

NOKIA

Connecting People

ПАЗАР

Nokia е най-големият в света производител на мобилни телефони с пазарен дял от около 34% (Източник: Докладът на Nokia за Второто тримесечие на 2006 г.). За сравнение: към края на януари 2006 г. Motorola владее 18,3% от пазара, Samsung – 11,1%, а LG и Sony Ericsson – по 6,6% (Източник: Strategy Analytics).

Компанията произвежда мобилни телефони за всички по-големи пазари и мобилни оператори. Телефоните с марка Nokia и допълненията към тях се използват от милиони хора в над 130 страни като средство за комуникация, работа, забавление и дори като модни аксесоари. Фирмата също така произвежда оборудване, предоставя решения и услуги за мобилните оператори и корпорации.

Очаква се през 2007 г. за първи път световният пазар на мобилни телефони да надхвърли границата от един милиард продадени апарата. В бъдеще обаче растежът на продажби постепенно ще се забави, принуждавайки по-малките производители да търсят консолидация. Ще нараства дялът на продажбите на апарати от трето поколение 3G (Източник: Infoma Telecoms&Media). На българския пазар Nokia присъства официално от 1999 г. насам и е безспорен лидер в категория „Телекомуникации и мобилни телефони“.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

От края на 60-те години на XX век досега Nokia е пионер в развитието и усъвършенстването на мобилните комуника-

ции. Първият телефон, който е базиран на WAP технология, е Nokia 7110, представен през 1999 г. Nokia доставя и първите четири TETRA мрежи в света през 1997 г. През 2000 г., благодарение на договор между финландската компания и скандинавските авиолинии, мобилните телефони Nokia стават първите в света, които влизат в селекцията от стоки, които се предлагат на борда на самолетите. През 2005 и 2006 г. Nokia заема шесто място сред 100-те финансово най-силни глобални брандове, Nokia е единствената европейска и заедно с Toyota двете неамерикански марки в Top 10 (Източник: Interbrands 2005–2006 г.)

Компанията е поставена на двадесето място сред 50-те най-уважавани фирми за 2006 г. в класацията на американското списание Fortune. Финландската фирма е на най-предна позиция в сравнение с останалите в сферата на телекомуникациите и е четвърта по ред от корпорациите, които не са с американски произход.

ИСТОРИЯ

Nokia е отражение на развитието на финландската индустрия през последните близо 150 години – от основния дървопреработващ процес до високите технологии. През годините марката Nokia са носили гумени ботуши, автомобилни гуми, компютри, телевизори, подови настилки и др. Основите на Nokia са поставени през 1865 г., когато горският инженер Фредрик Игестан създава дървопреработващо предприятие в Югозападна Финландия. Игестан представя своето изобретение за добиване на дървен пул на Световното изложение в Париж през 1867 г. и печели бронзов медал. С инсталирането на първата машина за хартия през 1880 г. компанията му разширява дейността си освен с производството на дървен пул и с хартия. Игестан е смятан за основоположник на финландската хартиена промишленост. Фирмата му е прекръстена на Nokia ab през 1871 г.

През 1898 г. пак се появява компанията Finnish Rubber Works с основна дейност производство на гумени ботуши и обувки,



ремъци, както и гуми и части за коли. През 1912 г. започва да функционира и Finnish Cable Works, която произвежда телеграфни и телефонни кабели. През 1967 г. тези три фирми с доста различна дейност се сливат, за да образуват мултииндустриалния конгломерат Nokia Corporation.

Първата по-голяма поръчка мобилни телефони датира от 1972 г. за нуждите на финландската отбрана. През 70-те Nokia започва да прави мобилни телефони за мрежата Nordic Mobile Telephone (NMT), която е пусната през 80-те. NMT е първата в света мобилна телефония, която позволява международен роуминг, и този проект дава на Nokia безценен опит за участието ѝ в разработването на Глобалната система за мобилни комуникации – Global System for Mobile Communications (GSM). Първият в света промоционален GSM разговор е осъществен през 1991 г. в Хелзинки през оборудвана от Nokia мрежа от финландския премиер Хари Холкери с телефон с марка Nokia.

В началото на 80-те години на миналия век Nokia засилва позициите си на телекомуникационния и електронния пазар с придобиването на Mobira, Salora, Televa и шведската компания Luxor. През 1987 г. поглъща част от германската Standard Elektrik Lorenz, както и френската компания Osceapic. Същата година Nokia купува швейцарската фирма Maillefer. В края на 80-те Nokia става най-голямата скандинавска компания за информационни технологии с придобиването на част от Ericsson. През 1989 г. Nokia прави ново значително разширение за своята кабелна индустрия в континентална Европа



с придобиването на холандската кабелна компания NKF. Така от началото на 90-те години Nokia окончателно превръща мобилните телефони и телекомуникациите в свой основен бизнес.

ПРОДУКТЪТ

Към момента Nokia структурира бизнеса си в четири големи операционни дивизии – „Мобилни телефони“, „Мултимедия“, „Фирмени решения“ и „Мрежи“.

Мобилните телефони свързват хората, като осигуряват обмена на глас и



данни чрез голяма гама от допълнителни приспособления. Мобилните телефони на Nokia са базирани на глобалните технологии GSM/EDGE, 3G/WCDMA and CDMA. Дизайн, бранд, максимално лесна употреба и достъпна цена са най-важното, което клиентите на Nokia оценяват и взимат под внимание. В същото време фирмата непрекъснато увеличава портфолиото на продуктите си с нововъведения като мегapixelови камери, музикални плейри, цветни екрани и др. За да откликне още по-добре на нуждите на потребителите, през 2006 г. Nokia събира всички свои 250 дизайнера, психолози, изследователи, антрополози и технически специалисти в общ отбор. Новата организация по дизайна е отговорна за целия процес – от стратегията и концепцията до усъвършенстването на продуктите в портфолиото на компанията. Отделът черпи вдъхновение от различни култури. Като провъзглавява да разширява границите в дизайна на мобилните апарати, Nokia представи модна колекция телефони Nokia 7360 и Nokia 7373, които са микс от контрасти – смесват културни и етнически влияния с докосването до неочакваното. Те създават усещане за винтидж и ръчна изработка. Nokia 8800 Sirosso предлага вълнуващ и ергономичен дизайн, ексклузивни мелодии на звънене, композирани от Брайън Ино, двумегapixelова камера, 128 MB памет, ярък цветен дисплей със защитено от ограсквания стъкло със сапфирено покритие. Този телефон отговаря и на най-изискания стил на живот. Специално за младежката аудитория са разработените музикални модели телефони 5300 Xpress Music и 3250, които предоставят възможност за запис до 1500 песни и по този начин съвместяват телефон и mp3 плейър. Дивизията „Мултимедия“ разработва апа-

рати, популярни под името N серия, които притежават качествата на мултимедийни компютър с всички функции на персоналния компютър и много преносими устройства с различни възможности. Благодарение на сътрудничеството си с Carl Zeiss, Adobe, HP, Kodak и други водещи марки, Nokia издига своята N серия на изключително високо ниво. Потребителите могат да инсталират на тях софтуерни програми, без да купуват нови приспособления, както е при стандартните мобилни телефони. N серията на Nokia е олицетворение на следващия скок в персоналните компютри. Това е най-бързо растящият пазарен сегмент в мобилното пространство. Успехът на телефоните от тази серия показва, че хората искат да имат мултифункционални устройства, които им позволяват все повече дейности. GPS, картите и навигацията са новата придобивка, с която ще бъде усъвършенствана N серията. През 2007 г. компанията планира да предложи на пазара няколко устройства с GPS – Nokia N95 е първото от тях.

Дивизията „Фирмени решения“ разработва широка гама продукти (известни като E серия на Nokia) и услуги за бизнеса.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

На 19 юни 2006 г. компанията Nokia и Siemens обявиха, че от 2007 г. планират да слаят звената за разработване на телекомуникационно оборудване. Новата фирма ще се нарича Nokia Siemens Networks и ще бъде базирана във Финландия. Дяловото участие на двете компании ще е 50 на 50.

ПРОМОЦИЯ

Публичният имидж на Nokia се гради както върху нейните продукти, така и върху всичките ѝ стъпки и действия като фирма. Затова компанията следва политика на последователност и отговорност във всеки един момент – от изследователските отдели, през суровините и маркетинга до рециклирането.

Новата бранд стратегия на марката заглавява емоционалната връзка с потребителите. За Nokia е важно да балансира



между икономическите цели и социалната отговорност. Разбирането на фирмата е, че успешната компания е не само тази, която прави най-качествените продукти, но и която привлича най-добрите служители, грижи се за околната среда и се включва в различни обществени каузи.

През 1993 г. Nokia избира посланието *Connecting people – „Свързвайки хората“*, и оттогава разширява смисъла на това понятие освен с глас и с картина, музика и т.н.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Nokia помага на хората да се чувстват близо един до друг, независимо от обстоятелствата и разстоянието, на което се намират. В съвременния свят всеки може да се свърже с всеки, но Nokia предлага човешки подход към технологията.

www.nokia.com

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

NOKIA

- В момента Nokia е най-големият в света производител на дигитални камери, тъй като продажбите на мобилни телефони с камера надвишават продажбите на които и да е производител на фотоапарати.
- В края на юни 2006 г. за компанията работят 62 092 души.
- Мелодията на телефоните Nokia tune е разработена на основата на изпълнение на китара от XIX век на испанския музикант Франсиско Тарета, наречено „Големият валс“. Мелодията на Nokia също първоначално се казвала така, но била прекръстена през 1998 г. Към този момент тя вече била толкова популярна, че всички я наричали Nokia tune.
- Компанията Nokia е кръстена на едноименната река, на чиито бряг построил дървопреработващото си предприятие Фредрик Игестан.
- Понякога наричат Финландия Nokialand – Земята на Nokia.