



Příchod doby masové obsluhy

Jiří Donát

**Konference IT 2001
Česká zemědělská univerzita
13. listopadu 2001**

Agenda

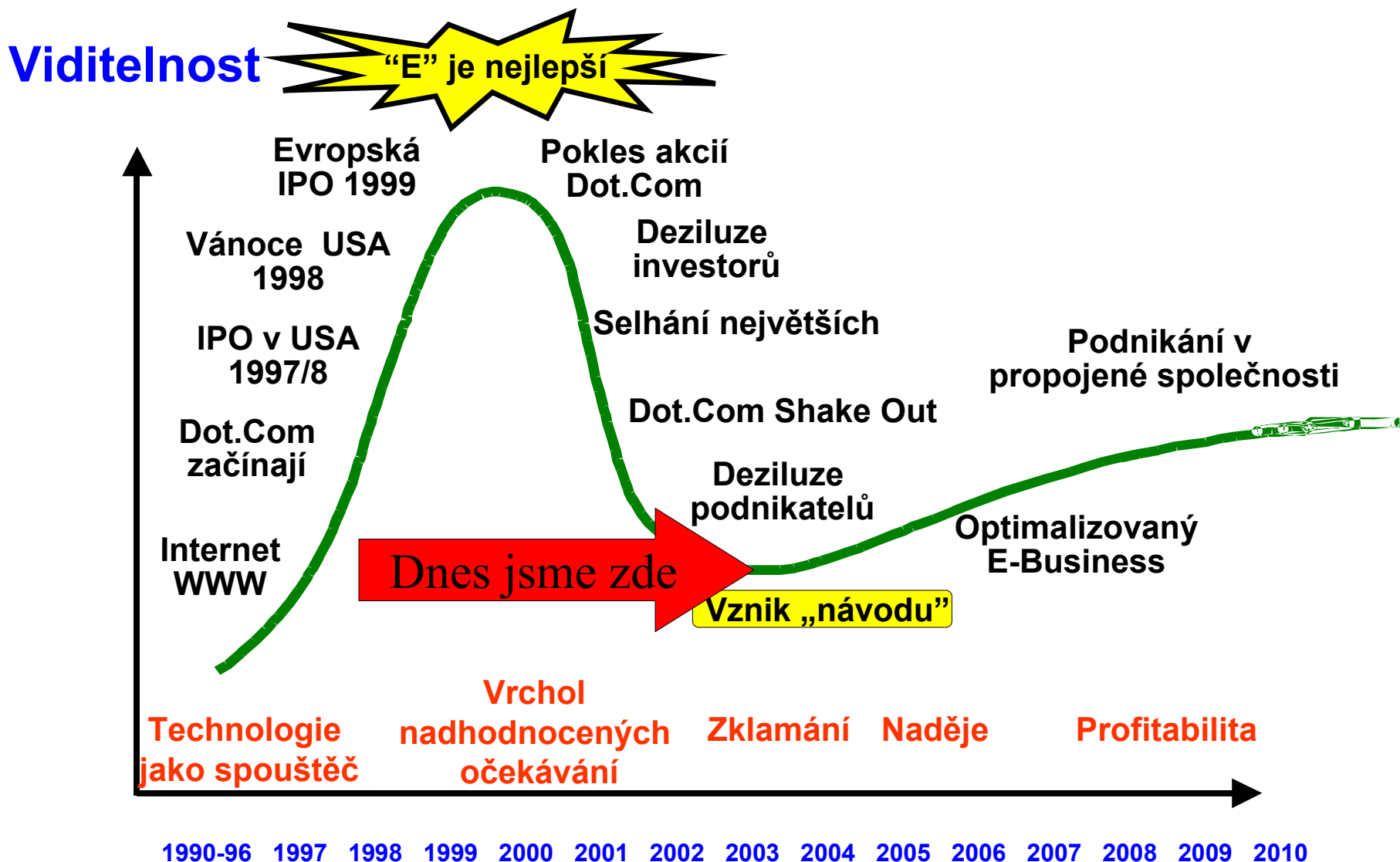
- Stručná charakteristika změn podnikatelského prostředí
- Nárůst technologické infrastruktury
- Nástup mobilních komunikací
- Vznik personalizační vrstvy internetu
- Která odvětví jsou nejvíce ovlivněna nárůstem komunikační infrastruktury?
- Budoucnost financování internetových aplikací

Dvacáté století?



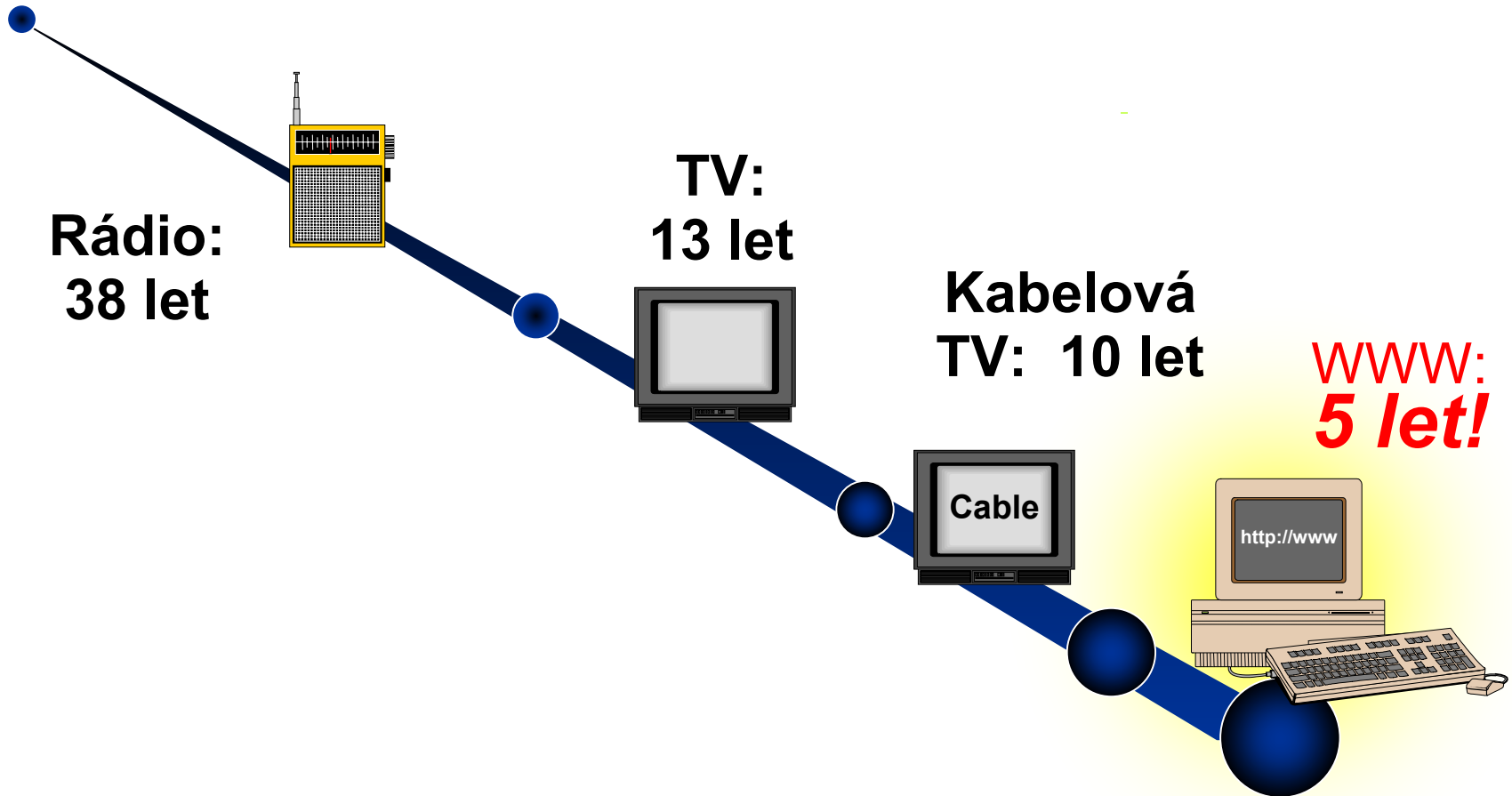
MĚL JSEM NEVESELE DĚTSTVÍ. ČASTO ANI NA PŘIPOJENÍ K INTERNETU NEBYLO.

Současný stav? Vystřízlivění.



Internetový čas

**Dosažení 50 milionů uživatelů
(význam nárůstu infrastruktury)**

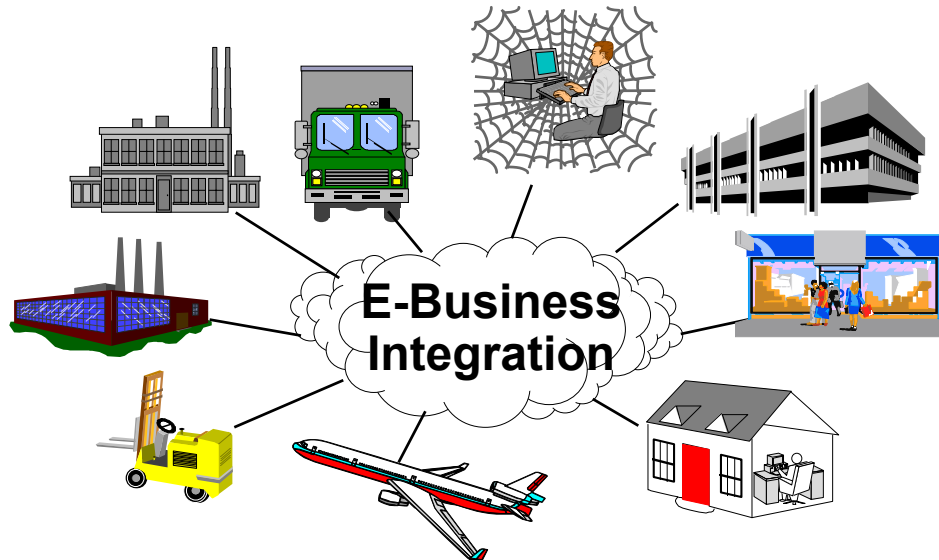


Proč je to možné: nárůst informační infrastruktury

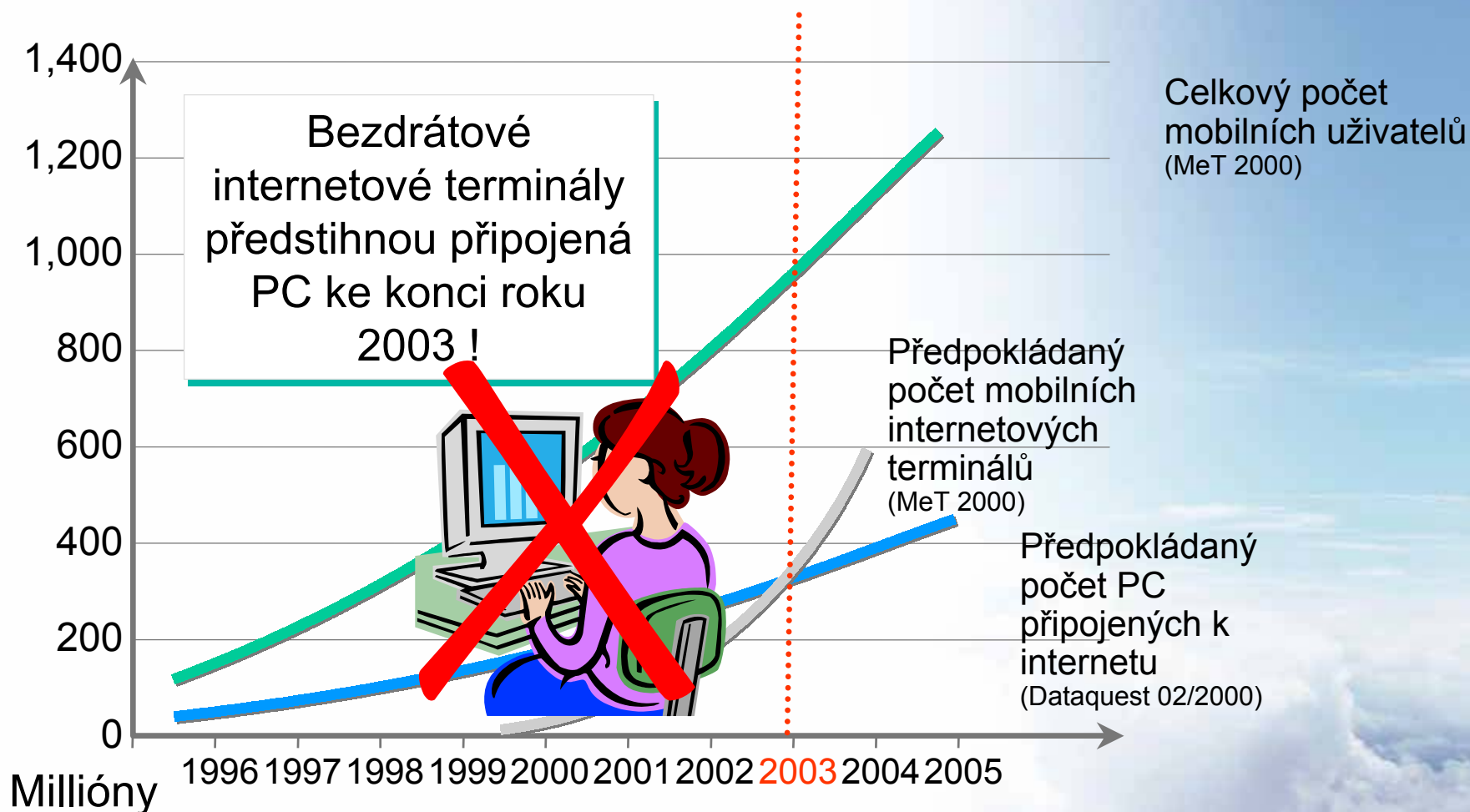
- Průmyslová revoluce byla dobou **hromadné výroby**
- Do tohoto schématu spadá i dnešní vysílání, které je masovým kopírováním necílených informací
 - rozhlasové a TV programy jsou analogií marketingové segmentace
- Díky vzniku univerzální informační infrastruktury je dnes poprvé možné hromadně vyrábět nejen hmotné předměty, ale též služby. Vstupujeme tak do doby **masové personalizace**
 - automatizovaný prodejní systém může doručit osobní službu, která je kvalitnější než služba lidského prodejce

Vize budoucích aplikací

- Vyšší míra personalizace, nezávislá na službě a způsobu jejího doručení
- Vznik komplexních služeb integrujících nejrůznější informační zdroje, které zároveň využívají lokalizaci a znalost zákazníka (personalizace a obsluha v kontextu)



Většina přístrojů připojících uživatele k internetu bude mobilních



Příklady mobilních terminálů

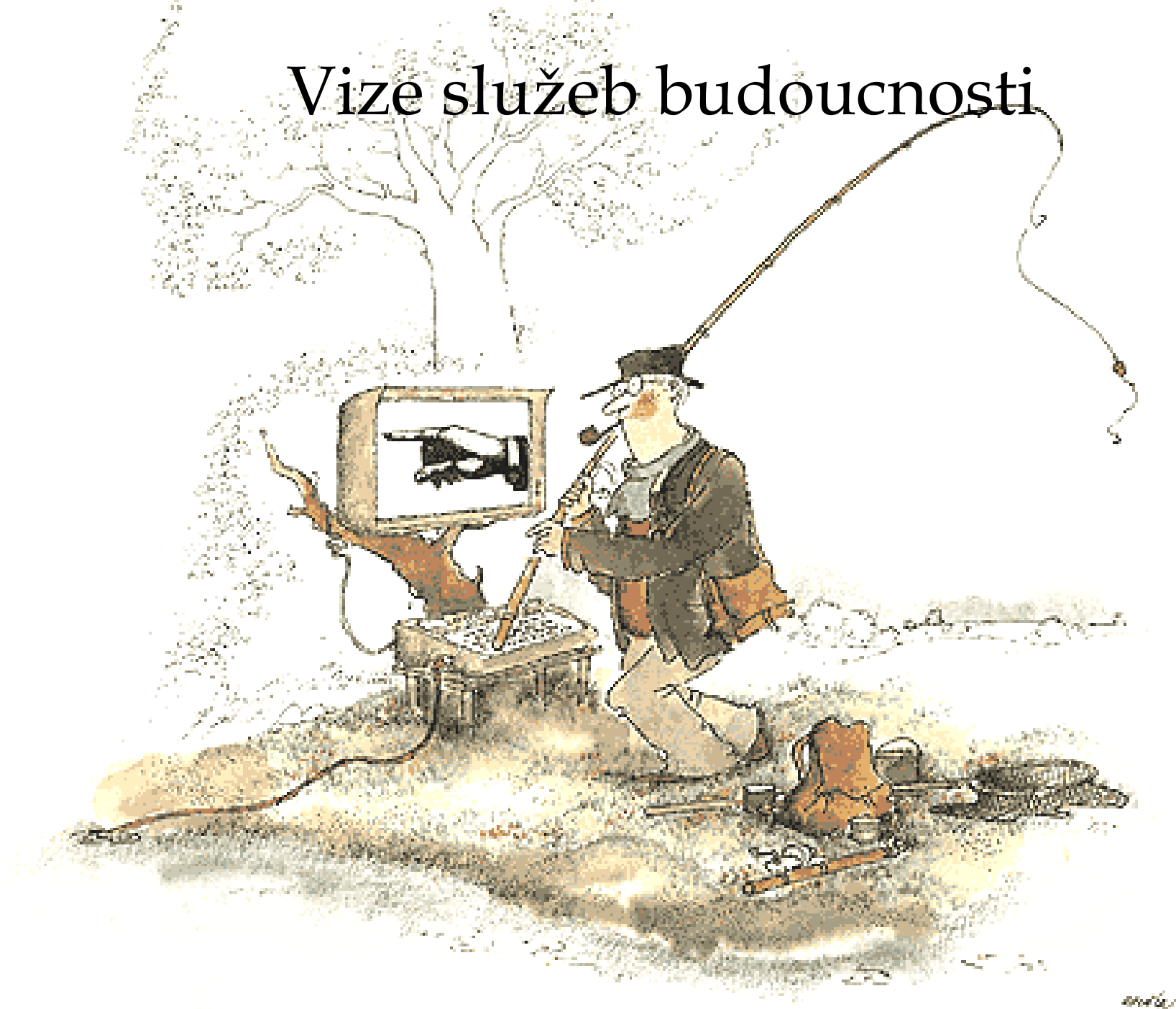


Aktuální příklad: Nokia 5510

- Key features: Digital Music Player and Recorder, Nokia Audio Manager PC software for copying personal CD's, organizing and downloading music files from a compatible PC to the Nokia 5510, FM stereo radio, full keyboard for fast text input, 5 games, WAP, multiple chat, multiple SMS sending



Vize služeb budoucnosti

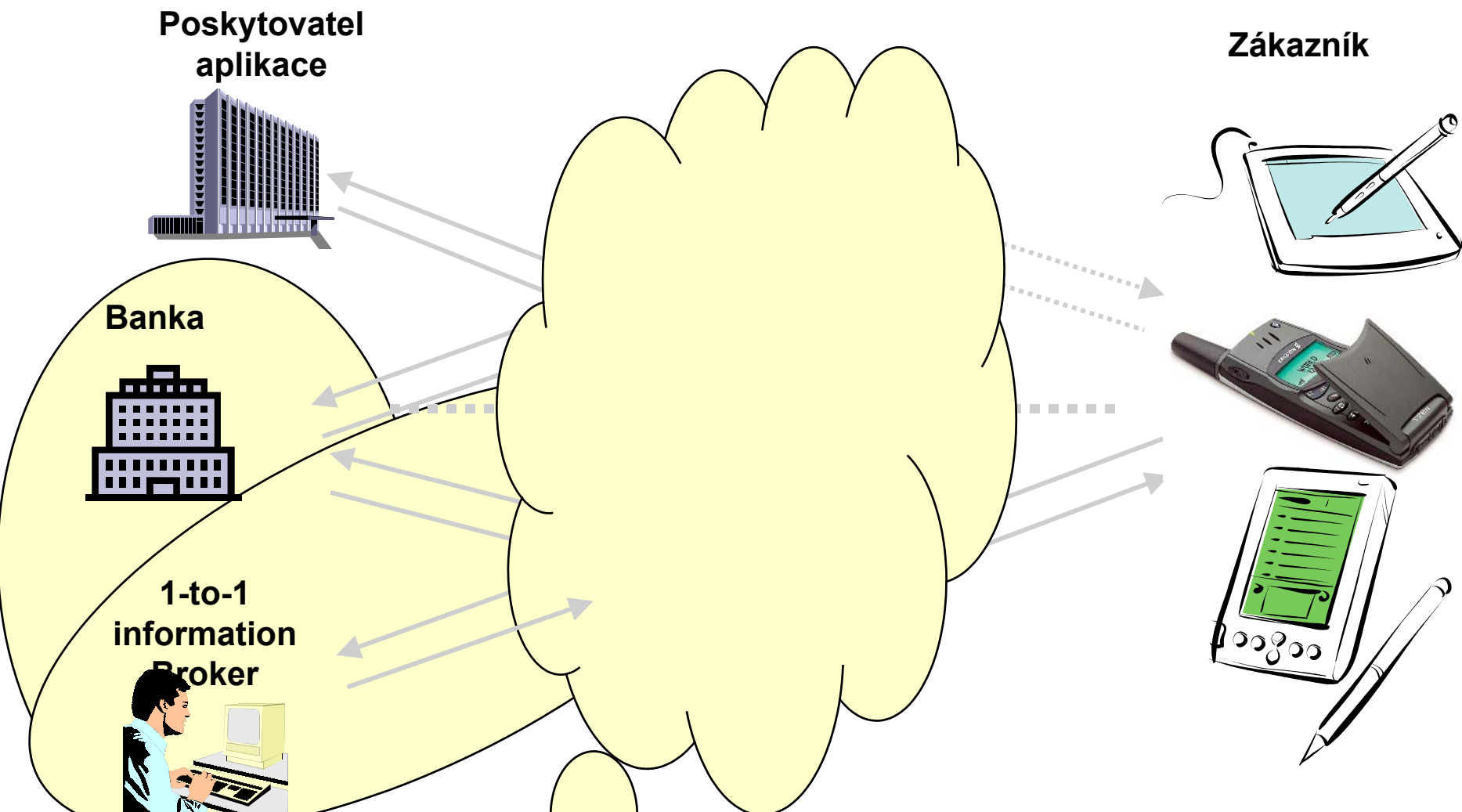


Překonání 1-to-1 paradigmatu

- Znalost minulé komunikace se zákazníkem umožňuje současným firmám lépe cílit jeho budoucí potřeby
 - Tento trend je v souladu s probíhajícím přechodem k cílenému oslovení
- Historie komunikace v jiných firmách je ale dnes nedostupná
- Řešením je rozšíření 1-to-1 paradigmatu z rámce jedné firmy na všechny firmy obsluhující daného zákazníka
 - To ale znamená obrátit dnes existující přístup, řešící **problém prodeje firemních produktů**, v **analýzu potřeb daného zákazníka**

Vize: poskytovatelé budoucích služeb

Transakční sféra



Nová role: 1-to-1 Information Broker (osobní rádce)

- Vize: Informační poradce (osobní asistent) zákazníka - převezme a personalizuje dnešní funkce navigace a stane se nástupcem reklamy
- Sběr preferencí a požadavků zákazníka
- Sběr nabídek různých prodejců, poskytovatelů služeb a zpětné vazby zákazníků
- Nezávislý na informační infrastruktuře (mobilní přístup, fixní přístup) - zcela "virtuální společnost"
- Vztah se zákazníkem musí být založen na vzájemné důvěře!

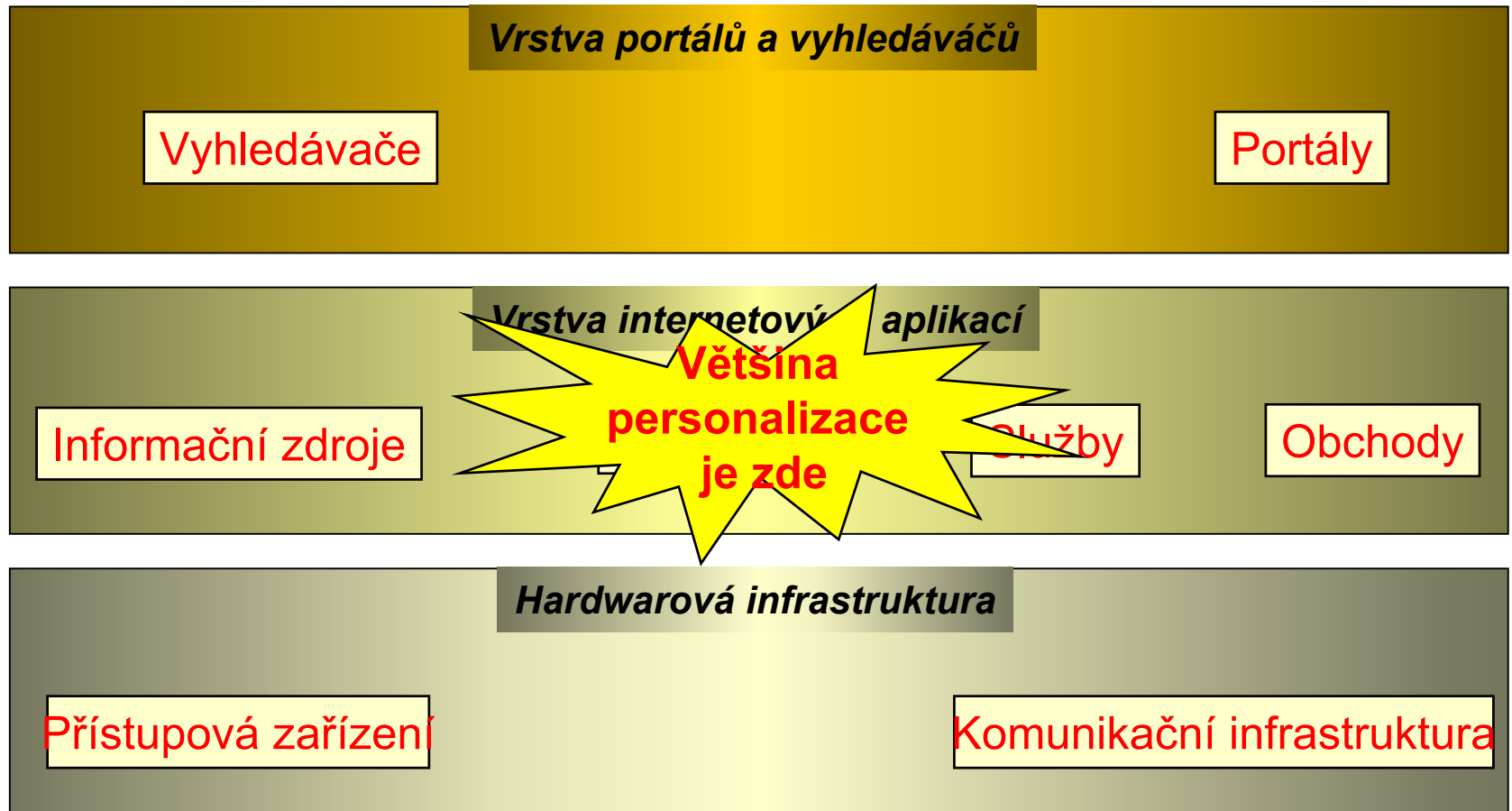
Která odvětví jsou nejvíce ovlivněna nárůstem komunikační infrastruktury?

- Telekomunikace
- Výrobci počítačů a spotřební elektroniky
- Banky a finanční instituce
- Reklama
- Tvůrci obsahu - distributoři autorské práce
 - Softwarové firmy
 - Hudební nahrávací společnosti
 - Filmoví producenti
 - Vydavatelé knih, časopisů, novin

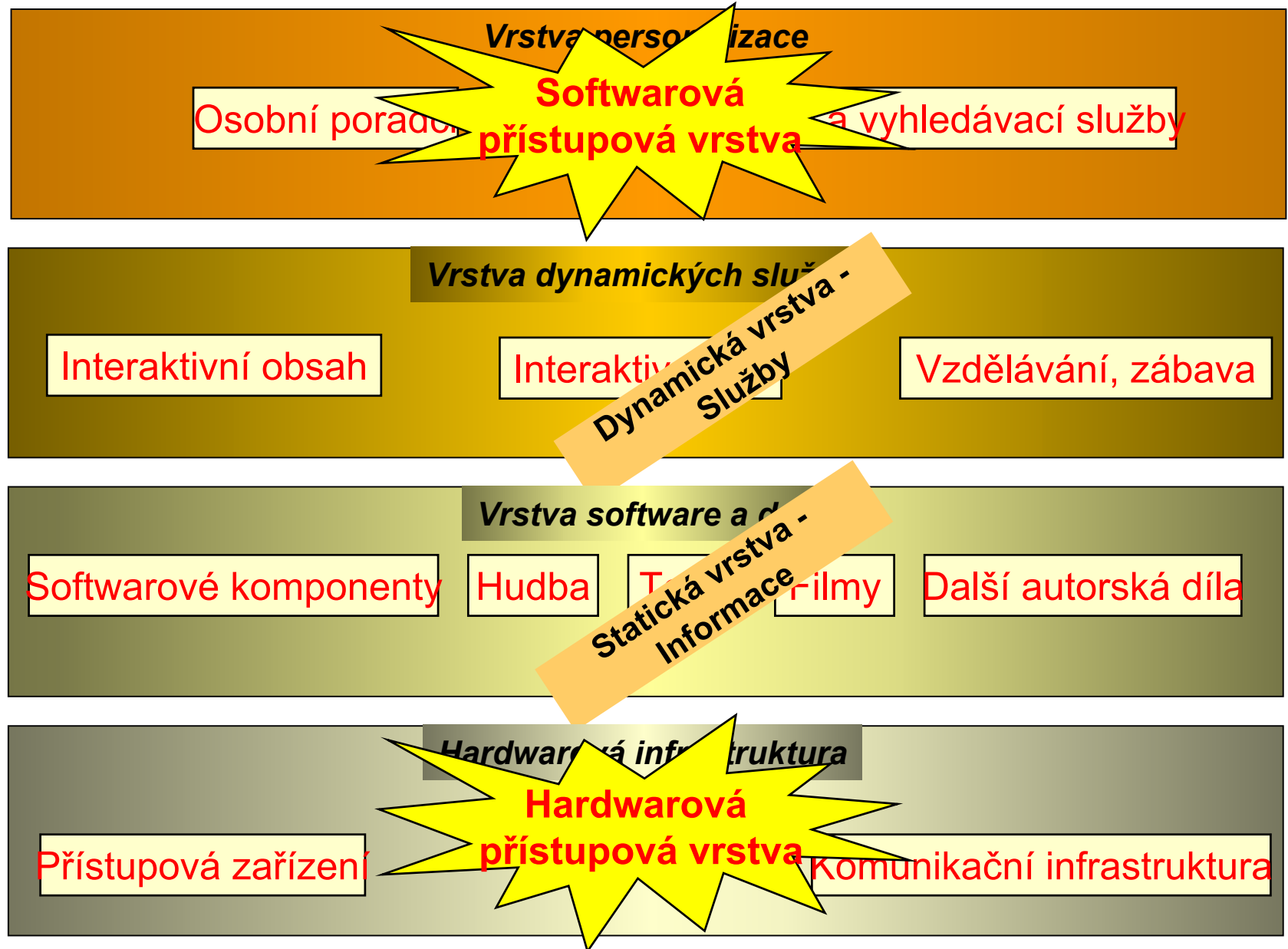
Změna obchodního modelu distribuce autorské práce

- Stávající model distribuce autorské práce je poplatný době hromadné výroby (prodej na hmotných nosičích)
- Vývoj technologie, snadné kopírování a šíření informací i bez hmotného nosiče, tento model přímo ohrožuje
- Model tak již není v souladu s dnešním stavem technologií
- Je zapotřebí přijít na nový model distribuce autorské práce, který by autorský příjmový model uvedl opět do souladu se stavem technologií
- Odpovědí je ukončení prodeje autorských děl a jejich převod na službu.

Struktura dnešních internetových služeb

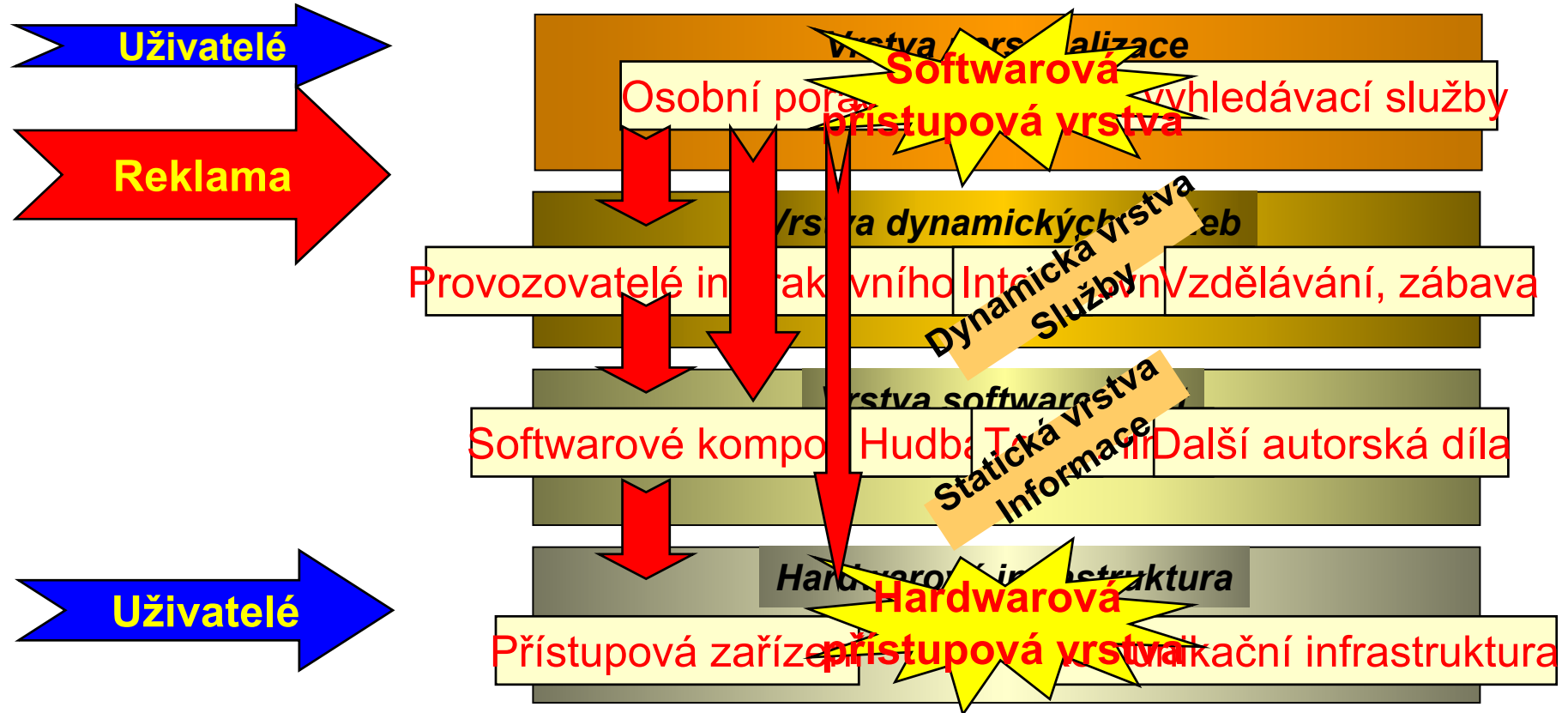


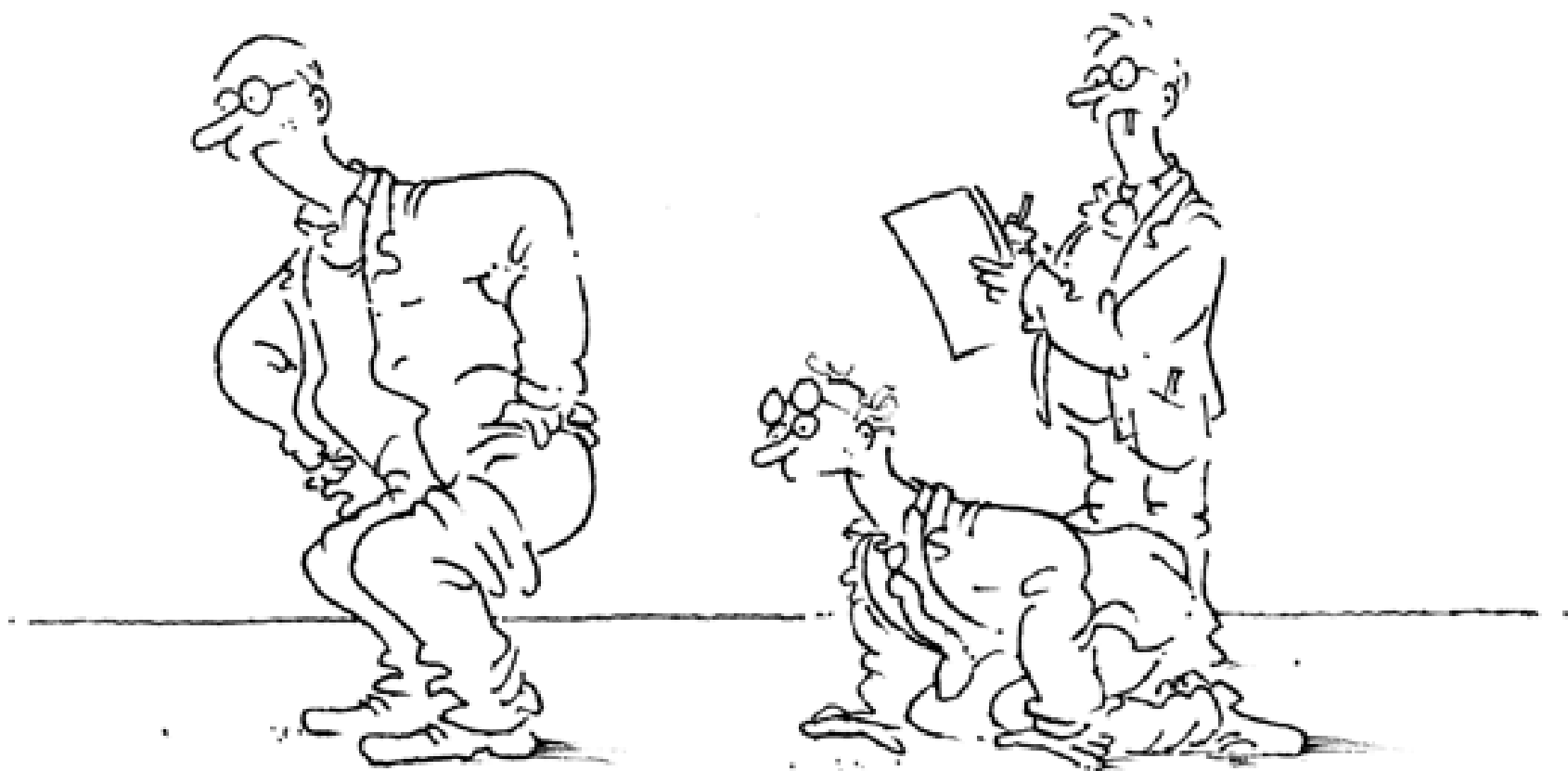
Struktura služeb budoucnosti



Financování služeb budoucnosti

- dokončení přechodu k masové personalizaci





DĚKUJI. NEMUSÍTE SE OBÁVAT. ZJIŠTĚNÉ STATISTICKÉ ÚDAJE NEBUDOU ZNEUŽÍTY.

Jiri_Donat@Hotmail.com