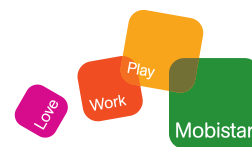


Whitepaper mobility



© Mobistar 2007. Dit is een uitgave van Mobistar NV. Niets uit deze uitgave mag, geheel of gedeeltelijk, worden overgenomen of veeleer vuldigd in welke vorm ook, zonder voorafgaandelijke toestemming van de uitgever.



Inhoudstafel

1. De situatie

- 1.1 Mobiliteit in opmars
- 1.2 Telecommunicatie speelt een sleutelrol
- 1.3 Nieuwe werkomgeving stuwt mobiliteit vooruit
- 1.4 Alternatieve oplossingen voldoen niet

2. De uitdagingen

- 2.1 Mobility blijft betaalbaar
- 2.2 Mobility via de functionele integratie van vast en mobiel
- 2.3 Mobility via de integratie van alle types van mobiele data
- 2.4 Mobility via flexibiliteit en schaalbaarheid
- 2.5 Mobility met een positieve Total Cost of Ownership en Return On Investment

3. Besluit

1. De situatie

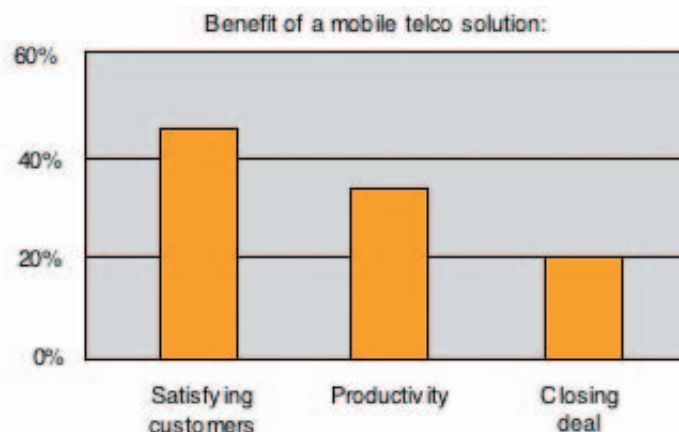
Mobiliteit in opmars

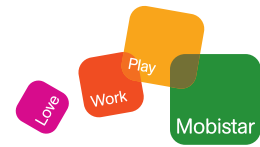
ICT staat in de bedrijfswereld hoog op de agenda. Informatie- en communicatietechnologie ondersteunt een onderneming in haar zoektocht naar verhoogde productiviteit, meer klantentevredenheid en concurrentiële differentiatie. Waar netwerkinfrastructuur altijd de belangrijkste ondersteunende factor voor ICT was, nemen mobiele netwerken de volgende stap voor hun rekening. Mobility is meer dan een mode-woord. Het is een realiteit waar de bedrijfswereld niet aan voorbij kan, omdat ze - net als ICT in het algemeen - de onderneming helpt in haar zoektocht naar meer efficiëntie en betere resultaten. De mobiliteitsbehoefte van bedrijven en werknemers kan echter sterk uiteenlopen. Daarom is het noodzakelijk er op een rationele en gerichte manier

mee om te gaan. Deze whitepaper wil u inzicht verschaffen in de manier waarop mobiliteit - vanuit het standpunt van een telecombedrijf - een impact heeft op de bedrijfswereld. We schetsen voor u de situatie en zetten de belangrijkste uitdagingen op een rij.

Uit een studie van Avanade - een joint venture van Accenture en Microsoft - blijkt dat met name de toename van de productiviteit van de medewerkers de belangrijkste drijfveer voor mobiel werken. Een enquête van Avaya wijst erop dat ook een verbeterde dienstverlening aan klanten, meer tevredenheid bij de medewerkers (zie figuur 1) en een betere balans tussen werk en privéleven uitstekende redenen om mobiel werken te stimuleren.

fig. 1



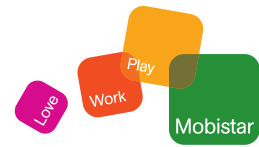


Onderzoek van WishUmobile geeft aan dat met name de markt voor mobiele data in het komende jaar belangrijke investeringen mag verwachten. Ook hier is een verhoogde efficiëntie één van de grootste doelstellingen. Toch zijn er ook nog enkele remmende factoren. Avanade wijst erop dat bedrijven bezorgd zijn over de veiligheid van mobiel dataverkeer, ze vrezen voor de diefstal van mobiele apparatuur en zien op tegen de kosten die aan mobiele technologie voorzien zijn.

Toch houden die drempels de snelle opmars van mobility niet tegen. Volgens onderzoek van Forrester stellen ondernemingen het gebruik van mobiele applicaties een stuk sneller in dan algemeen was verwacht. De belangrijkste reden hiervoor is de technologische vooruitgang, met de komst van draadloze breedbandnetwerken en de toenemende concurrentiële druk die ontstaat wanneer collega's en concurrenten met de nieuwe technologie aan de slag gaan. Wanneer een manager eenmaal kennis heeft gemaakt met de voordelen die aan mobiele e-mail zijn verbonden, is de kans immers heel groot dat hij er bij zijn werkgever voor gaat pleiten zijn collega's ook toegang te bieden tot die mobiele applicatie. Het hoeft ons dan ook niet te verbazen dat Gartner voorspelt dat het budget voor mobility de komende vijf jaar een almaar groter aandeel zal vormen in het totale ICT-budget

van een onderneming. De grootste interesse gaat daarbij uit naar het gebruik van mobiele telefoons en laptops. Ook Gartner onderstreept dat productiviteitswinst in de eerste plaats de belangrijkste driver blijft voor de adoptie van mobiele data-toepassingen.

Op technologisch vlak heeft de technologie die mobiele datatoepassingen toelaat, een snelle evolutie ondergaan. Drie belangrijke ondersteunende factoren hebben vandaag de maturiteitsfase bereikt. Er zijn nieuwe technologieën beschikbaar die de ondersteuning van mobiele data diensten toelaten tegen tarieven en snelheden die aangepast zijn voor ICT-gebruik. Verder zijn er heel wat toestellen op de markt die de kinderschoenen intussen ontgroeid zijn. Ze staan borg voor doeltreffende mobiele verbindingen en zijn efficiënt in gebruik. Tot slot zijn er heel wat softwareleveranciers die klaar staan met nieuwe oplossingen. Ze zijn speciaal ontworpen om als mobiele middleware dienst te doen, en kunnen daarbij op de nodige ondersteuning rekenen van de grote leveranciers van software, infrastructuur en besturingssystemen. Applicaties binnenloodsen in de mobiele wereld wordt zo elke dag makkelijker. Meer nog, het vormt een strategisch doel voor iedere ICT-organisatie. Het aantal mobiele medewerkers dat gebruik maakt van mobiele toestellen en mobiele applicaties zal de komende jaren



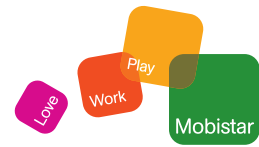
sterk toenemen. De toename van de meest voor de hand liggende toepassingen - zoals instant messaging en mobiele e-mail - zal een grote impact hebben op de manier waarop een onderneming de planning en budgettering van haar netwerkkosten organiseert.

1.2 Telecommunicatie speelt een sleutelrol

Wanneer we mobiliteit in kaart brengen, merken we al snel dat het om een vlag gaat die verschillende ladingen dekt. Er zijn mobiele toepassingen waarmee medewerkers communiceren, maar even goed gaat het om communicatie tussen machines. Bij mobiliteit denken we in eerste plaats vaak aan mobiele telecommunicatie. Het vormt misschien maar een klein onderdeel van de hele ICT-organisatie, maar het blijft wel een uiterst kritisch onderdeel. Een recente Sega-analyse van de Belgische telecommunicatiemarkt toont aan dat 68 procent van de bevroegde kleine en middelgrote ondernemingen telecommunicatie als cruciaal beschouwen voor de werking van het bedrijf. Bij grote ondernemingen loopt dat percentage op tot 90 procent. Daarom is het voor een bedrijf belangrijk na te denken over de manier waarop het met telecommunicatie omgaat en - vooral - over hoe het zijn gebruik van telecommunicatie kan optimaliseren. Afhankelijk van de omvang van de onderneming en de

sector waarin ze actief is, zal ze andere behoeften hebben op het vlak van telecommunicatie. En andere behoeften vragen andere oplossingen, dat spreekt voor zich. Meer nog: de telecommunicatieoplossing moet perfect aansluiten op de doelstellingen die de onderneming ermee voor ogen heeft.

Laat ons enkele voorbeelden geven: De telecommunicatiebehoefte van een multinational zal doorgaans in grote mate op de interne medewerkers gericht zijn. De onderneming zorgt daarbij voor naadloos contact tussen de medewerkers in de verschillende vestigingen en kantoren, de vertegenwoordigers of technici met buitendienst en de medewerkers die een deel van hun werktijd van thuis uit werken. Bij dat laatste type medewerkers is het veiligheidsaspect van de datacommunicatie erg belangrijk. Voor een kmo is de telecommunicatiebehoefte vooral op het contact met klanten en prospecten gericht, met de interne medewerkers op de tweede plaats. In het soho-segment (small office home office) ligt de nadruk nog veel meer op de klanten en prospecten, maar ook op partners en leveranciers. Het spreekt voor zich dat de behoefte voor elk bedrijf anders ligt. De juiste telecommunicatieoplossing - met de correcte verhouding tussen vaste en mobiele telefonie - verschilt dan ook duidelijk van bedrijf tot bedrijf, van sector tot sector.



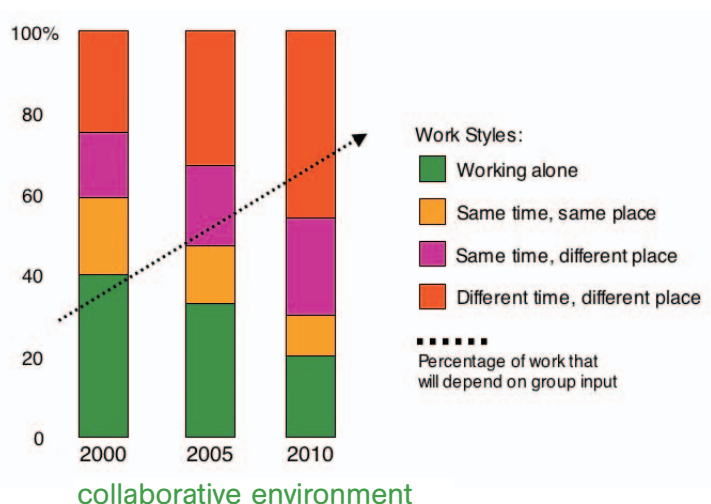
1.3 Nieuwe werkomgeving stuwt mobiliteit vooruit

Mobiliteit is niet langer het exclusieve domein van de verkoper met buitendienst die klanten bezoekt. In de praktijk gaat het net zo goed om een fabrieksarbeider die vijf machines superviseert en daarnaast ook nog enkele opdrachten heeft in het magazijn. Vroeger had het bedrijf misschien één operator per machine, waardoor de behoefte aan mobiele communicatie er niet was. Onderzoek toont aan dat de dagelijkse werkomgeving aan een snelle evolutie onderhevig is. In het jaar 2000 waren er gemiddeld nog bijna dubbel zoveel medewerkers met een vaste werkplek en vaste werktijden als medewerkers met variabele werktijden en -plaatsen (zie figuur 2). Vandaag zijn beide groepen even groot. De verwachting is dat in 2010 bijna de helft van alle bedrijfsmedewerkers niet langer deskbound zal

zijn. Tegelijk stijgt het aantal medewerkers dat afhankelijk is van de input van collega's, van minder dan dertig procent in 2000, tot zeventig procent in 2010! We kunnen daarbij alleen maar vaststellen dat de collaborative enterprise stilaan geen toekomstvisie meer is, maar een realiteit. Het is een werkomgeving met complexe behoeften, waarbij mobiele oplossingen voor de gepaste ondersteuning moeten zorgen. Het succes van de oplossingen is voor een groot stuk op de onderliggende technologie gebaseerd. Maar ook de gebruiksvriendelijkheid van de toestellen speelt er een belangrijke rol bij.

De mobiliteit van de medewerker hangt af van de sector waarin het bedrijf actief is en van de rol die de medewerker binnen de organisatie vervult: zoveel rollen, zoveel behoeften. Het is net die veelheid aan gebruikersprofielen die een

fig. 2



© Mobistar 2007. Dit is een uitgave van Mobistar NV. Niets uit deze uitgave mag, geheel of gedeeltelijk, worden overgenomen of veelelvoudigd in welke vorm ook, zonder voorafgaandelijke toestemming van de uitgever.

belangrijke opportuniteit bevat om de communicatie tussen de verschillende medewerkers - maar even goed met partners, klanten en leveranciers - te optimaliseren via mobiele oplossingen. Grosso modo kunnen we vier soorten gebruikers onderscheiden (zie figuur 3). Allereerst zijn er de *deskbound medewerkers*; Het gaat om de klassieke kantoorbediende die zijn werkuren op kantoor doorbrengt, aan een eigen bureel. In alle ondernemingen - grote, middelgrote en kleine - is de deskbound medewerker tot op vandaag in de meerderheid. In eerste instantie zijn het de drie andere profielen die de grootste behoefte aan mobiliteit vertonen. Zo zijn er de *office roamers*; die hebben net als de deskbound medewerkers binnendienst, maar bevinden zich eigenlijk maar zelden aan hun desk.

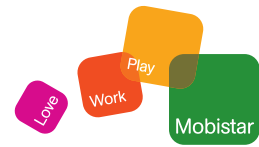
Ze zijn in vergadering op diverse locaties en pendelen tussen vestigingen.

Daarnaast zijn er nog twee types medewerkers die zich niet in een vestiging van het bedrijf bevinden. We denken daarbij spontaan aan de *road warriors*; vertegenwoordigers, servicemedewerkers, artsen en noem maar op, die de hele dag op stap zijn om klanten, prospecten, patiënten, leveranciers en partners te bezoeken. De andere off-site medewerkers zijn de *teleworkers*; zij dragen van thuis uit aan het bedrijf bij, en moeten daarbij uiteraard op een vlotte communicatie met het bedrijf kunnen steunen. Bij al die verschillende profielen van medewerkers moet de onderneming zich telkens opnieuw de vraag stellen wat de beste oplossing is.

fig. 3



© Mobistar 2007. Dit is een uitgave van Mobistar NV. Niets uit deze uitgave mag, geheel of gedeeltelijk, worden overgenomen of veelelvoudigd in welke vorm ook, zonder voorafgaandelijke toestemming van de uitgever.

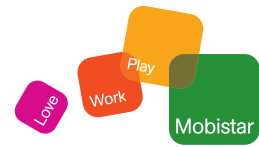


Zoals gezegd zal die oplossing deels ook afhangen van de sector waarin het bedrijf actief is. Voor een deskbound medewerker blijft dat wellicht de klassieke, vaste telefonie. Onderzoek toont echter aan dat het belang van de andere profielen erg snel toeneemt, ten koste van de klassieke deskbound medewerker. De onderneming komt tot de ideale situatie wanneer ze hiervoor op een mobiliteitsoplossing kan steunen die de concrete behoeftes van de diverse types medewerkers reflecteert. Flexibiliteit is hier zonder meer het sleutelwoord.

1.4 Alternatieve oplossingen voldoen niet

Sommige ondernemingen hebben de behoefte aan mobiliteit in het verleden trachten op te lossen via de implementatie van DECT. Ook technologieën als VoWLAN (Voice over Wireless LAN) en VoIP (Voice over IP) hebben zich intussen aangediend als mogelijke oplossingen. Toch slagen DECT, VoWLAN of VoIP er niet in een antwoord te bieden op de uitdagingen waar de bedrijfs-wereld vandaag voorstaat. Ze zijn immers niet op standaarden gebaseerd, zorgen niet voor de benodigde flexibiliteit en blijven alles samen beschouwd erg duur. Mobiele telefonie kan in dat verband wel voor het juiste antwoord zorgen, zolang de technologie zich op de behoeften van de onderneming concentreert. Zo heeft het geen zin om

blindweg alle vaste telefonie door mobiele telefonie te vervangen. Een gecontroleerde, gedeeltelijke substitutie zorgt doorgaans voor de beste resultaten. Telkens weer komt het er echter op aan de juiste balans te vinden tussen vaste en mobiele telefonietoepassingen. Want net zoals het zinloos is alle vaste toestellen door gsm's te willen vervangen, kost ook een vast toestel dat een office roamer nooit gebruikt, alleen maar geld...



2. De uitdagingen

De veranderende omgeving zorgt ervoor dat de onderneming nieuwe, andere criteria moet hanteren bij haar zoektocht naar de juiste leverancier. Bij het overwegen van de gepaste oplossing die de onderneming in haar behoefte aan mobiliteit ondersteunt, onderscheiden we vijf criteria:

1. Mobility blijft betaalbaar

Bij mobiele informatie denken we meteen aan tal van mobiele toepassingen die in de toekomst wellicht een doorbraak zullen kennen. De belangrijkste toepassing voor mobility is en blijft echter spraaktelefonie. Gemiddeld spendeert een onderneming 75 procent van haar telcobudget aan spraak. Tegelijk spreekt het voor zich dat de onderneming in het kader van de convergentie tussen vast en mobiel ook de tarifiering van de convergerende netwerken moet herbekijken.

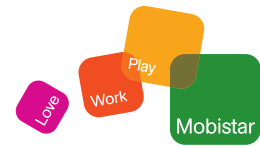
Op het eerste gezicht ziet het ernaar uit dat mobiliteit de facturen voor vast en mobiel alleen maar de hoogte instuurt: de medewerker belt meer van vast naar mobiel en omgekeerd. Toch bestaan er innoverende manieren die de kosten op een adequate manier onder controle houden, onder meer via location based pricing. Mobiel bellen vanop de sites van het eigen bedrijf gebeurt dan tegen hetzelfde tarief voor vaste telefonie. Mobiel bellen

tussen medewerkers en ook vast naar mobiel kunnen zelfs gratis.

2. Mobility via de functionele integratie van vast en mobiel

Zelfs wanneer de markt voor mobiele bedrijfstoeepassingen stilaan de maturiteitsfase bereikt, blijft voice het centrale punt van alles wat met mobiliteit te maken heeft. Daarnaast blijft ook vaste telefonie een belangrijke rol opeisen. De uitdaging bestaat erin een intelligent netwerk uit te bouwen dat beide werelden samenbrengt.

Belangrijke vaststelling bij mobiele spraaktelefonie is dat het gebruik ervan voor een deel afhangt van de functionaliteit die de mobiele telefoons vandaag kunnen bieden. Producenten van mobiele telefoons bouwen steeds meer functionaliteit in die traditioneel enkel voor vaste telefonie was weggelegd. Voor de mobiele gebruiker is het erg belangrijk dat hij via zijn mobiele telefoon over net dezelfde diensten beschikt als op kantoor via de vaste telefooncentrale. De leveranciers van mobiele telefoons en de providers komen aan die behoefte tegemoet door die diensten almaar verder uit te bouwen. Het gaat dan bijvoorbeeld om een oplossing die onbeantwoorde gsm-oproepen automatisch verderleidt, bijvoorbeeld naar de receptie of naar een collega.



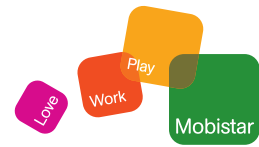
Die functionaliteit moet ervoor zorgen dat de oproeper de best mogelijke dienstverlening krijgt, ook wanneer de oproeper al in gesprek is, een tijd in vergadering zit of enkele dagen vakantie heeft. Verder zorgt de oplossing ervoor dat een nagelaten boodschap in de juiste voicemailbox terechtkomt, dat het gebruik van vertrouwde, verkorte nummers ook via mobiele telefonie mogelijk blijft, dat teleconferenties mogelijk zijn, enzovoort. In de praktijk komt het erop neer dat het gebruiksgemak van een mobiele telefoon even groot moet zijn als dat van een vast toestel.

2.3. Mobility via de integratie van alle types van mobiele data

SMS vormt de eenvoudigste toepassing van mobiele data, hetzij als communicatiemiddel, hetzij als link naar andere applicaties. In dat laatste geval kan een SMS-bericht aanleiding geven tot een waarschuwingsboodschap die de ontvanger via e-mail bereikt. Personal information management (PIM) vormt een volgende stap. We denken daarbij onder meer aan het gebruik van een PDA, voor het mobiele beheer van een agenda of het versturen van eenvoudige e-mailberichten. Naarmate de tijd verstrijkt, zien we dat steeds meer applicaties toetreden tot de mobiele wereld, zoals mobiele ERP en CRM, Sales Force Automation en Field Force

Automation. Ook hier bestaan er tal van gebruikersprofielen: sommige medewerkers beperken zich tot het gebruik van mobiele e-mail, anderen groeien uit tot echte heavy users. Hoe dan ook, in de mobiele wereld blijft de medewerker van een onderneming altijd bereikbaar via zijn mobiele telefoon. Tegelijk kan hij mobiel e-mails bekijken en beantwoorden. Moet hij op de luchthaven een uurtje wachten, dan treedt hij met zijn laptop - via mobiele datacommunicatie - in verbinding met de systemen van de onderneming. Het is die winst aan tijd, efficiëntie en productiviteit die aan de grondslag ligt van het succes van de mobiele wereld. Mobiele communicatie beperkt zich trouwens niet tot het gebruik van gsm en laptop, maar laat ook heel andere toepassingen toe: niet alleen van persoon naar persoon en van persoon naar machine, maar ook van machine naar machine.

Bij machine-to-machine communicatie kan mobiele telefonie voor een belangrijke meerwaarde zorgen. Zowat dertig procent van de ondernemingen levert vandaag al inspanningen rond de monitoring van machines. Twee derde van die machines bevindt zich op een vaste plaats in het bedrijf. Het gaat dan bijvoorbeeld om een koelinstallatie waarvan de beveiliging via mobiele



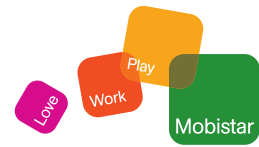
telefonie een alarm uitstuurt naar de verantwoordelijke medewerker. Nog een voorbeeld: een dranken automaat die via mobiele telefonie automatisch de leverancier verwittigt wanneer de voorraad bijna op is. Het gebruik van mobiele technologie zorgt ervoor dat de onderneming geen vaste telefoonlijn moet laten aanleggen tot vlakbij de machine. Bij het voorbeeld van de drankenautomaat moet de leverancier niet nodeloos navragen bij zijn klant wanneer in hoeverre de voorraad al is geslonken. Tegelijk weet de klant dat de leverancier spontaan langs zal komen, nog voor de machine leeg is. Op die manier blijft de dienstverlening aan de eindklant gegarandeerd.

De grootste meerwaarde van mobiele toepassingen laat zich echter vooral realiseren bij machines die niet aan een vaste locatie gebonden zijn. Het gaat dan bijvoorbeeld om de tracking van vrachtwagens of containers, maar even goed om toepassingen als de monitoring van parkeermeters of reclamepanelen, en mobiel betalen met Proton. Hierbij gaat het om echte mobiele applicaties. Er verschijnen steeds meer apparaten en machines die een embedded component bevatten voor dat soort mobiele toepassingen. Ook Mobistar is ervan overtuigd dat de toekomst van mobiel dataverkeer

zich grotendeels in dat marktsegment bevindt. Zo mogelijk nog belangrijker zijn de mobiele toepassingen die de mobiele medewerker ondersteunen. Hij krijgt daarmee de mogelijkheid om via zijn gsm of pda e-mails te bekijken of zijn agenda bij te houden. Via de laptop kan de mobiele medewerker op eender welke plaats, op eender welk tijdstip toegang krijgen tot de bedrijfsinformatie die hij nodig heeft. Meer nog, via de oplossing van Mobistar kan hij die verbinding via eender welk netwerk leggen. Snelheid en bereikbaarheid zijn ook hier de twee sleutelementen voor succes.

2.4. Mobility via flexibiliteit en schaalbaarheid

Voor sommige bedrijfstakken blijft het belang van mobiele toepassingen erg beperkt. Zo blijven de medewerkers van een call-center per definitie deskbound, en blijft vaste telefonie de kern van hun telecommunicatiebehoefte. De verwachting is niet dat mobiele telefonie in dat type desk-centric sectoren plots een hoge vlucht zal kennen. In de sectoren waar mobiliteit wel een belangrijk element vormt, kan mobiele telefonie uiteraard net wel aanleiding geven tot mooie opportuniteiten. Zoals gezegd heeft het weinig zin alle bestaande infrastructuur over boord te gooien en uitsluitend met mobiele technolo-



gie verder te werken. De beste oplossing bestaat erin de juiste combinatie te ontwikkelen tussen vaste en mobiele technologie. Het kernpunt hierbij is dat de intelligentie zich in het netwerk bevindt, niet in de hardware.

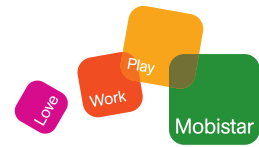
Meer nog, het mobiele netwerk biedt een dubbel voordeel. Er zijn geen dure handsets voor nodig, zoals bij DECT, en ook geen investering in een compleet nieuw netwerk, zoals bij VoWLAN.

Dat is een belangrijke vaststelling. Het profiel van de medewerkers evolueert erg snel. Jaarlijks neemt vijftien tot twintig procent van de medewerkers een nieuwe functie op. Ook de samenstelling van de verschillende bedrijfsafdelingen verandert in functie van de behoeften van de markt. Anders gezegd: er is nood aan een mobiele oplossing die zich snel kan aanpassen aan de veranderingen in de behoeften van de gebruiker en de wijzigingen in het bedrijfsmodel. Mobiele telefonie laat toe op een eenvoudige, schaalbare manier met die veranderingen om te gaan. Komt er een nieuwe medewerker in het bedrijf, dan blijven de kosten beperkt tot de aanschaf van een extra gsm-toestel. Ook veranderingen in de indeling van kantoren of gebouwen hebben geen invloed op de werking of het gebruik van de gsm. Bij DECT en VoWLAN ligt dat

helemaal anders. Niet alleen zijn de handsets duur in aanschaf, er hoort ook een infrastructuur bij die veel minder flexibel is: een PABX bij DECT en een LAN bij VoWLAN. Van dat soort kosten voor de wireless access infrastructuur is bij de gsm geen sprake.

2.5. Mobility met een positieve Total Cost of Ownership en Return On Investment

Uiteindelijk moet de verkregen mobiliteit bijdragen tot de resultaten van de onderneming. Het is dus niet nuttig om voor mobiele medewerkers een vaste lijn aan te houden: ze maken er toch geen gebruik van. Meer nog, de gemiddelde maandelijkse prijs voor een vaste lijn komt overeen met 2,5 uur mobiel bellen naar eender welk netwerk. Zo is de rekensom snel gemaakt. Tegelijk biedt de gsm de laagste implementatiekosten. Een traditionele mobiele oplossing zoals DECT is in de praktijk erg duur in onderhoud. Bovendien is de oplossing afhankelijk van dure hardware - zowel de centrales als de handsets - die regelmatig onderhoud en upgrades vragen. Andere oplossingen, zoals Voice over WLAN, vragen dan weer een belangrijke investering in het bestaande netwerk, in de VoWLAN-afdekking doorheen het bedrijf en in de gepaste toestellen voor de medewerkers. Ze bieden weliswaar gratis communicatie doorheen het bedrijf, maar via het

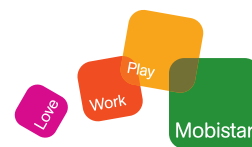


principe van de location based pricing kan dat ook met de gewone gsm.

Dat mobiliteit hierbij voor een sterk concurrentieel voordeel kan zorgen, blijkt onder meer uit onderzoek van de Aberdeen Group. De studie toonde aan dat bedrijven die de voorbije twee jaar ervaring hadden uitgebouwd met mobiele technologie tot dubbel zoveel resultaat neerzetten als bedrijven die niet op die ervaring kunnen steunen. De belangrijkste resultaten uit zich onder meer in een hogere productiviteit van de medewerkers (toename met 27 procent), een duidelijke stijging in de klantentevredenheid en klantenretentie (plus 19 procent), een algemene stijging van de winst (met 17 procent) en een verhoogde omzet bij de dienstverle-

ning (met 13 procent).

Onderzoek van Mobistar toont aan dat over de komende twee jaar het gebruik van vaste telefonie sterk zal dalen in de sectoren die het model van de collaborative enterprise nastreven. Tegelijk zal de verkregen mobiliteit er leiden tot een toename in productiviteit, efficiëntie en tijd-winst. In dat verband citeren we als besluit graag een bevinding uit een recent onderzoek van Avaya. Gesteld dat het gebruik van technologie de medewerkers van het bedrijf toelaat iedere dag een uur vroeger klaar te zijn met hun werk, dan zou meer dan veertig procent van de medewerkers toch op kantoor blijven en extra werk verzetten. Mobiele technologie kan daar zonder twijfel toe bijdragen...



3. Besluit

- Mobiliteit is een realiteit. Voor een onderneming is het zaak zo goed mogelijk in te spelen op de opportuniteiten die mobiliteit biedt.
- Mobiliteit leidt tot innovatie. Daarom is het belangrijk een duidelijk en compleet zicht te hebben op wat de telecommarkt vandaag aanbiedt. Dat inzicht is de sleutel om tot echte mobiliteit te komen.
- De onderneming staat voor een nieuwe uitdaging. Kennis van de mobiele markt is essentieel om de juiste oplossing te bereiken. Ook al verandert de markt voortdurend, de onderneming moet er toch in slagen de juiste beslissingen te nemen.

voor meer informatie:

Mobistar NV
Auguste Reyerslaan 70
1030 Brussel