

諾基亞轉型互聯網業務

慶祝香港通訊業聯會二十五周年的CEO訪談系列進入第四輯。今次請來諾基亞（香港）有限公司香港及澳門區市場營運總經理林國誠跟我們分享經營心得，訪問繼續由香港通訊業聯會會長陳重義主持。

陳重義開門見山提出關於諾基亞公司的轉型問題，事源於去年年底諾基亞把多個部門重組，並宣布發展互聯網業務新策略，但很多人不知這個重組和轉型是什麼的一回事。於是林國誠介紹了諾基亞的近況。

今年1月1日，諾基亞向全球宣布重新定位為互聯網公司，在手機製造仍會是公司主要業務的同時，互聯網服務亦成為其大力開拓的方向。發展互聯網服務對公司起了正面作用，事關手機已不單是一部電話，若能配合網絡服務，未來手機將會有更大的發展空間。

手機保留核心地位

今年諾基亞以OVI作為發展互聯網服務的品牌，主要發展N-Gage遊戲平台、音樂，以及地圖和導航等三個範疇。在N-Gage方面，除了大部分諾基亞S60平台手機皆可支援N-Gage功能外，該公司並積極研發更多嶄新和具創意之N-Gage遊戲軟件，為用戶帶來具互動性之流動玩樂體驗。音樂方面，目前該公司正跟多家內容供應商合作，推出音樂下載服務。而地圖及導航方面，該公司剛推出之全球一百

五十個地方的地圖及導航資訊，能讓兼容之S60手機用戶免費下載。

諾基亞看好電子地圖的發展，前年收購德國地圖軟件公司Gate5，去年又以81億美元收購數碼地圖公司Navte，由於GPS和地圖資訊的發展潛力相當大，如果配合諾基亞的AGPS技術，便可解決普通GPS訊號受高樓大廈的影響，即使在人口稠密的香港也可使用。

香港人喜歡旅遊及飲食，詳盡及最新的地圖與導航是不可或缺的。每當去到一個好去處，大家可以透過手機拍下照片，再以MMS或Bluetooth傳送給朋友分享，久而久之，就會儲存了很多書籤，記錄和分享飲食、行

山、名勝、購物等資訊，結合先進導航以至語音導航的技術，令手機用戶帶來更多生活上之流動體驗。

諾基亞在手機市場上早已佔有領導地位，不過面對的挑戰也不少，例如蘋果iPhone的出現，將會對諾基亞構成很大威脅。陳重義問及這方面的問題時，林國誠笑言，iPhone目前最大的挑戰是手機貨源經常供不應求；反之，諾基亞在每個領域上都提供不同的產品和技術，有的針對商業應用，有的針對多媒體娛樂，十分全面，因此一部手機並不足以構成威脅。

加強用戶體驗

諾基亞的策略主要是針對用戶體驗（User experience），由於網絡發展速度快，科技愈來愈新，面對這些問題，首要考慮條件是最快和最新的技術能否為使用者帶來真正的方便。進入3.5G時代，大家用手機查閱電郵、觀看足球比賽、上網、下載音樂等，都不再需要考慮速度的問題，而是在於用戶是否懂得和習慣使用。為此，諾基亞特別注重客戶服務，三年前開始舉辦用戶培訓計劃，客戶凡購買手機，便可免費參加手機培訓課程，課程內容包括備份及還原手機檔案、下載手機軟件等，務求令每個使用者都可享受手機帶來的方便。此外，與HKC合作推出上門培訓服務，以低廉的收費上門教授，照顧平日忙碌的上班族。

另一方面，在銷售平台上，諾基亞有百多名推銷大使於不同零售點進行手機銷售外，亦為用戶解答不同問題。他認為向客戶示範產品是非常重要的，這可以令每位客戶真正感受到手機功能所帶來的便利，感覺物有所值。如果用戶以6000多元購買N95手機後，卻不懂使用，只會在上館子時放在餐桌上炫耀，那就太過可惜。

鍾偉民



林國誠說，若沒有全面的服務和配套支援，即使再卓越的科技，手機速度再快，也沒有意義。