

Silnejšiu kontrolu a väčšie možnosti výberu pri využívaní mobilného internetu

Podľa novej štúdie IBM by až 80 percent spotrebiteľov uprednostnilo takého poskytovateľa služieb, ktorý im umožní viac možností pri výbere aplikácií a služieb pre ich mobilné zariadenia. Štúdia s názvom „Go mobile, grow“ bola vypracovaná inštitútom IBM Institute for Business Value a poukazuje na to, ako spotrebiteľské požiadavky na poskytovanie špecifických možností založených na potrebách zákazníka a personalizáciu podporujú inovácie a otvorené štandardy na trhu mobilných zariadení.

PERSPEKTÍVY

Mobilný web poskytuje ľuďom prístup k internetu kedykoľvek a kdekoľvek. Odhaduje sa, že trh služieb mobilného internetu dosiahne do roku 2011 objem 80 miliárd dolárov a zároveň sa očakáva, že rast využívania mobilného webu bude ovplyvňovať aj rast v oblasti poskytovaných služieb a mobilnej internetovej reklamy (1). Rovnako sa predpokladá, že v tomto období narastie počet používateľov mobilného internetu na celom svete na celkový počet jednej miliardy, čo predstavuje 191-percentné zvýšenie v porovnaní s rokom 2006 a celkový priemerný ročný nárast na úrovni 24 percent (2). Dostupnosť vysokorychlostných bezdrôtových sietí kdekoľvek ako aj čoraz väčší výber cenovo dostupných moderných inteligentných telefónov zmení spôsob, akým budú firmy na celom svete pristupovať k svojim zákazníkom, zamestnancom a partnerom.

Spoločnosť IBM oslovila približne 700 spotrebiteľov z celého sveta a zamerala sa na ich preferencie týkajúce sa mobilného internetu. Celkovo 69 percent opýtaných uviedlo, že vyžadujú zariadenia, ktoré sú otvorené personalizácii ako aj konfigurovateľnosti aplikácií.

PREFERENCIE

Podľa štúdie IBM sa bude mobilný internet stále viac využívať v oblasti transakčných služieb a služieb založených na špecifických aplikáciách pre zákazníkov. Napríklad 60 percent zákazníkov sa zaujíma o využitie mobilných zariadení v bankovníctve. Ďalšie špecifické služby zahŕňajú e-mail, instant messaging (komunikácia v reálnom čase),

informácie týkajúce sa obchodovania na burze, spravodajstvo, poskytovanie informácií a bežné prezeranie internetu. Rovnako rastie aj popularita aplikácií orientovaných na zábavu. Podľa štúdie IBM sa 53 percent respondentov zaujíma o mobilnú televíziu a 45 percent o nákup hudby prostredníctvom mobilných zariadení.

„Prakticky rovnaké trhové mechanizmy, ktoré podporovali spotrebiteľov pri používaní osobných počítačov s otvorenými systémami a umožňovali im úpravu aplikácií podľa vlastných potrieb, vstupujú do hry aj na trhu mobilných webových zariadení,“ hovorí Dr. Sungyool Lee, Global Consulting Leader, Electronic Industry, IBM. „Jedným

cich sa trhoch, akými sú napríklad India a Čína, vynechávajú spotrebiteľia nákup svojho prvého počítača a prechádzajú priamo k vyspelým mobilným platformám, ktoré dokážu poskytnúť rovnaké služby. Konzultanti IBM tiež predpovedajú, že v krajinách s nižšou úrovňou gramotnosti sa rozšíri nákup nízko nákladových mobilných telefónov s hlasovým ovládaním, ktoré umožnia rozšíriť možnosti pripojenia k ľuďom a dátam.

DÔSLEDKY A ODPORÚČANIA

Štúdia IBM poukazuje na množstvo výziev, ktorým budú výrobcovia mobilných zariadení (Mobile Device Makers – MDMs) čeliť v „ere mobilného

Podľa štúdie IBM sa bude mobilný internet stále viac využívať v oblasti transakčných služieb a služieb založených na špecifických aplikáciách pre zákazníkov.

z výsledkov štúdie bolo zistenie, že 60 percent spotrebiteľov nepreferuje žiadnu značku pri používaní mobilných internetových služieb. Vzhľadom na vyššie nároky spotrebiteľov v oblasti výberu bude pre spoločnosti na trhu dôležité zaviesť inovácie v oblasti otvorených platforiem a modelov, aby si vytvorili a udržali lojalitu svojich zákazníkov.“

Trhy v jednotlivých krajinách si prispôbia mobilný web rôznymi spôsobmi. Podľa konzultantov IBM sa na vyspelých trhoch rozšíri mobilný web natoľko, že vytvorí významný doplnok a rozšírenie k osobnému počítaču. Na rozvíjajú-

webu.“ Najmä pokiaľ ide o konkurenciu s už vytvorenými internetovými značkami, ktoré budú vnímať mobilný web ako jeden zo zdrojov na rozšírenie tržieb. Taktiež existujúce obchodné vzťahy a konflikty v rámci predajných kanálov môžu byť veľkou prekážkou, keďže výrobcovia by mohli predstavovať hrozbu pokiaľ ide o ponuku ich partnerských telekomunikačných spoločností a mohli by tak ovplyvniť podstatu biznisu v oblasti výroby mobilných zariadení.

„Tieto výzvy poskytovateľov portálových služieb a operátorov mobilných sietí donútia výrobcov mobilných zariadení vstúpiť do konkurenčného



boja v oblastiach, v ktorých najviac vynikajú prostredníctvom implementácie inovácií, ktoré nadchnú spotrebiteľov," povedal Dr. Lee z IBM. „Výrobcovia mobilných zariadení stoja pred množstvom náročných úloh súvisiacich s rastom a tvorbou zisku. Potrebujú vyvíjať nové cesty rozširovania ponuky svojich základných produktov. V súčasnosti je trh mobilného internetu pomerne členitý, ale nie na dlho. Nastáva čas konať.“

Na základe výsledkov spotrebiteľského prieskumu a analýz, ktoré vytvorili odvetvoví konzultanti IBM, identifikuje štúdia IBM množstvo faktorov, ktoré pomôžu výrobcovi mobilných zariadení udržať si svoj trhovú podiel v oblasti mobilného internetu. Kľúčovým faktorom bude najmä zameranie sa na návrhy a biznis modely, ktoré budú založené na potrebách spotrebiteľov. Rozvoj spolupráce v oblasti štandardov a otvorených ekosystémov bude pri vytváraní inovatívnych zariadení a službách predstavovať veľkú výhodu.

NOVÉ NÁROKY

Zo štúdie vyplýva, že na to, aby bolo možné využiť príležitosti, ktoré ponúka mobilný internet, sa budú musieť výrobcovia mobilných zariadení zamerať aj na služby a nielen na zariadenia. To môže vyžadovať zmeny vo vnímaní marketingu a podpory značky, v partnerských stratégiách, v riadení a obstarávaní obsahu a rovnako bude vyžadovať zmeny aj vo výnosových modeloch. Takáto zmena biznis modelu bude od spoločností vyžadovať škálovateľnú a ekonomicky úspornú infraštruktúru, ktorá umožní rýchlo vyvinúť a implementovať nové služby. Na tieto účely môže slúžiť partnerstvo s tretou stranou (napríklad outsourcing partner alebo systémový integrátor), ktorá má dostatok skúseností so zabezpečením kvalitných služieb pri zachovaní nízkych nákladov.

Predaj mobilných telefónov dosiahol na rozvíjajúcich sa trhoch hranicu nasýtenia, čo núti výrobcov mobilných zariadení v presune k zariadeniam s vyššou technologickou úrovňou, ktoré

dokážu poskytnúť viac služieb. To by mohlo viesť k zdvojnásobeniu tržieb a zisku, pretože sa zvyšuje úroveň priemernej ceny za mobilné zariadenie a poskytuje výrobcovi mobilných zariadení príležitosť ponúkať spolu s produktom doplnkové služby s vyššou maržou.

Úplné znenie správy „Go mobile, grow“ je dostupné na webovej stránke IBM a je súčasťou neustáleho úsilia IBM zameraného na výskum spotrebiteľa. ■

Viac informácií týkajúcich sa témy mobilného internetu nájdete na www.ibm.com/press/mobileweb.

Online prieskum, ktorý realizovala organizácia InstantSurvey, sa uskutočnil medzi reprezentatívnou vzorkou 680 dospelých osôb z USA, Nemecka, Číny, Indie a Japonska počas prvého štvrtroka 2008. Výsledky možno pokladať za štatisticky významné s 95-percentnou mierou spoľahlivosti a dosahujú chybové rozpätie +/- 0.0138 bodu.