





RUGĂCIUNEA BlackBerry

În timp ce în SUA BlackBerry a pus stăpânire atât pe viața marilor corporații, cât și pe cea a angajaților, în România abia își arată colții. Va deveni mura neagră un drog și pentru managerii de la noi?

De Silviu Ștefănescu și Diana-Florina Cosmin

Imaginează-ți că ești în mijlocul unei ședințe importante și tocmai faci o prezentare în fața oamenilor din compania ta. Exact când te pregătești să ataci chestiunea bugetului pentru 2010, observi că majoritatea celor prezenți și-au plecat discret capetele și țin mâinile împreunate, ca și cum s-ar ruga la Dumnezeu să le crești salariile. Nici vorbă ca prezentarea ta să-i fi făcut să simtă, brusc, inspirația divină! Colegii tăi își fac, de fapt, „rugăciunea BlackBerry“. Este poziția „clasică“ în care un utilizator de BlackBerry își citește e-mailurile: cu palmele făcute căuș, pentru a feri aparatul de privirile celor din jur, și bărbia în piept, ca într-o profundă meditație...

Cum se formează această relație atât de strânsă între oamenii de afaceri și telefonul canadian? Și ce-l face deosebit față de celelalte smartphone-uri? În 2002, când a intrat pe piață, BlackBerry s-a diferențiat imediat

printr-o inovație care aducea instantaneu mesajele e-mail la îndemâna proprietarului, fără ca acesta să mai deschidă laptopul. În plus, utilizatorul putea să folosească în paralel cu verificarea e-mailului și alte funcții ale aparatului. Inovația a transformat telefonul într-un succes. Mai mult, sistemul creat de Research In Motion, compania care produce BlackBerry, permite conectarea permanentă a telefonului cu întreaga bază de date a companiei și cu colegii care au la rândul lor un asemenea aparat. Astfel, un BlackBerry funcționează precum un aparat de teleportare din Star Trek. Deși cel care îl folosește nu este la birou, lucrează ca și cum ar fi acolo: scrie facturi, mesaje, documente, își citește agenda zilei și comunică instantaneu cu unul sau mai mulți colegi care au la rândul lor un BlackBerry. Sistemul folosește un server special (BlackBerry Enterprise Server), administrat de companie, și aflat permanent în legătură cu toate telefoanele firmei,



prin operatorul de telefonie. Pentru un manager, terminalul este o sursă de dependență și în afara orelor de program. Pentru un angajat conectat în permanență la rețeaua de la serviciu, poate fi un motiv de stres, deoarece BlackBerry Enterprise Server (și, deci, managementul companiei) știe tot ce fac telefoanele din rețea: ce informații au trimis, unde se află, care este agenda zilei. Nu-i de mirare că Barack Obama, un fan declarat al „murei negre”, a fost cât pe ce să rămână fără jucăria sa preferată. Un aparat prin care președintele celui mai puternic stat din lume să poată fi localizat oriunde pe glob reprezenta un risc mult prea mare! În cele din urmă, experții americani în securitate au găsit un mod de a face BlackBerry-ul inofensiv pentru siguranța președintelui, iar Obama și-a păstrat „prietenu electronic”.

Pentru a exploata avantajele acestei tehnologii, marile corporații au investit sute de mii de dolari în noul sistem. Entuziasmul lor era perfect justificat: până la apariția BlackBerry, managerii nu mai experimentaseră niciodată o comunicare atât de rapidă. Aur curat pentru eficiența unei companii, dar stres îngrozitor pentru angajați!

*** CAPCANĂ PENTRU ANGAJAȚI.** La începutul anului, Jorge Escamilla, specialist IT la o companie din Indianapolis, Statele Unite, nici nu bănuia că avea să-și piardă liniștea definitiv. Telefonul primit „cadou” de la conducerea firmei părea să vestească o avansare, sau cel puțin confirmarea statutului de angajat valoros. La urma urmei, „nu oricine primește ultimul model de BlackBerry, prin care să poată comunica non-stop cu șefii”, se bucura, la vremea respectivă, Jorge. Ceea ce părea primul pas către palierul exclusivist al managementului s-a transformat, în mai puțin de șase luni, într-un instrument de supraveghere continuă „mai ceva ca brățara pe care o poartă la mână deținuții eliberați condiționat din închisoare”, glumește americanul de origine mexicană. Procedurile companiei sale sunt clare: orice e-mail



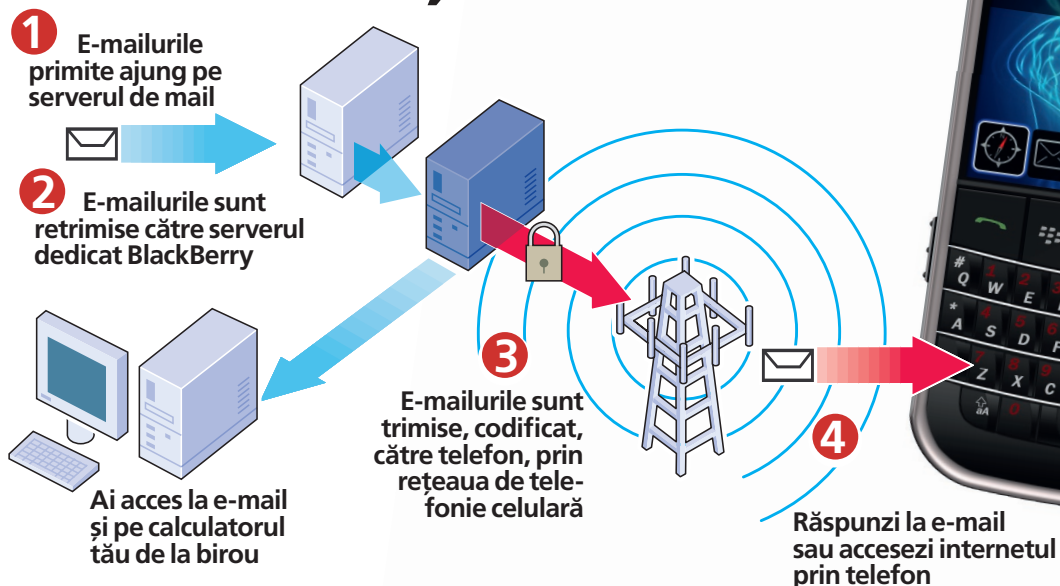
CINCI SEMNE CĂ EȘTI DEPENDENT DE BLACKBERRY

- 1.** Ți se întâmplă să-ți auzi telefonul vibrând, să-l scoți repede din buzunar și să-ți dai seama că... a fost doar imaginația ta. La fel de răspândite sunt și halucinațiile cu lumina roșie pulsând.
- 2.** Criteriul tău de apreciere a prietenilor este conexiunea lor cu tine pe BlackBerry Messenger (BBM). Pe principiu: „Suntem prieteni la cataramă, doar vorbim pe BBM”.
- 3.** Dacă bateria telefonului „moare”, te simți mai vulnerabil decât dacă ai sta dezbrăcat în mijlocul unei stații de autobuz.
- 4.** Când te dai jos din avion, primul impuls este să-ți verifici mesajele, nu să-ți înștiințezi familia că ești viu și nevătămat.
- 5.** Ți-a ieșit din minte faptul că „BlackBerry” este un fruct.

primit pe BlackBerry necesită răspuns obligatoriu în mai puțin de 45 de minute. O întârziere de o jumătate de oră, într-un weekend, s-a soldat cu o atenționare scrisă din partea șefului. „Timpul tău devine timpul companiei”, a înțeles Jorge. Prezența unui BlackBerry în buzunarul sacoului anulează orice delimitare între weekend și orice altă zi a săptămânii.

Jorge și compania la care lucrează sunt reprezentativi pentru ceea ce se întâmplă în majoritatea corporațiilor americane de la un anumit nivel ierarhic în sus. De la mari case de avocatură sau companii IT și până la bănci sau edituri, toți sunt prinși în „lanțul” BlackBerry. Dependența de puternicul telefon devine o problemă gravă când atingem capitolul „familie”. La sfârșitul lui 2008, site-ul MSN publica un amplu articol intitulat „Cum să trăiești cu un soț dependent de BlackBerry”. Soluțiile porneau de la stabilirea unor ore precise între care

CUM FUNCȚIONEAZĂ?





Alexandru Păiuș practică „rugăciunea BlackBerry“ de 100 de ori pe zi

să fie strict interzisă folosirea dispozitivului și ajungeau până la impunerea unui „ordin de restricție“ în dormitor sau în sufragerie împotriva aparatului botezat sugestiv „Rochelle“. De ce un nume feminin? Pentru că „BlackBerry a devenit cealaltă femeie din viața oricărui om de afaceri“, concluzionau americanii de la MSN. Ce altceva poate fi, când soțiile adorm și se trezesc în sunetul tastelor de telefon? Un adulter!

*** FĂRĂ REGULI.** Deși peste Ocean BlackBerry s-a transformat într-un adevărat cordon ombilical între companie și angajat, în corporațiile din România dispozitivul nu și-a scos încă la iveală „colții“. Cu toate că tot mai mulți manageri români au în buzunar un BlackBerry, în puține cazuri aparatul s-a transformat într-o extensie a sistemului nervos al companiei.

„Un smartphone trebuie să rămână un instrument care să te ajute, nu care să-ți dicteze, pas cu pas, viața“, crede galezul Phil Jones, CEO al Aviva Pensii România. Împreună cu boardul companiei, Jones, care folosește un BlackBerry de un an și jumătate, a decis ca treisprezece dintre directori să fie dotați la rândul lor cu un asemenea dispozitiv. Trei dintre aceștia au refuzat oferta și au preferat să rămână fideli telefoanelor pe care le aveau deja. „Nu impunem reguli, oamenii trebuie să-și dea seama singuri că vor putea comunica mai eficient cu BlackBerry“, spune Phil Jones. Managerul crede că, deși aparatul îți fură din timpul liber, îți și salvează mult timp. Pe aceeași lungime de undă se află și managerii din Raiffeisen Bank. Atât Steven C. van Groningen, președintele băncii, cât și echipa sa de manageri folosesc dispozitivele BlackBerry, dar nu le consideră nici pe departe esențiale pentru o comunicare eficientă. Corina Vasile, director de comunicare în cadrul instituției de credit, rezumă foarte concis modul în care bancherii se raportează la celebrul smartphone: „Tehnologia ne este de ajutor, dar nu telefonul ne fixează procedurile“. Prin urmare, nici vorbă de „regula celor 45 de minute“ pentru răspunsul la e-mailuri. Dispozitive care să stârnească

interes și entuziasm apar în fiecare zi, dar „orice flux are și un reflux“, consideră Corina Vasile, care anticipează un moment în care oamenii de business ar putea obose să se tot supună unui „șef“ electronic, cu ecran și butoane.

*** INTERCONECTARE PERMANENTĂ.** Dacă bancherii sau directorii executivi ai companiilor de pensii sunt conectați în permanență la tehnologie, nici avocații nu pot face notă discordantă. Nu mai puțin de 30 dintre avocații și salariații-cheie ai casei de avocatură „Țuca Zbârcea&Asociații“ folosesc dispozitive BlackBerry. Alina Pintică, director de Marketing&PR, recunoaște că ele dau dependență și tind să acapareze timpul liber. Totuși, „câți CEO cu responsabilități mari se pot lăuda că au concedii cu adevărat relaxante?“, se întreabă Alina. Chiar și așa, Florentin Țuca, Managing Partner al casei de avocatură, recunoaște că BlackBerry-ul este unul dintre instrumentele de afaceri care îl ajută cel mai mult în comunicarea zilnică, atât cu echipa cât și cu clienții. Și Wargha Enayati, fondator al Centrului Medical Unirea (CMU), este un devorator de BlackBerry, dar el dormea cu telefonul sub pernă înainte de a se apuca de afaceri. Încă din anii '90, când BlackBerry nu apăruse pe piață, cardiologul german de origine iraniană se aștepta oricând să fie chemat la o urgență medicală. În 1995 a deschis un mic cabinet de cardiologie și interne, destinat mai ales personalului diplomatic din București și apoi managerilor din multinaționale. Treptat, businessul a crescut, iar medicul avea nevoie de un telefon care să-i spună mai mult decât adresa unui pacient lovit de infarct. A descoperit telefoanele BlackBerry și a ajuns acum la al patrulea aparat de acest tip. „Nu mi-a plăcut niciodată să tot pornesc calculatorul pentru e-mail“, explică managerul.

*** TOT MAI PUTERNIC.** Este clar că dispozitivul prinde tot mai mult teren în rândul managerilor români. Nu a apucat însă să-și înfigă „colții“ până la rădăcină în inima corporațiilor autohtone la fel ca în SUA. La noi, telefonul nu este folosit la adevărata capacitate, întrucât majoritatea companiilor au ales, pentru început, să folosească varianta de bază a sistemului BlackBerry. Este vorba de un cont de internet și mesagerie (BlackBerry Internet



Wargha Enayati a schimbat, până acum, patru telefoane BlackBerry



Service) care poate fi accesat de pe un astfel de terminal. Pasul următor ar fi integrarea terminalelor BlackBerry în rețeaua de date a companiei cu ajutorul serverului dedicat BlackBerry Enterprise Server. Ar fi, însă, o investiție costisitoare care ar putea depăși 100.000 de euro.

Există manageri români care au intuit deja influența pe care o poate exercita asupra lor o asemenea „mașinărie”. Alexandru Păiuș, Senior Partner al companiei de Relații Publice Image Promotion, practică „rugăciunea BlackBerry” de aproape o sută de ori pe zi. A vrut să-i atragă în această comunitate și pe unii dintre angajații-cheie ai săi. Unul a refuzat: „Mi-a cerut timp de gândire, conștient că îi va fura mai mult din timpul său liber”, povestește

Alexandru Păiuș; altul a acceptat cu o condiție: să-și verifice mai rar mesaje în weekend.

Deși se ferește pe cât posibil de cuvântul „dependență”, un termen care caracterizează relația oamenilor de afaceri de peste Ocean cu dispozitivul BlackBerry, corporatiștii români se obișnuiesc încet, dar sigur, cu avantajele telefonului „smart” în viețile lor profesionale. Par să se țină, însă, mult mai tare pe poziție, păstrându-și cumpătul față de „mirajul” comunicării fără frontiere. Cu siguranță, comunicarea prin BlackBerry este un mod de viață. „Nu-ți dai seama cât de important a devenit pentru tine decât în ziua în care simți fiori reci la gândul că l-ai uitat acasă”, conchide resemnat Jorge Escamilla.



Larry David, creatorul filmului „Inamicul public numărul 1”, și regizorul Spike Lee, absorbiți de aparatele BlackBerry, în timpul unui meci de baschet



EFECTELE BLACKBERRY

» Medicii canadieni de la Centrul Medical Trillium din Mississauga, Ontario, avertizează că a apărut o boală a utilizatorilor de BlackBerry, numită informal „cotul telefonic”. Este o inflamație a cotului provocată de felul în care utilizatorii țin ore în șir telefonul mobil. În consecință, un SPA din Toronto a lansat un nou produs: masajul BlackBerry, destinat celor care suferă de... cotul telefonic. Tratatul costă 80 de dolari, dar pacienții trebuie să respecte o singură regulă: telefoanele să fie oprite timp de 30 de minute.

» Numele BlackBerry (mură, în limba engleză) a fost nascocit de o companie californiană de branding angajată de RIM, care a inventat și numele laptopului Powerbook al celor de la Apple. Inițial, unul dintre executivii companiei a observat că din cauza butoanelor, telefonul seamănă cu o căpsună și a propus numele Strawberry. Un lingvist al firmei s-a gândit că nu sună prea bine. Altcineva a sugerat BlackBerry și cei de la RIM au acceptat pe loc.

» Fondatoarea unei agenții newyorkeze de recrutare de personal și-a obligat angajații să utilizeze dispozitivele BlackBerry la întâlniri, pentru a nu mai „tăia” copaci prin folosirea agendelor de notițe. Intențiile bune au durat doar câteva zile, până când un client furios l-a sunat pe vicepreședintele companiei. Motivul: angajatul trimis la întâlnire petrecuse fix trei ore butonându-și încontinuu telefonul BlackBerry.

PUTERNIC ÎN CORPORAȚII, VULNERABIL LA PUBLICUL LARG

Soluția completă oferită de Research In Motion rămâne favorita managerilor de top pentru că extinde sediul central al unei companii în orice loc de pe glob, dar și pentru că oferă un control strict asupra oamenilor din subordine. Companiile mari au făcut investiții de sute de mii de euro pentru sistemele RIM, și nu au motive să renunțe prea curând la acest instrument. Dar pe măsură ce concurența oferă soluții de comunicare

tot mai ieftine și ușor de aplicat, sistemul BlackBerry riscă să rămână exclusiv un produs de vârf, cu o cotă de piață limitată. Cu alte cuvinte, un produs al „zeilor” din corporații, dar numai al lor.

Producătorul BlackBerry are o situație financiară bună, cu un profit brut de 44% din cifra de afaceri în trimestrul trei al acestui an, dar nu se poate culca pe o ureche. Cu trei ani în urmă, Research In Motion se lăuda cu un profit de 56%,

deși prețul aparatelor este același. Telefoanele sunt tot mai complexe și fabricarea lor este mai scumpă, iar competiția tot mai dură. Toți producătorii au dezvoltat aplicații care aduc automat mesajele e-mail la destinatar. Concurența a intrat astfel pe terenul celor de la Research In Motion. Dar cu un e-mail nu se face primăvară.

Dominația canadienilor în sectorul corporatist este departe de a fi amenințată, deoarece sistemul BlackBerry integrat în operațiunile zilnice ale corporației nu a fost încă egalat. De cealaltă parte a baricadei, majoritatea concurenților rezolvă nevoile de comunicare wireless prin aplicații punctuale și separate.

*** CRESC PRETENȚIILE.** Dacă domină zona corporatistă, BlackBerry este vulnerabil pe segmentul utilizatorilor individuali. Pe o piață a telefoanelor inteligente în creștere explozivă (plus 13% în trimestrul trei din 2009, față de doar 0,1% creștere a întregii piețe a telefoanelor mobile, potrivit companiei Gartner), oferta ieftină și practică a concurenței din segmentul smartphone nu poate fi neglijată. Explozia unor rețele sociale precum Facebook sau Twitter a mărit pretențiile clienților. Ei vor în același aparat și un instrument de navigare pe internet, sisteme GPS performante și aplicații de tot felul, dar ieftin, dacă se poate. Toate noile telefoane inteligente de pe piață (precum HTC sau iPhone) s-au născut cu aceste calități. Pe lângă asta, iPhone a venit cu factorul „cool” creat de design și probabil cel mai eficient ecran cu acționare tactilă. Cei de la Research In Motion au știut că soluția scumpă și complexă, care a funcționat în corporații (telefonul ca un calculator mobil), îi ține departe de clienții individuali, fascinați deja de aparate precum iPhone, care în trimestrul trei din 2009 și-a dublat cota de piață față de 2008.

Canadienii au ripostat prin lansarea unor noi modele, care să mulțumească diverși clienți. În total, Research In Motion vinde acum peste 20 de tipuri de BlackBerry, cu aptitudini diferite. De asemenea, compania a deschis un magazin online de aplicații, după ce a văzut succesul pe care l-a avut Apple cu un magazin similar. Pe internet există acum peste 3.000 de aplicații pentru BlackBerry. **F**



„DROGUL” BLACKBERRY

» O treime dintre utilizatorii de BlackBerry dau semne de dependență „similare cu cele întâlnite la persoanele care suferă de alcoolism”, potrivit unui studiu realizat de profesorii David Vance, de la Universitatea Rutgers-Camden, și Nada Nakabadse, de la Universitatea din Northampton, Marea Britanie.

» Două treimi dintre utilizatori își verifică e-mailurile și în timpul liber sau în vacanțe, iar asta duce, în timp, la încetinirea creierului, după cum a descoperit psihologul Glenn Wilson, de la King's College, Londra. Studiul arată că „stresul” primirii permanente de e-mailuri, mesaje text sau apeluri este o amenințare mai mare pentru puterea de concentrare a creierului și pentru coeficientul de inteligență decât consumul de cannabis. Soluția o dă doctorul Jared Block, care afirma în publicația The American Journal of Psychiatry că soluția ar fi să nu răspunzi chiar la orice e-mail, imediat ce îl primești.

SURSĂ: FORBES.COM



BLACKBERRY ÎN CIFRE

- » Primul telefon BlackBerry a apărut pe piață în 2002, produs de compania canadiană Research In Motion.
- » În ultimii zece ani, RIM a vândut peste 65 de milioane de telefoane mobile, unui număr de peste 28,5 milioane de abonați, măbindu-și, în același timp, capitalizarea bursieră de la 96 de milioane de dolari la 42 de miliarde de dolari.
- » Fondatorii companiei, Jim Balsillie și Mike Lazaridis, dețin câte o „felie” de 6% din acțiuni, reprezentând aproximativ 2,5 miliarde de dolari.
- » Pe piața globală a telefoanelor mobile, segmentul smartphone are cea mai rapidă creștere: plus 13% în al treilea trimestru din 2009, față de aceeași perioadă a anului trecut. Vânzările totale de telefoane mobile au crescut doar cu 0,1% față de același interval din 2008, potrivit companiei americane de cercetare și consultanță Gartner.
- » În al treilea trimestru din 2009 s-au vândut în toată lumea 43,3 milioane de telefoane inteligente, cu 1,4 milioane mai multe decât în al doilea trimestru din 2009, potrivit International Data Corporation.

SCHIMBĂRI ÎN IERARHIA TELEFOANELOR INTELIGENTE

În trimestrul III din 2009, Research In Motion se află la maximul istoric al cotei sale de piață, Apple este în al doilea an de creștere spectaculoasă iar liderul pieței, Nokia, continuă să scadă.

