

mobikatorTM.pl

DZIAŁALNOŚĆ UPOZYCJONOWANA: URZĄDZENIA ULTRAPRZENOŚNE

O urządzeniach ultraprzenośnych – „kosmicznych zabawkach” rozmawiamy z Arkadiuszem Rymutem, właścicielem firmy New Portable Devices

Panie Arkadiuszu, pańska firma – New Portable Devices jest pionierem na rynku polskim, jeśli chodzi o działalność w segmencie UMPC, czyli urządzeń ultraprzenośnych.

■ Rzeczywiście, jesteśmy pierwszymi, którzy zdecydowali się na specjalizację w tym zakresie. Pozwolę sobie zaznaczyć, iż w czasie, kiedy zaczynaliśmy doskonalić się w tym segmencie – a było to w listopadzie 2004 r. – ówczesny debiutant na rynku elektronicznym, popularny dziś Flybook, postrzegany był raczej jako kosmiczna zabawka, niekoniecznie do użytku codziennego.

Firma Dialogue, która jako pierwsza wypuściła Flybooka, była total-

nym inicjatorem wśród tej klasy sprzętów, oferując w małym urządzeniu telefon komórkowy, internet radiowy, bluetooth, matrycę obrotową, dotykowy ekran. To był naprawdę pionierski okres i pionierski produkt.

A zatem działalność w tej dziedzinie stanowiła niemałe wyzwanie.

■ Cóż, naszym wyzwaniem była przede wszystkim mentalność klienta biznesowego, przyzwyczajonego do dotychczasowych propozycji elektronicznych..

Swoisty punkt zwrotny, jeśli chodzi o zainteresowanie urządzeniami ultraprzenośnymi, przypadł na przełom 2005 i 2006 r. Do tego czasu bazowaliśmy głównie na Flybooku, ponieważ światowi potentaci w branży komputerowej zareagowali zbyt późno w stosunku do startu segmentu UMPC.

Skąd takie opóźnienie?

■ Jak sądzę, powód był prosty: w związku z bardzo dobrą sprzedażą laptopów, których technologia została już doskonale opanowana, zaniechano stosownych inwestycji na badania pod kątem rozwoju w tej branży.

Jednak, z czasem i ci najwięksi producenci, dostrzegli, iż urządzenia ultraprzenośne mają rację bytu w codziennej praktyce. Wówczas, wraz z końcem 2007 r., rozpoczął się boom w tym segmencie. Niniejszym rozpoczęto intensywne kampanie różnych marek, zawiązała się rywalizacja między producentami. Oczywiście, walka toczyła się o klienta, a jej głównym orężem była jak najniższa cena produktów.



Tymczasem nasza firma, ustosunkowując się odpowiednio do tego, co się dzieje na rynku sprzętu mobilnego, ukierunkowała się przede wszystkim na funkcjonowanie w segmencie średnim i najwyższym, proponując klientom dość znaczną pulę produktów o imponująco wysokich parametrach.

Wysokie parametry – co to oznacza?

■ Otóż urządzenia z segmentu najwyższego mają wbudowane wszystkie systemy łączności – telefon komórkowy oraz specjalny moduł, dzięki któremu po włożeniu karty SIM jest możliwy dostęp do Internetu. Oczywiście, sprzęt najwyższej klasy jest wyposażony we wszystkie technologie, jakie były dostępne wcześniej oraz wyłącznie w matryce dotykowe, obrotowe.

Co znamienne, topowe urządzenia mają wbudowane czytniki palca, co jest bardzo wygodne dla osób często korzystających z rozmaitych udogodnień Internetu, a co z kolei wiąże się z koniecznością zapamiętania co najmniej kilku haseł dostępu. Tymczasem wystarczą linie p a p i -

larne. Rzecz jasna, takie rozwiązanie stanowi o całkowitym bezpieczeństwie danych, chroniąc przed niepożądanymi użytkownikami.

Panie Arkadiuszu, pańska firma zajmuje się również przygotowaniem i prowadzeniem prezentacji, m.in. dla bankowców. Czy zachęacie do skorzystania z waszej oferty?

■ Przede wszystkim staramy się optymalnie zaprezentować to, co mamy w naszej ofercie – począwszy od sprzętu o najwyższej jakości po szereg propozycji z segmentu średniego. Praktyka pokazuje, iż ludzie biznesu zainteresowani są niemal wyłącznie sprzętem z najwyższej półki, z pominięciem urządzeń o niższych parametrach, które rynek określa jako tańsze.

Robimy prezentacje dla przedstawicieli różnych branż, zawsze ukierunkowując to, co mamy do zaproponowania, na pokazanie złotego środka – tak, by każdy mógł skonkretyzować swoje potrzeby i wybrać coś odpowiedniego dla siebie. Niezwykle istotna jest indywidualna, szczegółowa rozmowa z klientem.

Stanowczo natomiast unikamy strategii „byle tylko sprzedać” – przecież nie jest to korzystne ani dla klienta, ani dla nas jako firmy profesjonalnie zajmującej się tą wyselekcjonowaną branżą.



Rozmawiamy o interakcjach z klientami. Na jakich zasadach opiera się doradztwo oferowane przez pana firmę?

■ Cóż, najlepsze relacje, jakie nawiązujemy z klientami, zwykle mają swój początek właśnie na prezentacjach. W prostej rozmowie okazuje się, czego klient oczekuje, jakie ma wymagania wobec sprzętu, co możemy zaproponować jako najwłaściwszą opcję.

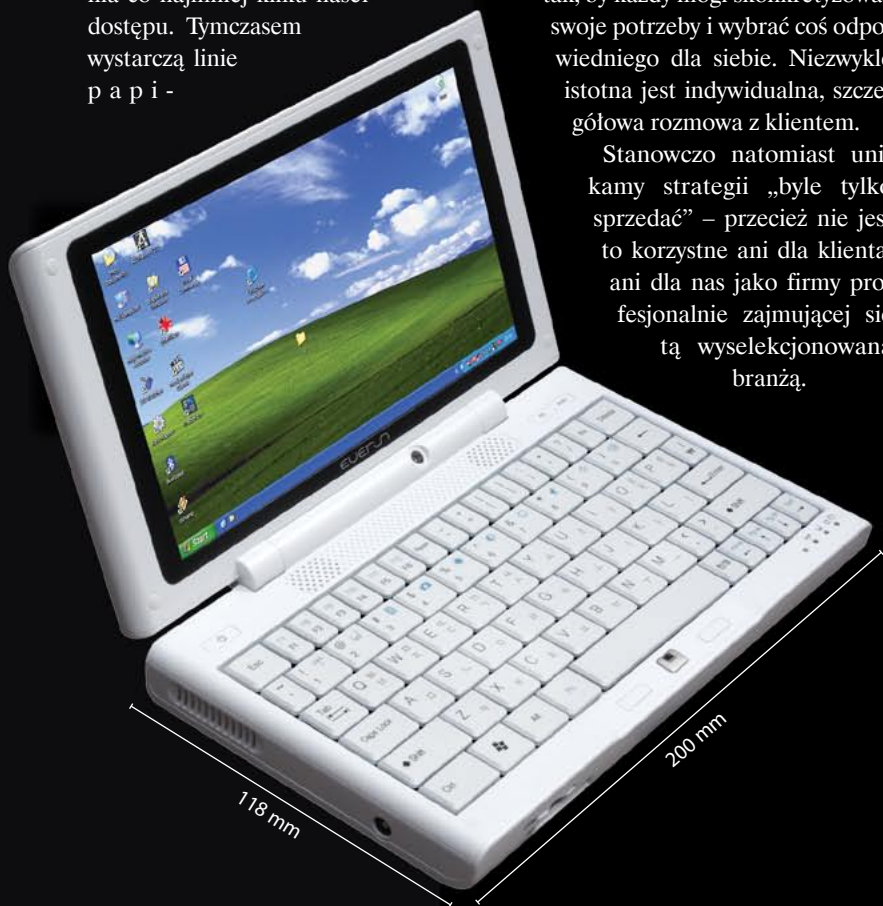
Co więcej, zapraszamy i zachęcamy do korzystania z naszych stron internetowych: mobilator.pl, flybook.pl, vyepc.pl, antywirusy.com.pl, flybook-photo-gallery.com, galeria-flybook.com.pl. Można na nich uzyskać szczegółowe informacje odnośnie sprzętu, technologii itp.

Strona flybook.pl cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem, jej goście – a comiesięczna klikalność przekracza milion – pochodzą z różnych stron świata.

Tymczasem w marcu tego roku zadebiutował wymieniony przez pana nowy portal sprzedażowo-informacyjny – mobilator.pl. Proszę opowiedzieć o tym projekcie.

■ Otóż, cała strategia planowania i urzeczywistniania tego przedsięwzięcia wzięła się właśnie z dziesiątek rozmów przeprowadzonych z klientami. Staraliśmy się jak najskrupulatniej słuchać naszych odbiorców, zbierając informacje, czego oczekują od tego typu strony internetowej.

Strona mobilator.pl poświęcona jest mini laptopom, sprzętom ultraprzenośnym oraz różnego rodzaju mobilnym akcesoriom, jak np. najnowocześniejsze myszki, miniskanery, zewnętrzne





mininapędy DVD, globalne przejściówki do zasilania itp.

A zatem na portalu mobilator.pl można znaleźć wszelkiego typu sprzęt przenośny, ujęty w przejrzyste kategorie – każdy produkt ma swoją podstronę. Bogata graficznie galeria pozwala odbiorcy zapoznać się wizualnie ze sprzętem, a co szczególnie istotne – każde dostępne urządzenie posiada pełen zakres sterowników i instrukcji do pobrania.

A jakieś przykłady topowych akcesoriów dostępnych na stronie mobilator.pl?

■ Chociażby najmniejszy skaner na świecie, nieco większy od długopisu.



Jest to urządzenie o trybie czarnym i kolorowym, może skanować w dużej rozdzielczości. Trzeba wziąć jedynie pod uwagę fakt, iż jakość skanu w dużej mierze zależy od sprawności ręki użytkownika – ponieważ to użytkownik musi przeciągnąć skanerem wzdłuż powierzchni kartki. Skaner ten może zapamiętać do 800 stron w pełnej rozdzielczości i w pełnym kolorze, natomiast do 1000–1500 stron czarno-białych.

Wśród ciekawych akcesoriów mobilnych na uwagę zasługuje również najnowocześniejsza na świecie myszka – bezprzewodowa, z optyką laserową, wyposażona w dwa tryby: tryb zwykłej myszki oraz tryb pilota do multimedii. Na jej przykładzie doskonale uwidacznia się tendencja do minimalizacji: myszka ma wielkość i grubość karty kredytowej, przy czym można ją nosić w laptopie.

Warto też wspomnieć choćby o najmniejszej istniejącej nagrywance do formatów CD i DVD czy o globalnych przejściówkach do gniazdek na całym świecie.

Panie Arkadiuszu, biorąc pod uwagę pana doświadczenie zawodowe, proszę powiedzieć – czy Polacy są gadżeciarzami?

■ Generalizując, ośmielam się stwierdzić, iż więcej gadżetowych pasjonatów znajdzie się wśród ludzi wykształconych niż wśród osób z niższym wykształceniem. I – co wydaje się dość oczywiste – w tej kategorii to raczej panowie wiodą prym.

Bez wątplenia też, zamiłowanie do tzw. gadżeciarstwa powiązane jest z cechami charakteru oraz z zasobnością portfela.

A na ile nowoczesne akcesoria elektroniczne mogą budować wizerunek społeczny?

■ Urządzenie odpowiednio dobrane do potrzeb właściciela może z całą pewnością odzwierciedlać: po pierwsze – status zawodowo-finansowy, ewentualnie poziom wykształcenia, po drugie – zamiłowanie do wspomnianego tzw. gadżeciarstwa i wreszcie po trzecie – odzwierciedla swoiste mentalne wyrafinowanie.

Wracając do działalności pańskiej firmy – podobno, jako pionierzy w swojej branży, macie możliwość uczestnictwa w fazie projektowania produktów?

■ Rzeczywiście, mamy przyjemność brać udział w, powiedziałbym, nie do końca oficjalnym zespole, który





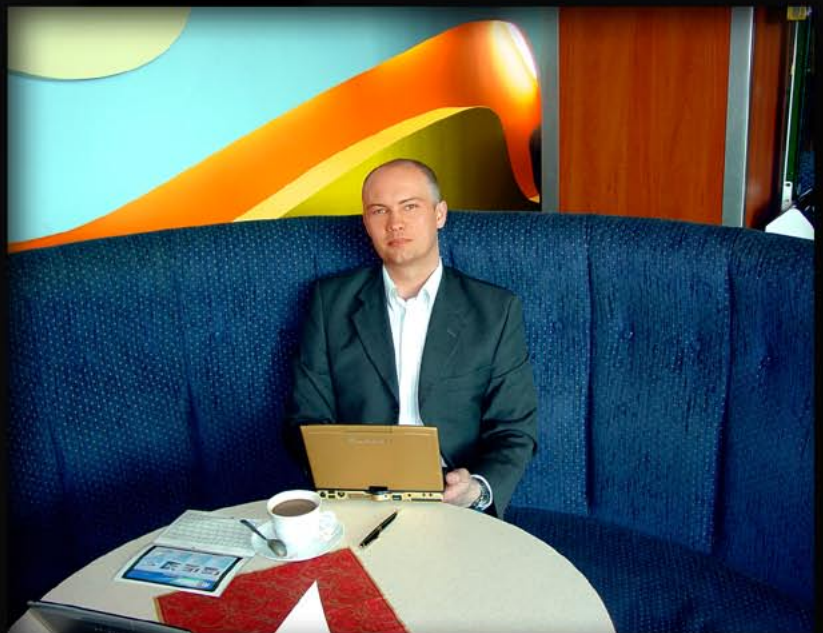
dla większości produktów z segmentu urządzeń ultraprzenośnych opiniuje je na etapie przedprodukcyjnym.

Otóż większą część tych urządzeń otrzymujemy jeszcze na długo przed okresem sprzedaży. Następnie jesteśmy zobowiązani przeanalizować kilkadziesiąt parametrów danego urządzenia, uwzględniając nawet kwestię tego, czy obudowa trzeszczy, czy nie – to wbrew pozorom ma niemałe znaczenie dla komfortu codziennego użytkowania.

I wreszcie, bierzemy udział w telekonferencjach z przedstawicielami ze Stanów Zjednoczonych, Azji, Europy. Zespół debatuje nad konkretnym urządzeniem, ustalając, czy powinno być przygotowywane do sprzedaży, czy lepiej z tego zrezygnować.

Jednak uczestnictwo w tym procesie traktujemy przede wszystkim na zasadzie zawodowej ciekawostki.

Ciekawostki? Czyżby to kokieteria z pana strony, panie Arkadiuszu?



■ Skądże znowu! To po prostu stymulujące i cenne dla nas doświadczenie.

Natomiast moje podejście do prowadzenia biznesu zawiera się w założeniu, by prowadzona przeze mnie działalność była tak spozycjonowana, aby – przy dużym wkładzie wiedzy i zaangażowania

oraz przy jak najlepszym sprośtaniu potrzebom klienta – praca przynosiła mi osobistą satysfakcję.

Tak się dotychczas dzieje.

I tego panu życzymy. Dziękuję bardzo za rozmowę.

ANNA GRĘDA

