



Strategier för mobilt Internet

Internetdagarna 2007

Håkan Ozan, Dataföreningen

Dagens ämnen

- Målgrupper
- Värden
- Processer
- Informationsegenskaper
- Design
- Teknik



1. Definiera målgruppen

Personal/internt?



Nej, oftast inte. Vanligare med klientlösningar.
Anledningarna är flera, exempelvis:

- *Offlinestabilitet*
- *Designfunktionalitet*
- *Störningar*

I grunden handlar det mesta om den bristande möjligheten till lokal lagring

1. Definiera målgruppen

Kunder/externt?



Ja, vanligast idag.

- *Bred målgrupp, så skapa bredd*
- *Låt tekniken göra jobbet, inte användarna*

2. Hitta värdena

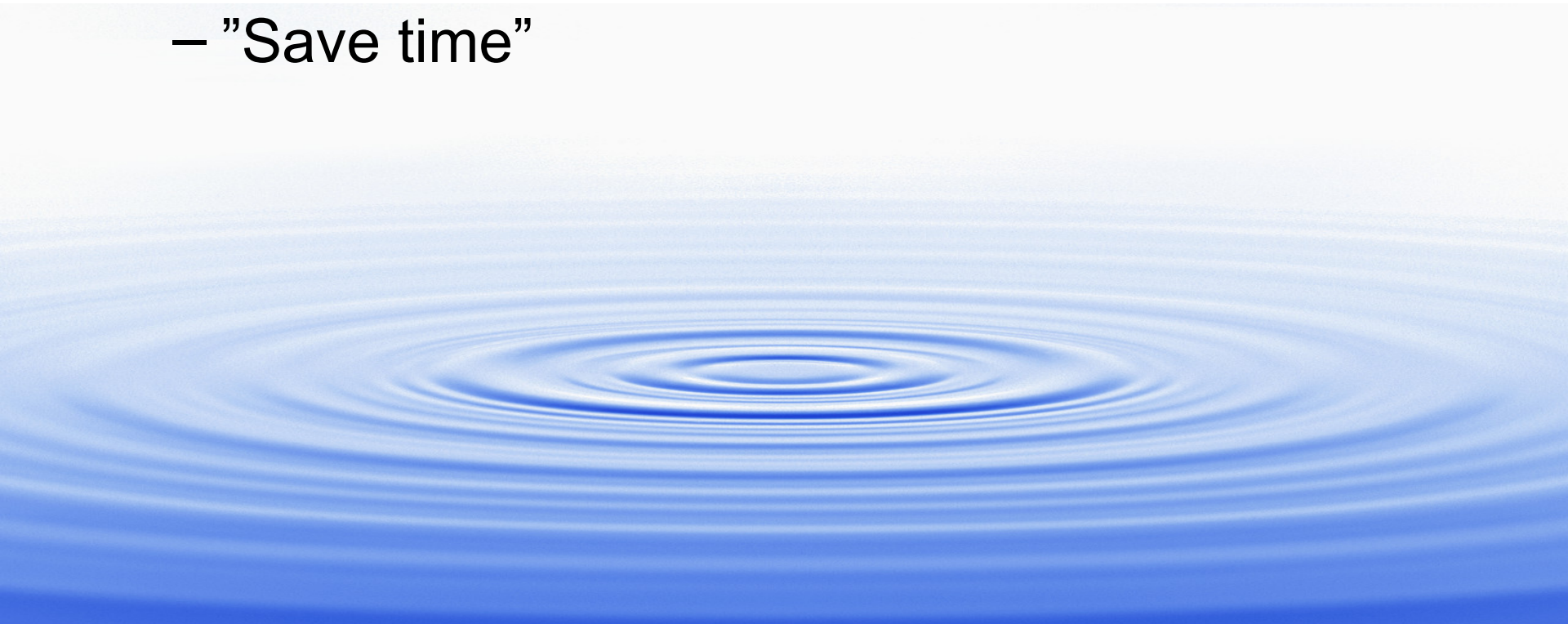


- Allt *ska* och *bör* inte läggas upp
- Mobilitet inom IT handlar om processförbättringar
- Definiera de processer som skapar mest värde för användarna.
- Ansträngningen ska vara tillräckligt liten eller värdet tillräckligt högt.
- Ofta handlar det om att byta ut *restid* mot *realtid* och *mellanlagring* mot *direktöverföring*.

Det är oerhört viktigt att förstå användarnas *incitament* för att använda tjänsterna. Det gäller för både hårda och mjuka värden.

2. Hitta värdena

- Baserat på "hårdheten" i värdet så brukar mobila tjänster delas upp i två kategorier.
 - "Kill time"
 - "Save time"



2. Hitta värdena

- Kill time
 - Nyttjande av dödtid
 - Ofta mervärdestjänster. Ex. entertainment- och marknadsföringstjänster
 - Oftast kundorienterade (men en "kill time" kan skapas som en "indirekt save time")



2. Hitta värdena

- Save time
 - Processbaserade
 - Effektiviseringstjänster
 - Oftast lättare att definiera konkreta business cases



2. Hitta värdena

- Hur räknar vi hem det hela?
 - Intern effektivisering ger enkel hemräkningskalkyl
 - Kundeffektivisering ger mer komplicerad indirekt hemräkningskalkyl
 - Mervärdestjänster ger strategisk hemräkningskalkyl



Hur vinsterna ska disponeras är en strategisk fråga



3. Definiera processerna

- Genom att identifiera de egenskaper informationen har för de processer som är aktuella så får vi lättare att definiera processerna.
- Några faktorer som påverkar vilken information som är lämpligast för mobil webb:
 - Informationens aktualitet
 - Informationens förändringstakt
 - Situationen (probability of change)
 - Alternativa accessmöjligheter





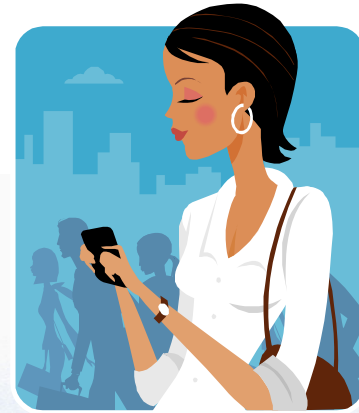
3. Identifiera processerna

- Och detta ställer krav på den information som ska levereras mobilt. Den måste vara:
 - Uppdaterad
 - Korrekt
 - Tolkningssäker
 - Minimalistisk



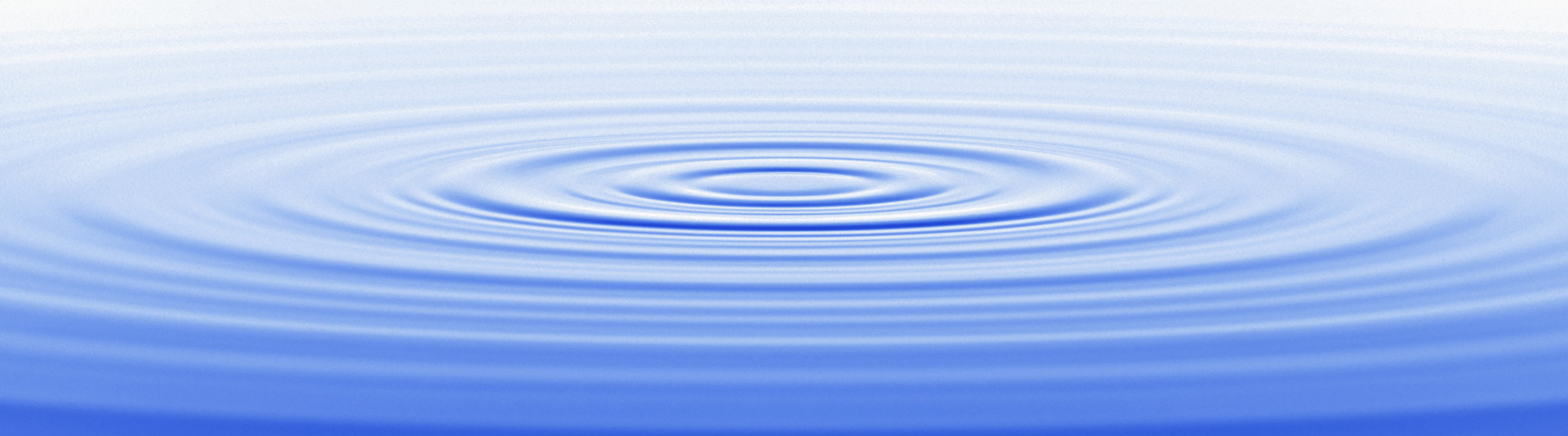
4. Designa tjänsten

- Ett antal faktorer påverkar sedan hur tjänsten bör utformas:
 - Surfbeteendet
 - Näthastigheten
 - Datatrafikkostnader
 - Variationen av telefoner (enheter)
 - Variationen av webbläsare



5. Teknik

Baserat på ovanstående faktorer så går jag igenom ett antal tekniska frågeställningar:



5. Teknik

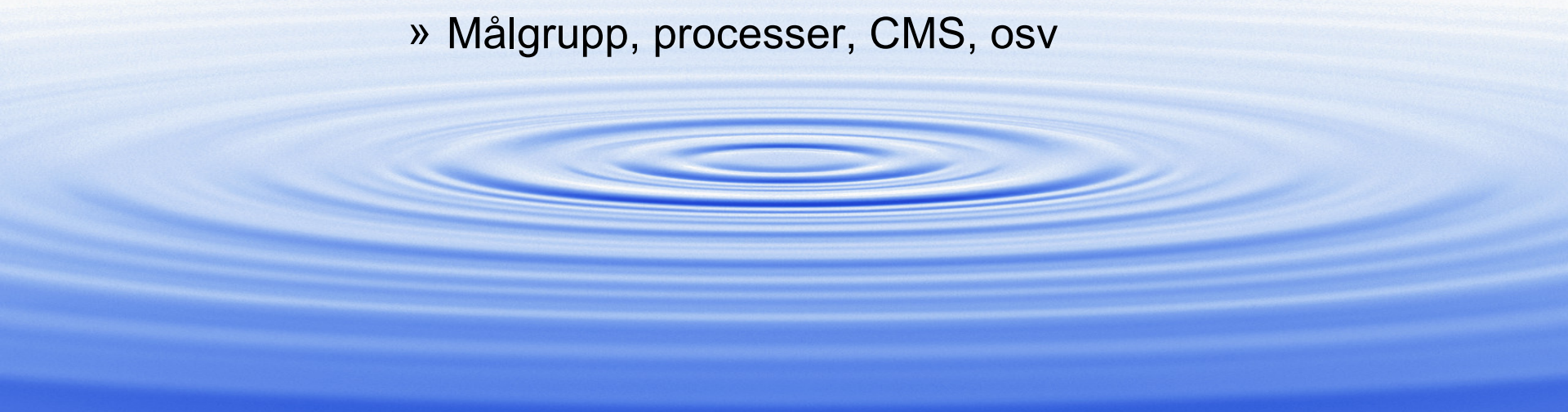
Strategisk fråga:

OneWeb eller separat mobilwebb?

Svar:

”Beror på”. Hänger på många faktorer.

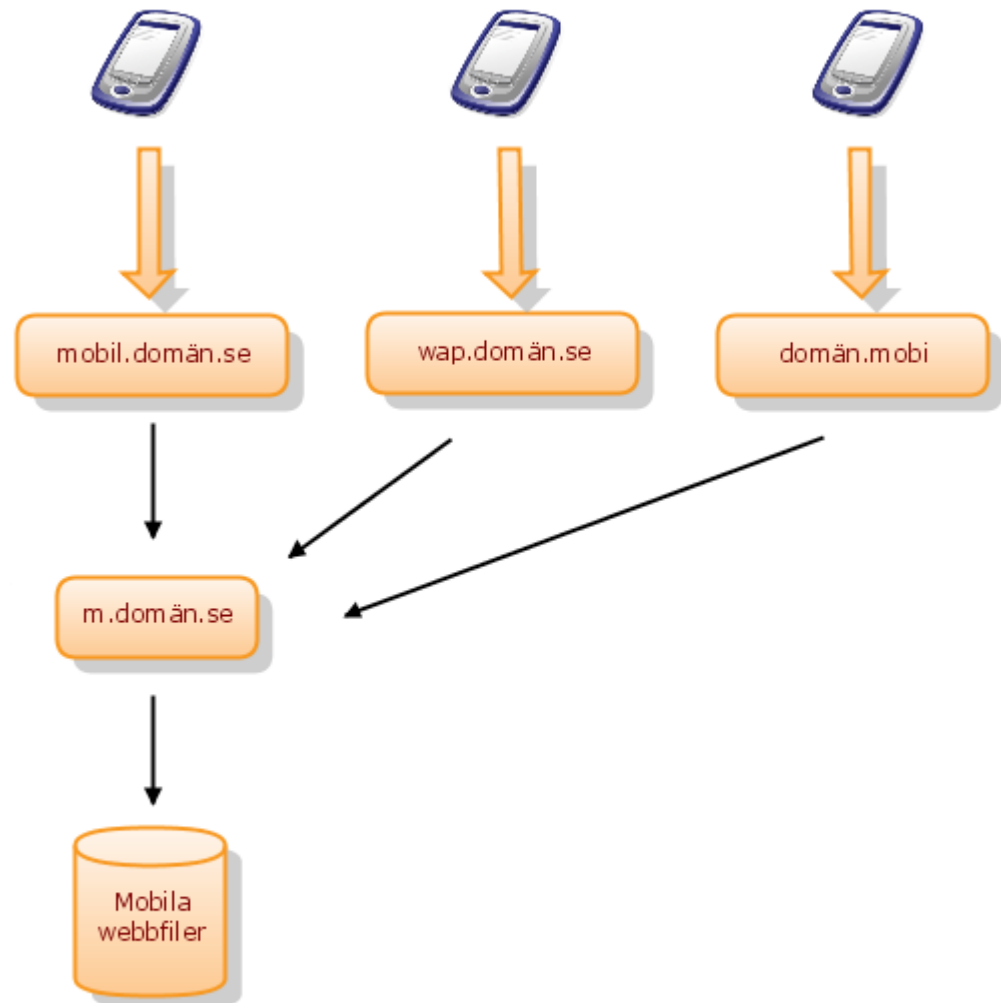
» Målgrupp, processer, CMS, osv



5. Teknik

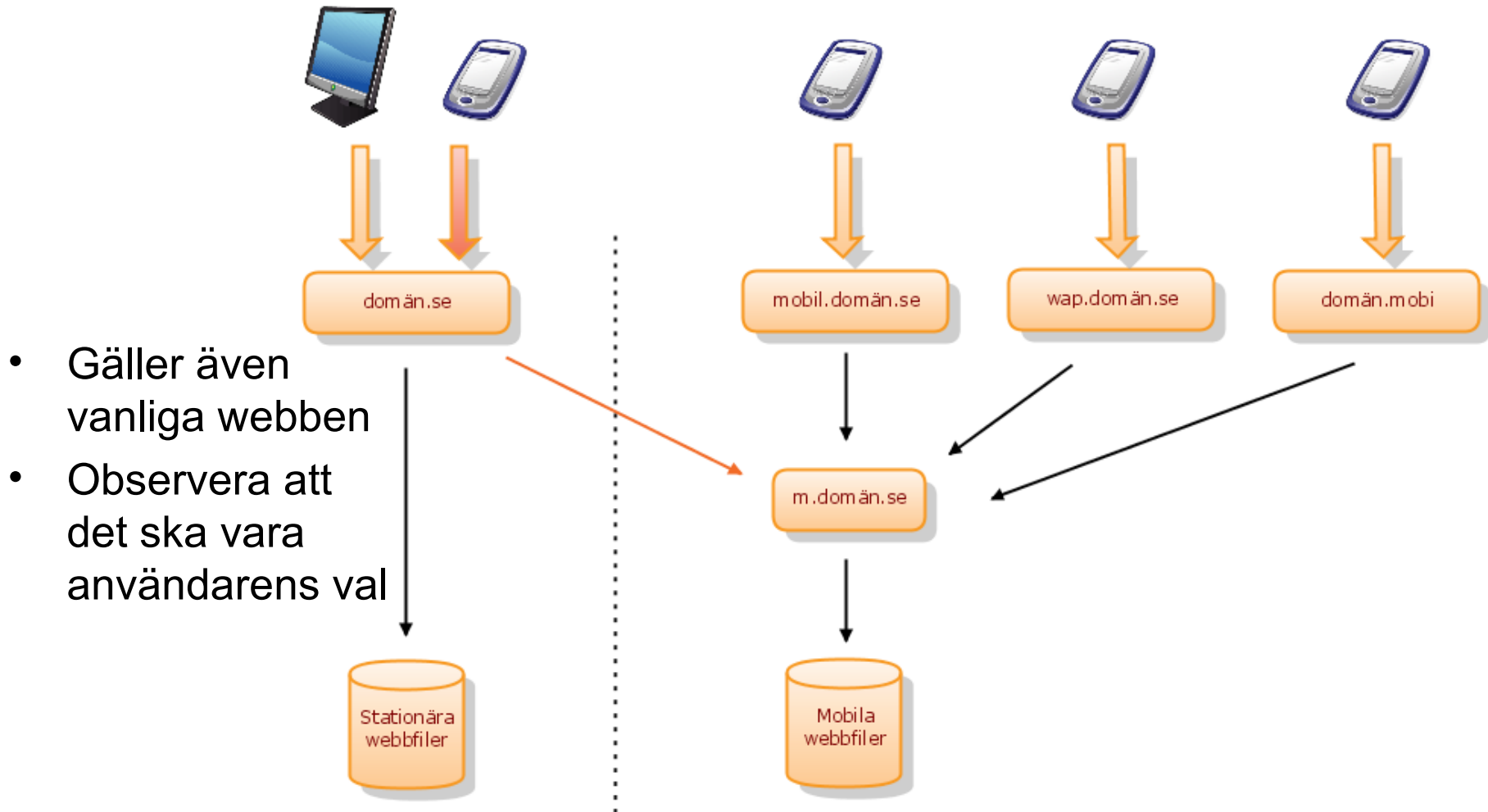
Guida användarna rätt

- Välj domänkonvention
(rek: *m-dot*)
- Oavsett val, fånga alla och samla upp



5. Teknik

Guida användarna rätt



5. Teknik

Dynamisk webblösning - Device Detection

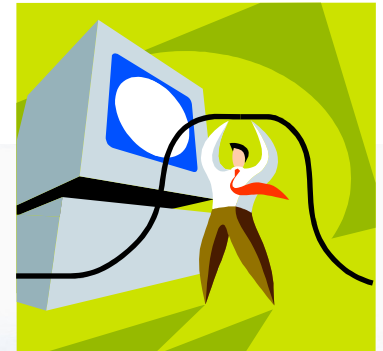
- Använd user-agent för att känna av om det är en mobiltelefon
- Använd en Device Description Repository (DDR) för att känna av telefoners egenskaper
 - WURFL
 - Phone.mobi
(beräknas klar vintern 2007/2008)



5. Teknik

Dynamisk webblösning - Device Transcoding

- Med en DDR som bas kan ni genomföra *mobile transcoding*, dvs realtidskonvertering av innehåll:
 - Formatkonvertering
 - Omstrukturering
 - Siduppdelning/sidbrytningar
 - Bildkonverteringar (format, storlek, upplösn.)



Detta ger en väldigt vacker och flexibel mobil webblösning

5. Teknik

Statisk webblösning

- Följ W3C Mobile Web Best Practices
 - XHTML Mobile Profile
 - Skärmstorlek
 - Sidstorlek
 - Användning av frames, tabeller, headings, etc
 - Menyplacering
 - osv



Sammanfattning

- Identifiera målgrupp och processer
- Fånga upp alla domänkonventioner
- Skaffa en bra mobilplattform
 - Bra DDR
 - Device Transcoder
 - CMS
- Komplettera med en adaptionmotor



Tack för mig!

Håkan Ozan
0708-85 85 85
hozan@csc.com
Blogg: www.hakanozan.com

