

MMS – så kan succén bli större, snabbare!

CANNES – 18 februari, 2003 – Förra året lanserades MMS stort i ett antal länder. Snabb spridning och stor användning av Multimedia Messaging betraktas nu som en nyckelfaktor i ansträngningarna att också få användarna att anamma den nya generationens mobila tjänster. Men industrin har inte råd att låta utvecklingen av MMS tjänsterna ta lika lång tid som i fallet med föregångaren SMS. Genom att lära av erfarenheterna från SMS kan operatörerna snabbt finna affärsmodeller och de faktorer som ledde till snabbt ökad användning och spridning av en tjänst. Northstream har identifierat de faktorer till framgång som snabbare kan förvandla MMS till en lönsam affär.

MMS är en teknologi som utger sig för att vara lika enkel att använda som SMS men som inte bara ger användaren möjlighet att skicka och ta emot text och enklare grafik, utan även bilder, ljudklipp och rörliga bilder. Trots konkurrens från E-mail, Java och Instant Messaging blev lanseringen av MMS förra årets stora händelse i den mobila världen. Även om man nått framgångar på vissa marknader kunde både spridning och användning av MMS ha varit större. På en rad punkter behövs förbättringar; användarvänlighet, variation och urval av tjänster, interoperabilitet mellan telefoner och nätverk och prismodeller som kan locka användare och innehållsleverantörer.

– MMS väntar ännu på det stora genombrott, men vi har metoderna för att förkorta den väntan. Det finns redan ett antal framgångsrika fall som pekar på en verklig efterfrågan från kunderna på MMS och det är ett gott tecken, säger Anders Lindqvist, rådgivare på Northstream. – I Japan finns miljontals Multimedia Messaging-användare, i Italien har tiotals miljoner MMS meddelanden skickats och i Tyskland finns det en enorm efterfrågan på telefoner med kamera. Men fortfarande använder många som äger MMS-utrustade produkter sällan tjänsterna annat än högst sporadiskt om ens alls, säger Anders Lindqvist.

Hittills har telefoner med färgskärm, ljud och spel visat konsumenterna att nya typer av mobila upplevelser finns tillgängliga på marknaden. Men trots att MMS-telefoner och även tjänsterna aktivt marknadsförs är de nya telefonerna oftast en "offline-upplevelse" och mer en trendig accessoar. Långa tidsperioder mellan byten av mobiler håller förhindrar också en snabb tillströmning av nya användare. Northstreams analys visar att ett ökat användande av MMS främst styrs av:

- Interoperabilitet mellan nätverk och mellan terminaler – en viktigt förutsättning för att understödja större sociala nätverk och därmed accelerera användningen.
- Stimulerande och användbara tjänster som kan motivera användarna att spendera mer på mobila tjänster.
- Enkla och transparenta prismodeller mot både användare och innehållsleverantörer.

– Vi ser att det finns mycket att lära sig av SMS, inte minst från de marknader där operatörerna har haft enkla och sinsemellan transparenta affärsmodeller gentemot innehållsleverantörerna. När det gäller användarvänlighet måste leverantörerna fokusera på utbildning av butikspersonal, kundservice, webbsupport och för enkel konfiguration. Användargränssnittet är inte bara tangentbord och skärm, säger Anders Lindqvist. Vi har sett att missnöjda eller förvirrade kunder kan gå förlorade som aktiva användare under lång tid, oavsett om orsaken är tekniken, innehållet eller dåligt utbildad affärspersonal.

*Träffa oss i Cannes på **3GSM World Congress**, 17-21 februari 2003, hall 2, monter F57 och Hospitality Suite 301 eller besök hemsida www.northstream.se som uppdateras kontinuerligt med nyheter från utställningen.*

Om Northstream

Northstream erbjuder strategisk rådgivning inom såväl teknik som affärsutvecklingsområdet till den internationella trådlösa industrin. Northstream har samlat ett multinationellt team med några av världens främsta experter och analytiker inom trådlös kommunikation. Northstream arbetar för flera av världens ledande operatörer och leverantörer såsom Vodafone, AT&T, NTT DoCoMo, Orange, Sonera, Telia, Mitsubishi, Ericsson, Nokia och Microsoft, och några av de ledande investment bankerna och finansiella institutionerna. Northstream finns i Stockholm (Sverige), Sophia Antipolis (Frankrike) och Tokyo (Japan).

För mer information kontakta:

Anders Lindqvist
Tel: + 46 705 91 00 49

Tommy Ljunggren
Tel : +46 705 91 00 64
press@northstream.se