

RAST INTERESOVANJA ZA
JEDNOSTAVNE MOBILNE
TELEFONE

Manje može biti više

Iznenadujuće je koliko je teško u digitalnom svetu proizvesti nešto drugačije, kaže Norvežanin Piter Nebi, osnivač kompanije Punkt, koja nakon uspeha sa analognim časovnikom za buđenje, na svetskom tržištu uspešno plasira telefon MP 01, napravljen isključivo za razgovor i slanje poruka. Poslovna filozofija ove švajcarske kompanije je da u konkurenciji onih koji se trude da svojim proizvodima dodaju što više funkcija, tržišnu poziciju gradi na uređajima koji potrošačima nude ono što im je zaista potrebno.

Piše: Marija Dukić

Na kakvoj poslovnoj logici je zasnovana ideja da se u vreme pametnih uređaja, koji se sve više umrežavaju i teže ujedinjavanju, krene u pravljenje mobilnih telefona čija je svrha da služe isključivo za razgovor i slanje SMS poruka? Zvuči možda iznenadujuće, ali očigledno na isplativoj, budući da je model mobilnog telefona MP 01 švajcarske kompanije Punkt (Punkt), nakon pojavljivanja na Londonskom festivalu dizajna u septembru 2015. izazvao veliko interesovanje i od tada, uprkos ceni od 295 evra, konstantno beleži rast prodaje. To nije kopija starih, takozvanih 2G telefona, već sasvim jedinstven uređaj, tvrdi Norvežanin Piter Nebi, osnivač kompanije. Osim modernog dizajna, telefon je zasnovan na savremenoj tehnologiji, koristi mikro karticu, ima veoma kvalitetan zvuk, mnogo više mesta u adresaru od starih telefona (3.000), USB kabl za komunikaciju sa računarima, bateriju koja traje 290 minuta čistog razgovora, ali - nema internet.

Prva serija je rasprodata, ni od druge nije ostalo mnogo primeraka pa se već planira plasiranje trećeg kontingenta na tržište. Telefon se, trenutno, može kupiti u 25 prodavnica širom sveta, od Pariza do Hong Konga, ali najviše preko onlajn narudžbenica. Prodavao se i u našem regionu, pa i u Beogradu, ali najveći promet beleži na zapadnoevropskom i američkom tržištu, a nema ga jedino u zemljama koje ne podržavaju GSM standard - u Japanu i Južnoj Koreji.

Prethodno, ova švajcarska kompanija, osnovana 2008. godine, ostvarila je komercijalni uspeh svojim modelom analognog sata sa alarmom. Mada u sopstvenom radu koristi najnovije tehnologije i, zahvaljujući „umreženom svetu“ zapošljava stručnjake i u Italiji, Velikoj Britaniji, Japanu i u drugim zemljama, njena poslovna filozofija

je da u konkurenciji onih koji se trude da svojim proizvodima dodaju što više funkcija, svoju poziciju gradi na uređajima koji potrošačima nude ono što im je zaista potrebno.

Kako proizvesti analogni uređaj u digitalnom svetu?

Nebi, koji je svoju preduzetnički pristup predstavio i na manifestaciji Belgrade design week 2012. godine, kaže u razgovoru za B&F da je pomenuti mobilni telefon proizveo prvenstveno za sebe, pa tek onda za tržište. „Uočio sam da sa napredovanjem tehnologija ljudi imaju sve više problema da kontrolišu njihovu upotrebu i umesto da im one služe za bolju organizaciju vremena, po ceo dan troše na internetu i društvenim mrežama. To nije zdravo. Ne verujem da postoji mnogo ljudi koji su razvili zavisnost od slušanja muzike, ali istraživanja potvrđuju da je sve više onih koji svaki sekund koriste na Fejsbuku ili Viberu. Ljudi se trude da u tom, lažnom, virtuelnom svetu predstave sebe u najboljem svetlu, trošeći vreme na ubeđivanje neznanaca koliko su fantastični, umesto da u realnom životu uživaju sa onima koji im zaista nešto znače“.

Njegovo uverenje kako nesposobnost da kontrolišemo tehnologije umesto da one kontrolišu nas predstavlja izvor mnogih ličnih frustracija, potvrdila je i potražnja na tržištu za Punktovim proizvodima. Ali već pri prvom poduhvatu - pravljenju analognog časovnika modernog dizajna čija je jedina svrha da budi svoje vlasnike - naišli su na probleme koje nisu očekivali, ponajmanje u Švajcarskoj. Ispostavilo se, naime, da u digitalnom svetu, osim „kolevci časovničarskog zanata“ već ni širom Evrope, nije lako pronaći saradnike za tu vrstu proizvodnje, pa su zbog toga morali da se upute u Kinu.

Slično se ponovilo i u slučaju MP 01 telefona, priča Nebi. Kada su počeli da se raspituju kod proi-

zvođača koliko bi vremena trebalo za njegovu proizvodnju, dobili su iznenadujući odgovor: „Ako želite nešto nalik Ajfonu, od ideje do gotovog proizvoda potrebno je oko šest meseci, a drugačiji koncept iziskuje više vremena“. Ispostavilo se da je bilo potrebno čak četiri godine da se ideja realizuje i telefon nađe u prodaji. „Svi su se prilagodili modernim tehnologijama do mere da sve što je drugačije predstavlja pravi izazov“, komentariše naš sagovornik, koji uprkos tome, nije hteo da odustane od svoje i zamisli umetničkog direktora kompanije Jaspera Morisona, poznatog britanskog dizajnera koji je kreirao izgled telefona.

Na pitanje da li je, nakon plasmata telefona na tržište, bilo komentara povodom njegove cene, Nebi odgovara da ima onih koji smatraju da je preskup za funkcije koje nudi, ali da takvi potrošači i nisu njihova ciljna grupa. „Korisnici ovog telefona razumeju da je to dugotrajn proizvod, koji nije pravljen sa ciljem da ga već sledeće godine potisne napredniji model. Naši klijenti su oni koji shvataju da ne želimo da se upuštamo u hiperprodukciju koja nema svrhe. Pravimo elektronske uređaje koje će ljudi kupovati baš zbog funkcija koje su im zaista potrebne, a ne zbog gomile dodataka, za koje je pitanje da li će ih ikada upotrebiti“.

Čemu veštačka inteligencija pored robotizovanih ljudi?

Naš sagovornik ističe da njegova poslovna filozofija nikako ne znači da je protivnik tehnološkog napretka. Problem, naime, nije u tehnologijama, već kako smatra - u ljudima. „Pametni telefoni su se pojavili pre nego što su sami korisnici bili kulturološki spremni za njih. To je kao da ste dete odveli u prodavnicu slatkisa i dozvolili mu da jede koliko želi. Ono neće imati meru, jer ne zna koliko preterano uživanje u slatkisima može da šteti njegovom



Piter Nebi: Nisam protiv napretka tehnologije, već sam za njeno umereno i svrsishodno korišćenje

zdravlju. Upravo to se desilo nama, odraslima, s modernim tehnologijama. Dobili smo, odjednom, mnoštvo opcija bez svesti o tome kakve su posledice ako ih neumereno koristimo. Zato stalno naglašavam da nisam protiv napretka tehnologije, već sam za njeno umereno i svrsishodno korišćenje i za takav pristup se zalažemo i kao kompanija još od svog osnivanja“, objašnjava Nebi.

On dodaje i da korisnici pametnih telefona i drugih umreženih prenosnih uređaja, često, nisu svesni ni narušavanja svoje privatnosti. Naime, korisnici 3G i 4G mreže mogu biti prisluškivani, a aplikacije koje svakodnevno koriste uglavnom prikupljaju podatke o njima i njihovim navikama, najčešće bez znanja korisnika. Sa starim telefonima to nije bio slučaj, kao što nije ni sa MP 01, koji koristi poslednju verziju GSM-a pre nego što su telefoni masovno prikačeni na internet.

Kompanija, po rečima njenog osnivača, ima za cilj i da ljudima predoči da nove tehnologije mogu, takođe, nametnuti svakodnevnu rutinu ako nemamo samokontrolu i da ona može biti opasna baš zato što je nedovoljno prepoznajemo. „Veoma često se govori o veštačkoj inteligenciji i rizicima koje nosi. Ali čini mi se da je još važnije pozabaviti se činjenicom da sami ljudi sve više postaju robotizovani, između ostalog i zato što sve više vremena troše ispred računara na besmislen i anksiozan način, zaboravljajući da su umna i kreativna stvorenja, koja mogu da pomere planine ako to zaista žele“.

Piter Nebi, zato, tokom radnog vremena, osim MP 01, koristi i pametni telefon, ali kada krene kući preusmeri pozive na svoj jednostavni lični mobilni, a mejlovi i notifikacije, kako kaže, mogu uvek da sačekaju do sutra.