

## 90 percent užívateľov širokopásmového pripojenia v Európe chce štandard „Connected Life“

Nový prieskum spoločnosti Cisco poukázal na dopyt po flexibilnom prístupe k digitálnemu mediálnemu obsahu

Bratislava, 21. januára 2008 – Podľa najnovšieho prieskumu divízie Internet Business Solutions Group (IBSG) spoločnosti Cisco, majú užívatelia širokopásmového pripojenia v západnej Európe vyšší záujem o tzv. „[Connected Life](#)“ štandard než užívatelia v USA <sup>[1]</sup> a mnohí sú zároveň ochotní platiť za hodnotu, ktorú touto službou získajú. 90 percent užívateľov širokopásmového pripojenia v Európe vyjadrilo záujem o službu štandardu Connected Life – prístup k domácomu digitálnemu mediálnemu obsahu kdekoľvek a kedykoľvek, zatiaľ čo v USA to bolo len 77 percent. Aj keď 42 percent je ochotných za jednoduchý prístup a správu digitálneho mediálneho obsahu zaplatiť 3,5 Euro mesačne, zatiaľ majú stále problém nájsť správne riešenie, ktoré by bolo jednoduché, rýchlo inštalovateľné a vysoko spoľahlivé.

Vyplýva to zo zistení zákaznickej štúdie pre západnú Európu divízie IBSG spoločnosti Cisco. V rámci štúdie bola vybraná hypotetická služba ako súčasť širšej ponuky štandardu Connected Life, na ktorú vyslovilo svoj názor 1500 užívateľov širokopásmového pripojenia z Francúzska, Nemecka, Talianska, Španielska a Veľkej Británie. Služba štandardu Connected Life by umožňovala ukladanie, správu a využívanie domáceho digitálneho mediálneho obsahu prostredníctvom akéhokoľvek zariadenia, kdekoľvek a kedykoľvek. Navrhovaný domáci mediálny obsah zahŕňa televíziu, film, kalendár, adresár, digitálny fotoalbum, video a hudbu.

O koncepte všadeprítomného pripojenia sa diskutuje už viac než desaťročie a táto štúdia demonštruje dopad technológie, ktorá za toto obdobie zmenila správanie sa zákazníkov a pripravila trh na dnešnú situáciu. Nielenže 90 percent užívateľov širokopásmového pripojenia technológiu s obľubou využíva a investuje do zariadení ako mobilné telefóny, osobné počítače alebo MP3 prehrávače, ale 43 percent navyše uvádza, že im technológia umožňuje žiť súčasný životný štýl a 52 percent je presvedčených, že sú vďaka technológiám produktívnejší a organizovanejší.

Keďže respondenti štúdie trávajú viac než 4 hodiny denne v pohybe, mimo kancelárie alebo domu, vysoko oceňujú možnosť komunikácie, využívania digitálnej formy zábavy a prístupu k elektronicky uloženým informáciám. Pre 56 percent opýtaných je najdôležitejšia kolaborácia kdekoľvek a kedykoľvek, z čoho vyplýva, že chcú byť neustále spojení s rodinou a priateľmi. 78 percent respondentov si kontroluje svoje e-mail konto zakaždým a všade kde je to možné.

„Je zrejmé, že u Európanov sa mení spôsob ich života a zábavy. Ako pracovné nástroje používajú laptopy, vreckové počítače a mobilné telefóny, počúvajú hudbu z MP3 prehrávačov, využívajú bezdrôtové pripojenie,“ povedal Simon Aspinall, výkonný riaditeľ pre Cisco IBSG. „Európania zároveň tieto pokročilé technológie a nové mediálne aplikácie prijímajú rýchlejšie než spotrebiteľia v USA. Web 2.0 dnes poskytuje ešte otvorenejšie a kolaboratívnejšie technológie a dopyt európskych zákazníkov po prelomových riešeniach pripojenia už dosiahol kritickú úroveň.“

Podľa prieskumu sa koncoví užívatelia pri získavaní videa pre zábavu čoraz viac spoliehajú na internet. Priemerný užívateľ širokopásmového pripojenia zo západnej Európy v dnešnej dobe za internetom trávi v priemere 21 hodín týždenne, zatiaľ čo sledovaním televízie strávi len 11 hodín týždenne. Za posledný mesiac si stiahlo alebo pozrelo video z internetu 69 percent zúčastnených. Aj keď je dnes ešte stále sledovanie videa domácou záležitosťou aj v prípade, ak ide o video na internete, štúdia poukazuje na narastajúce využívanie mobilného videa. 12 percent užívateľov širokopásmového pripojenia sleduje televíziu alebo video vždy a všade kde

je to možné a 23 percent respondentov zvolilo video ako obsah, ku ktorému chcú najviac mať prístup aj mimo domu.

„Sme presvedčení o tom, že dôležitosť videa bude rásť a ľudia budú prichádzať s novými spôsobmi jeho využitia, editovania, či dokonca interakcie a kolaborácie s ním. Keďže sa už v praxi všetok obsah stáva dostupným a ovládateľným prostredníctvom viacerých sieťových zariadení, užívatelia budú zároveň očakávať aj riešenie plnohodnotného pripojenia, v ktorom bude všetko komunikovať so všetkým. Na tento zdokonalený spôsob distribúcie, sledovania a využívania videa sú zákazníci pripravení,“ uviedol Scott Puopolo, viceprezident a riaditeľ divízie Cisco IBSG.

Štúdia poskytuje aj obraz o súčasnom prístupe k technológiám a životnom štýle užívateľov širokopásmového pripojenia v západnej Európe:

- Väčšina je ochotná akceptovať reklamu ako cenu za služby štandardu Connected Life. Pri použití rôznych modelov stanovenia ceny založených na poplatkoch alebo reklame viac než 70 percent záujemcov uviedlo, že by ako spôsob zníženia mesačných nákladov prijali reklamu ako súčasť predplatennej služby.
- 32 percent zúčastnených zdieľa obrázky alebo video zo svojich mobilných telefónov, 27 percent využíva prístup na internet prostredníctvom mobilného telefónu, 41 percent počúva online hudbu a 32 percent píše blogy alebo vytvára obsah na stránkach online komunít.

Bližšie informácie o štandarde Connected Life nájdete na [Cisco IBSG](#). Komplexné informácie o jeho schopnostiach, názoroch naň a inovatívnych nápadoch zákazníkov získate na stránkach [Cisco ExecNet](#), [Connected Home](#) a [Cisco Connected Life Contest results](#).

[1] – Na základe štúdie Cisco IBSG Connected Consumer pre USA z decembra 2006 a štúdie Cisco IBSG Connected Consumer pre západnú Európu z júla 2007.

## O spoločnosti Cisco Systems

Spoločnosť Cisco (NASDAQ: CSCO) je celosvetovým lídrom v oblasti sieťových riešení, ktoré menia spôsob, akým sa ľudia spájajú, komunikujú a spolupracujú. Informácie o spoločnosti nájdete na stránke <http://www.cisco.com>. Najnovšie správy nájdete na adrese <http://newsroom.cisco.com>. Zariadenia Cisco v Európe dodáva Cisco Systems International BV, stopercentne vlastnená pobočka Cisco Systems, Inc.

###

Cisco, Cisco Systems, a logo Cisco Systems sú registrovanými obchodnými značkami alebo značkami Cisco Systems, Inc. a/alebo jej pridružených spoločností v Spojených štátoch amerických a v niektorých ďalších krajinách. Všetky ostatné obchodné značky spomínané v tejto správe sú vo vlastníctve príslušných vlastníkov. Používanie slova partner neimplikuje partnerský vzťah medzi spoločnosťou Cisco a akoukoľvek ďalšou firmou. Tento dokument je verejnou informáciou spoločnosti Cisco.