



LOJALITET: De som eier eller dominerer økosystemene får kundens lojalitet, forteller Salvador Baille.

➔ – Slik kan telekom møte trusselen

Dersom telekombedriftene skal håndtere trusselen fra bedrifter i applikasjonsmarkedet, må de etablere egne økosystemer som binder kundene til seg og ikke til appstores, sier partner i Core Group, Salvador Baille.

AV BÅRD ANDERSSON

Han mener det også er viktig å skille mellom selskaper som utvikler appene og de som eier økosystemene, der appstores er den mest synlige delen.

– Vi i Core Group har ikke sett at det er utviklerne som kaprer kundens lojalitet. Hvem vet at firmaet som har utviklet «Draw Something» heter OMGPOP, og etter hvert ble kjøpt opp av Zynga, spør han.

Lojale mot økosystemer. Derimot er industriens konsensus at forbrukerne er lojale mot de som eier eller dominerer de mobile økosystemene.

– Eksempler her er Apple og Samsung, som har egne app- og music store, Android/Google og nå sannsynligvis også Microsoft, med deres nye Windows 8, forteller Baille.

Baille definerer et økosystem som en interaksjon av komplementære elementer, og som gir kunden et «one-stop-shop-verktøy» for deres digitale hverdagsbehov.

– Økosystemer består av en plattform, som kan være et operativsystem, en appstore, utviklere, en kundemasse som gjør det interessant å utvikle for dem, et betalingssystem og maskinvare, forklarer han.

Han legger til at maskinvare kan være mobiltelefoner, men også utstyr som nettbrett og spillkonsoler. De som eier eller dominerer økosystemene får kundens lojalitet.

– Må etablere egne systemer. Dersom telekomselskapene vil konfrontere trusselen fra IT-økosystemer bør de etablere egne økosystemer som binder kundene til dem, mener han.

– En god segmentering og innsikt i kundens behov vil hjelpe dem med å differensiere seg fra konkurrentene og åpne for økt kundelojalitet, sier han, og viser til at det finnes eksempler på bedrifter som har tatt dette på alvor:

– Telefonica beveger seg i den retningen. AT&T og Verizon går samme vei, med fokus blant annet på online-spill, forteller han. ■



«Trolig har aldri noen teknologisk nyvinning ført til en så rask kommersiell utvikling som eksplosjonen i app-markedet»