatie. De thuiszorg medewerker hoeft daardoor geen administratie meer bij te houden over de geleverde zorg. En in 2009 rolt een aantal uitzendbureaus landelijk een NFC gebaseerd registratie systeem uit bij al haar opdrachtgevers. Door gebruik te maken van NFC passen hoeven medewerkers geen urenbriefjes meer in te vullen.

Applicaties

Een enorme behoefte is aan goede mobiele applicaties

De mobiele telefoon zal volgens de CEO van MySpace 50% van het bezoek vormen in 2012. Eric Schmidt, CEO Google, zegt dat binnen een paar jaar meer zoekopdrachten via de mobiel zullen plaatsvinden. Door dit soort ontwikkelingen is de mobiel niet meer alleen een soort extensie voor sites en applicaties, maar wordt het het belangrijkste platform.



TRENDS

Bedrijven kunnen, volgens onderzoek van Forrester Consulting een betere concurrentiepositie krijgen als zij bedrijfsapplicaties op afstand toegankelijk maken.

Nu al zien we een explosieve groei van de zogenaamde 'apps' en alle platformen bieden online shops aan voor deze apps; Nokia's Ovi Store (www.ovi.com), BlackBerry App World (www.blackberry.com/appworld) en uiteraard de iTunes App Store (www.apple.com/nl/iphone/apps-for-iphone).

Veel apps zitten nog in de hoek van ontspanning, games en 'nice to have', maar ook business applicaties ondergaan deze ontwikkeling. Bedrijven kunnen, volgens onderzoek van Forrester Consulting in opdracht van Blackberry-fabrikant RIM, een betere concurrentiepositie krijgen als zij bedrijfsapplicaties als Customer Relationship Management (CRM) op afstand toegankelijk maken. Volgens het onderzoek zijn omzetgroei en productievare medewerkers, 87 procent, de voornaamste redenen. Het verbeteren van de klantendienstverlening, 55 procent, is een andere belangrijke reden.

Uit het onderzoek blijkt tevens dat vooral de verkoopafdeling, 63 procent, de klantenservice, 60 procent en de buitendienst, 51 procent, mobiele CRM-toegang

gebruiken. Tot slot concludeert het onderzoek voor RIM dat veel bedrijven interesse hebben om bedrijfsapplicaties mobiel te gaan aanbieden voor een groeiende groep aan mobiele medewerkers.

(meer op www.kmopme.be/news/0329_mobiele_crm_levert_concurrantievoordeel_op)

Augmented Reality

De mogelijkheid om de fysieke wereld te combineren met de digitale wereld



De trend die misschien nog het verste weg ligt, maar wel enorme mogelijkheden biedt; augmented reality. Simpel gezegd biedt augmented reality de mogelijkheid om de fysieke wereld te combineren met de digitale wereld. Door een interface als de fotocamera van de mobiel of een

head up display, een systeem waarbij informatie die normaal op een instrument moet worden afgelezen, rechtstreeks wordt geprojecteerd in het gezichtsveld.

U bent in een boekhandel en ziet een boek. U houdt de camera van de mobiel voor het boek en over dat beeld worden de recensies van Amazon geprojecteerd.

U loopt in een stad en richt uw mobiel op een hotel en U ziet direct alle gerelateerde video's, en reviews. U loopt een congres binnen en gaat met uw mobiel in de rondte, waarbij de linkedin gegevens van de personen in beeld verschijnen. Een monteur van BMW gaat een reparatie uitvoeren en ziet met behulp van een soort bril digitaal geprojecteerde informatie inclusief instructies over de echte auto heen.

Misschien wat lastig om voor te stellen, maar kijkt U anders eens naar alle inspirerende mogelijkheden op bijvoorbeeld:

<http://www.youtube.com/watch?v=P9KPJA5yds>, of http://www.youtube.com/watch?v=b64_16K2e08.



BIJDRAGE

Randy Riteco - A&B Groep

In deze bijdrage neemt Randy Riteco U mee langs de belangrijkste aandachtspunten omtrent mobiele telefonie en zorgt ervoor dat U de inzet van mobiele telefonie optimaliseert en alles haalt uit uw relatie met uw provider.

Concreet en direct toepasbaar.

Minder bellen dan afgesproken kan aanzienlijk meer kosten

Providers zoeken naar zekerheid

Providers zoeken naar zekerheid over de 'waarde' van een contract. Daarom maken ze afspraken over de minimale omzet in een bepaalde periode die door de klant gemaakt moet worden (= omzetgarantie). Deze omzetgarantie is opgebouwd uit het minimaal aantal abonnementen maal de gemiddelde opbrengst per abonnement (Average Revenue Per Unit) die de klant per contractjaar dient te maken. Wordt die omzet niet gehaald dan betaalt de klant als boete het verschil tussen de afgesproken en gerealiseerde omzet. Dat dit een substantieel bedrag kan zijn spreekt voor zich.

Hoge bonus leidt niet automatisch tot lagere kosten

Vaak vertoebelt de bonus de kijk op de daadwerkelijke totale kosten

In de perceptie wordt ervan uitgegaan dat een hoge bonus neerkomt op lagere kosten. Een bonus wordt echter door providers bepaald, gebaseerd op de totale contractwaarde en door

inbreng van posten die juist zorgen voor een kosten verhogend effect. Denk hierbij aan invloeden als:

- Langere looptijd contract
- Minimaal aantal abonnementen
- Minimale jaaromzet die gehaald moet worden

De waarde van een bonus wordt pas duidelijk als de totale kosten over de gehele looptijd van het contract inzichtelijk zijn. Vaak vertoebelt de bonus de kijk op de daadwerkelijke totale kosten.

Zorg dat facturen automatisch aansluiten bij de gemaakte afspraken

Zorg dat afspraken vooraf zijn vastgelegd

Het controleren van de nota kan niet plaatsvinden enkel op basis van de informatie die op de nota vermeld wordt. Daarvoor dienen de vooraf gemaakte contractuele afspraken exact inzichtelijk te zijn. Ook dient per maand het detail gebruik middels een elektronische specificatie beschikbaar gesteld te worden. Zorg dat onderstaande afspraken vooraf zijn vastgelegd:

- Tariefplan en overige contractvoorwaarden
- Berekeningsmethodiek

Met deze informatie kan worden vastgesteld of de gehanteerde tarieven, bonussen en kortingen op de nota kloppen met de gemaakte afspraken. Zorg er daarnaast voor dat per maand onderstaande transactie gegevens kosteloos en digitaal door de provider beschikbaar worden gesteld:

- Datum, aanvangstijd
- Datum, eindtijd of duur van het gesprek
- Het nummer van waaraf gebeld wordt (A-nummer)
- Het nummer waar naar toe wordt gebeld (B-nummer)
- Naam en type netwerk van waaraf gebeld wordt (waar men zich op dat moment bevindt)
- Naam en type netwerk waar naar toe gebeld wordt

Met al deze gegevens kan perfect worden vastgesteld of het gebruik zoals vermeld op de nota overeen komt met het daadwerkelijke gebruik en dat bonussen juist worden verrekend en tarieven conform afspraak worden toegepast.



BIJDRAGE

Randy Riteco - A&B Groep

In deze bijdrage neemt Randy Riteco U mee langs de belangrijkste aandachtspunten omtrent mobiele telefonie en zorgt ervoor dat U de inzet van mobiele telefonie optimaliseert en alles haalt uit uw relatie met uw provider.

Concreet en direct toepasbaar.

Kiezen voor zekerheid kost geld

Providers spelen hier op in door het aanbieden van de zogenaamde bundel

Organisaties zoeken naar zekerheid en eenvoud in hun uitgaven. Providers spelen hier op in door het aanbieden van de zogenaamde bundel. In een bundel wordt afgesproken hoeveel er gebeld kan worden tegen een vooraf overeengekomen vast bedrag.

Stel: Bedrijfsbundel, 50 euro per abonnement vast per maand waarvoor er 500 minuten kan worden gebeld. Boven de bundel € 0,15 per minuut. Bij exact 500 minuten bellen zijn de kosten € 50,- per maand, ofwel € 0,10 per minuut. Echter bij 10 minuten bellen zijn de kosten ook € 50,- per maand, ofwel € 5,- per minuut. En bij 1000 minuten bellen zijn de kosten € 125,- per maand, ofwel € 0,125 per minuut. Spreekt men geen bundel af dan zijn de kosten € 0,12 per minuut.

Van zekerheid is dus geen sprake (tenzij men exact 500 minuten per maand belt). Wordt er meer gebeld dan in de bundel

afgesproken dan zijn de kosten hoger dan het vaste bedrag per maand en betaald men relatief meer per minuut. Wordt er minder gebeld dan afgesproken dan nemen de kosten per gebelde minuut zelfs extreme vormen aan. Waar gekozen wordt voor zekerheid variëren de uitgaven bij gebruik binnen de bundel tussen € 5,- voor niet bellen tot € 0,10 bij ideaal gedrag.

Data gebruik, wat kost dat nou? afhankelijk van het type abonnement

De kosten voor het gebruik van mobiel data op een regulier toestel zijn enorm afhankelijk van het type abonnement dat is afgesloten. Gebruikt men hetzelfde internet via het hetzelfde toestel, dezelfde UMTS masten op dezelfde locatie maar met een verschillend abonnement dan zijn er prijsverschillen mogelijk van ruim € 5,- per Mb tot € 0,20 per Mb.

Voorwaarden voor succesvol inkopen

Succesvol inkopen van mobiel is pas mogelijk als je exact weet wie

belt, naar welke bestemming, hoe lang, hoe vaak en op welk tijdstip. Providers van mobiele telefonie bieden diensten aan met diverse prijzen die worden vastgelegd in een tariefplan. Het tariefplan bevat in ieder geval de kosten voor het opzetten van een gesprek en de tarieven per minuut per bestemming en de berekeningsmethodiek (betaling per seconde, per minuut etc. en de wijze van afronden).

Om een tariefplan juist te kunnen beoordelen dient onderstaande minimaal inzichtelijk te zijn. Wie belt hoe vaak en hoe lang van:

- mobiel naar mobiel
- mobiel naar vast
- mobiel naar een buitenlands nummer
- mobiel naar On-net en
- vanuit uit het buitenland of wordt gebeld in het buitenland
- hoeveel SMSjes (Nationaal, naar het buitenland, vanuit het buitenland)

Alleen met inzicht in het exacte mobiele telefonie gebruik van een organisatie kan een tariefplan (en daarmee de prijs) van een provider worden beoordeeld.



BIJDRAGE

Randy Riteco - A&B Groep

In deze bijdrage neemt Randy Riteco U mee langs de belangrijkste aandachtspunten omtrent mobiele telefonie en zorgt ervoor dat U de inzet van mobiele telefonie optimaliseert en alles haalt uit uw relatie met uw provider.

Concreet en direct toepasbaar.

Onderling gratis bellen kost geld

Waar gekozen wordt voor zekerheid variëren de uitgaven

Onderling gratis bellen wil zeggen: betaal vooraf een vast bedrag per abonnement zodat het onderling bellen van gebruikers binnen hetzelfde contract tot een bepaalde hoogte geen extra kosten tot gevolg hebben.

Voorbeeld: Een organisatie van 100 medewerkers betaalt 5 euro per abonnement extra om 500 minuten per abonnement onderling te kunnen bellen, daarboven kost een gesprek 0,25 euro per minuut.

Extra vaste kosten per maand zijn 500 euro waarvoor binnen het contract voor 50.000 minuten onderling gebeld kan worden.

Als alternatief kan de organisatie onderling bellen tegen het standaard tarief van 0,12 euro per minuut.

Kortom onderling gratis bellen kost per definitie geld. Waar gekozen wordt voor zekerheid variëren de uitgaven bij onderling bellen tussen € 5,- voor niet bellen tot € 0,10 bij ideaal gedrag.

Niet actieve abonnementen kosten geld

Hierdoor ontstaan er 'slapende' abonnementen

Personele wijzigingen in de organisatie zorgen voor uitgifte en inname van mobiele telefoons. Het gevolg hiervan zijn continu mutaties in de mobiele vloot.

Bij uitgifte wordt doorgaans een nieuw abonnement afgesloten met een minimale looptijd van een jaar. Bij inname zit men vast aan de resterende looptijd van het abonnement.

Hierdoor ontstaan er 'slapende' abonnementen. Hoe meer inzicht

in en controle over de mobiele vloot, hoe kleiner het risico op onnodige kosten.

Over Randy Riteco

Director A&B Groep

Als managing director en ondernemer sinds 1987 actief betrokken bij de ontwikkelingen in de telecom markt. Als generalist met marketing als zijn specialisme is Randy sinds 1999 actief met A&B Groep als no nonsense consultant. Hij beschouwt het adviseren van bedrijven met "groeipijn" als zijn hobby.

Randy is geboren in 1968 in Oudenbosch, is gelukkig getrouwd en heeft twee kinderen van 7 en 11 jaar oud. Hij is sociaal betrokken en houdt van stevige discussies.



Samensteller Shifting Limits | Ronnie Overgoor

Ronnie Overgoor is directeur van Pitch Management, een onafhankelijk adviesbureau op het gebied van internet strategie en bureauselecties. Daarnaast is Overgoor initiatiefnemer van de bureaugids Pitch View (www.pitchview.nl). Naast zijn advieswerk is Ronnie Overgoor veelgevraagd dagvoorzitter, presentator en moderator, heeft hij een wekelijkse talkshow op Het Gesprek en is hij initiator van de eerste online tv zender voor professionals Blue Shots TV (www.blueshots.tv). Meer informatie over Ronnie Overgoor is te vinden op: www.ronnieovergoor.com | www.pitchmanagement.nl