

FreecoNet-owy przepis na telekomunikację 2.0

Rynek telefonii internetowej w Polsce to arena zaciekle konkurujących ze sobą operatorów VoIP. Często są to podmioty o ugruntowanej już pozycji, za którymi stoją popularność i pozytywna opinia klientów. Zdobycie kawałka tortu w tym rynku mogło zapewnić jedynie pojawienie się nieszablonowego rozwiązania o dużym potencjale.

tekst: Krzysztof Rupa, specjalista ds. PR, PR Solutions

W połowie września 2006 r. współtwórca i założyciel komunikatora Skype Niklas Zennström wieszczął podczas prasowego spotkania, że za 10 lat wszystkie rozmowy telefoniczne będą za darmo, bez względu na to, czy rozmawiamy przez komputer czy przez telefon. To, co według przed-

stawiciela Skype'a miało być osiągalne za dekadę, stało się faktem już kilka dni po tej wypowiedzi. 18 września 2006 r. podczas konferencji prasowej poinformowano o debiucie platformy VoIP – FreecoNet, zapewniającej darmowe połączenia telefoniczne pomiędzy różnymi operatorami telefonicznymi.

To wypowiedź współtwórcy Skype'a stała się pretekstem do zainteresowania dziennikarzy nowym rozwiązaniem i pokazania im wyjątkowości FreecoNet. Nawiązując do niej, zaznaczono na zaproszeniu dla dziennikarzy, że za darmo będzie można rozmawiać już od poniedziałku, a nie dopiero za 10 lat. Potem było jednak już zdecydowanie konkretniej.

Ze względu na spore zaawansowanie technologiczne FreecoNet, zarówno na samej konferencji, jak i w późniejszych działaniach komunikacyjnych, trzeba było tłumaczyć, czym różni się to rozwiązanie od innych operatorów VoIP. Akcentowano w tym celu dwie jego najważniejsze cechy: darmowość rozmów prowadzonych pomiędzy abonentami różnych operatorów oraz właśnie fakt, że FreecoNet nie jest kolejnym operatorem VoIP, lecz integratorem wielu rozwiązań telekomunikacyjnych. Poprzez zarejestrowanie się w jednym miejscu – we FreecoNet – otrzymujemy jednocześnie dostęp do oferty wszystkich usługodawców VoIP. Na podstawie tych dwóch wyróżników platformy budowano komunikaty prasowe obrazujące rozwój FreecoNet (przykładowe tytuły: „7 operatorów VoIP we FreecoNet”, „OpenSER tworzy moduł dla FreecoNet”, „Grupa Betamax we FreecoNet”).

Aby pokazać ponadprzeciętność i wyjątkowość platformy, FreecoNet stawał do konkursów nagradzających za najbardziej innowacyjne rozwiązania. Dzięki temu już czterokrotnie potwierdził swoją innowacyjność, zdobywając kolejno nagrody: „Pomorski Lider Innowacji 2006”, „Nadzieja Roku 2007”, „Innowacja Roku 2007” oraz „Pomorski Lider Innowacji 2007”. O wszystkich wyróżnieniach informowano w prasie i serwisach telekomunikacyjnych i regionalnych, by budować wizerunek FreecoNet i jej twórcy – Datera SA, jako podmiotów o potencjale rokującym duży sukces.

Telekomy biją się o połączenia

Kiedy FreecoNet zaczął już działać, można było korzystać tylko z międzyoperatorskiego roamingu, natomiast usługa TelArena była w fazie tworzenia. Przedstawiciele FreecoNet spotykali się osobiście z reprezentantami największych operatorów alternatywnych, by przekonać ich do zaangażowania się w projekt. Te działania doprowadziły do pojawienia się na TelArenie pięciu wiodących operatorów, którymi są obecnie: Crowley, Deutsche Telekom, EuroTelekom, GTS Energis i Netia. Dla nich uczestnictwo we FreecoNet to dostęp do klientów, do których w inny sposób nie



mogli dotrzeć z powodu braku wystarczającej infrastruktury telekomunikacyjnej na terenie całego kraju. Ten problem – tzw. ostatniej mili – FreecoNet właśnie rozwiązuje. Wystarczy tylko, że użytkownik ma dostęp do internetu i za pośrednictwem FreecoNet może korzystać z usług innych operatorów.

Uruchomienie TelAreny, integralnej dla platformy usługi, ogłoszono w pół roku od rozpoczęcia działalności FreecoNet. Dzięki TelArenie użytkownicy FreecoNet dzwoniący na numer spoza platformy mogą swoje połączenia realizować przez rywalizujących ze sobą operatorów TelAreny. Na samym początku na TelArenie ►►

► pojawiło się trzech niezależnych operatorów: EuroTelekom, GTS Energis i Netia, natomiast w kolejnych miesiącach dołączyło jeszcze dwóch: Crowley i Deutsche Telekom. Tym ważnym dla FreecoNet wydarzeniom towarzyszyły komunikaty prasowe, w których podkreślano istotę rozwiązania – idealną konkurencję na rynku telekomunikacyjnym. Ziściło się wówczas marzenie wielu, by o każde połączenie walczyli operatorzy, przełamując w ten sposób monopol telekomunikacyjnego molocha.

Te wszystkie wydarzenia na TelArenie, a także zmiany w cenniku opłat za połączenia telefoniczne, okresowe promocje czy statystyki popularności poszczególnych operatorów TelAreny były konsekwentnie komunikowane i szeroko prezentowane, przede wszystkim przez serwisy poświęcone tematyce telekomunikacyjnej (np. „Najlepsi niezależni operatorzy na TelArenie”, „Nowe pule numeracyjne od GTS Energis”, „TelArena po dwóch miesiącach zmagania”, „Deutsche Telekom wkracza na TelArenę”). Odwoływano się w nich do emocji czytelników i pokazywano realną korzyść – że po czasach monopolu można nareszcie mówić o idealnej konkurencji w postaci walki operatorów, którzy dzięki FreecoNet

rywalizują na TelArenie o każde nasze połączenie telefoniczne.

VoIP 2.0

Od początków istnienia FreecoNet jego twórcy zakładali, że projekt ten będzie miał charakter społecznościowy i to założenie realizowane jest po dziś dzień jako bardzo ważny element budowy i umacniania wizerunku platformy. Zespół FreecoNet stworzył i upowszechnił pojęcie VoIP 2.0, inicjując wiele społecznościowych akcji.

Zaraz po powstaniu FreecoNet ogłoszono konkurs „Wypijmy za błędy”, dedykowany komputerowym hakerom. Założenia konkursu były proste: haker miał znaleźć lukę w systemie platformy FreecoNet, próbując się do niej włamać. Nagradzana była pierwsza osoba, która znalazła dany błąd i poinformowała o tym zespół FreecoNet. Natomiast zainteresowani posiadający wiedzę o VoIP, ale nie zajmujący się hackingiem, mogli testować usługi FreecoNet i wyłapywać ewentualne błędy w procesie realizacji usług telekomunikacyjnych oraz w samym panelu platformy FreecoNet. Tymi działaniami osiągnięto dwa cele: upewniono się, że system FreecoNet jest stuprocentowo bezbłędny oraz rozpropagowano samą

ideę platformy przez poszerzenie społeczności FreecoNet o nową grupę użytkowników.

W następnym kroku swoją ideę społecznościową FreecoNet rozszerzył o kolejną grupę użytkowników – instalatorów VoIP. Konfiguracja urządzenia VoIP nie zawsze kończy się sukcesem dla zainteresowanych użytkowników, którzy często nie mają czasu, by zgłębiać tajniki prawidłowego skonfigurowania np. bramki VoIP (problemy te często są niezależne od FreecoNet, bo np. związane z kwestiami konfiguracji dostępu do internetu użytkownika). Mając to na uwadze, FreecoNet postanowił zaktywizować te osoby i firmy, które posiadają wiedzę o telefonii internetowej, znają platformę FreecoNet, a także potrafią konfigurować urządzenia VoIP. To pozwoliło zbudować społeczność instalatorów z całej Polski, którzy za niewielką opłatą są gotowi pomóc w konfiguracji urządzenia VoIP do działania we FreecoNet.

Nim zaktywizowano społeczność hakerów i instalatorów, zaczęło funkcjonować inne ważne społecznościowe narzędzie platformy FreecoNet. Jest nim forum internetowe jako miejsce wymiany poglądów i inicjowania nowych pomysłów na rozwój FreecoNet. Można tam uzyskać ►

» m.in. pomoc w konfiguracji urządzeń, czy też dowiedzieć się o nowościach we FreecoNet i planowanych rozwiązaniach. Innym projektem integrującym nie tylko użytkowników FreecoNet, ale też znających technologię VoIP, jest VoIPedia.pl – pierwsza polska encyklopedia wiedzy o VoIP. Jest ona ciągle rozbudowywana i ma zawierać podstawowe informacje o VoIP dla początkujących użytkowników telefonii internetowej oraz sporo informacji dla osób, które poszukują bardziej zaawansowanej wiedzy o technologii VoIP, kierunkach jej rozwoju, nowych zastosowaniach i możliwościach. W dobie rosnącej wciąż popularności blogów internetowych również FreecoNet postanowił pisać własnego bloga. Jest to kolejne narzędzie twórców platformy, które ma służyć zbudowaniu społeczności wokół VoIP. Blog FreecoNet jest miejscem prezentowania najświeższych komentarzy, relacji, nowości i innowacji w obszarze VoIP.

Pod koniec 2007 roku FreecoNet zainicjował powstanie kolejnej społeczności VoIP 2.0 – tym razem programistów. Dynamiczny rozwój platformy FreecoNet zaowocował wprowadzeniem do oferty pakietu usług dodanych z zastosowaniem syntezy mowy (m.in. IVR, CallCenter,

Klient: Datera SA
Marka: FreecoNet
Agencja: PR Solutions
Kampania: Wprowadzenie na rynek w Polsce FreecoNet – platformy VoIP umożliwiającej darmowe rozmowy pomiędzy zarejestrowanymi numerami, bez względu na to, od jakiego operatora pochodzą te numery. Na numery niezarejestrowane można dzwonić przez TelArenę (moduł FreecoNet), gdzie o każde połączenie walczą operatorzy i zawsze wygrywa najtańszy.

Czas trwania: 09/2006 – 12/2007

Grupy docelowe:

- ▶ użytkownicy indywidualni,
- ▶ firmy,
- ▶ operatorzy telekomunikacyjni.

Cele komunikacyjne:

- ▶ poinformowanie o powstaniu FreecoNet,
- ▶ pokazanie cech odróżniających FreecoNet od operatorów telekomunikacyjnych (darmowe połączenia między abonentami różnych operatorów, TelArena – walka operatorów o każde połączenie użytkowników FreecoNet na numery spoza platformy),
- ▶ przekonanie operatorów telekomunikacyjnych do wejścia na TelArenę,
- ▶ budowanie społeczności wokół FreecoNet (prezentowanie platformy jako rozwiązania społecznościowego).

Mix komunikacyjny:

- ▶ relacje z mediami,
- ▶ akcje BTL,
- ▶ narzędzia społecznościowe (newsletter, blog, forum, VoIPedia.pl),
- ▶ reklama w internecie (wyszukiwarki internetowe).

Aplikacja), dedykowanych głównie dla klienta biznesowego. Wdrożenie przez firmę czy instytucję większości tych rozwiązań może być przeprowadzone samodzielnie, ale np. usługa „Aplikacja” niesie ze sobą konieczność integracji z systemem klienta przez programistów, których małe podmioty najczęściej nie zatrudniają. Z tego powodu FreecoNet postanowił skupić wokół siebie osoby z zacięciem programistycznym z róż-

nych regionów Polski, które wszystkim zainteresowanym pomogą wdrożyć nowe rozwiązania FreecoNet. Dla społeczności programistów przeznaczono specjalne miejsce na forum FreecoNet, gdzie mogą prezentować swoją ofertę, a także niezbędne instrukcje do konfiguracji usług. Pierwszy rok rozwoju FreecoNet zakończył się zbudowaniem bazy klientów, która z końcem 2007 roku osiągnęła poziom ok. 10 tys. zarejestrowanych kont. ■