

iPad som arbetsverktyg

TRUSKA MURAD
och MARTIN WEIGER



**KTH Datavetenskap
och kommunikation**

iPad som arbetsverktyg

TRUSKA MURAD
och MARTIN WEIGER

Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng
vid Programmet för medieteknik
Kungliga Tekniska Högskolan år 2011
Handledare på CSC var Pernilla Josefsson
Examinator var Johan Stenberg

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2011/
murad_truska_OCH_weiger_martin_K11029.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2011/murad_truska_OCH_weiger_martin_K11029.pdf)

Kungliga tekniska högskolan
Skolan för datavetenskap och kommunikation

KTH CSC
100 44 Stockholm

URL: www.kth.se/csc

iPad som arbetsverktyg

Sammanfattning

Under 2010 lanserades iPad och såldes i 14,8 miljoner exemplar vilket var 84,1% av den globala marknaden för surfplattor detta år. Det faktum att iPad spreds väldigt snabbt väckte en hel del frågor om formatet och dess potentiella användningsområden.

I detta examensarbete undersöker vi hur iPad kan användas som arbetsverktyg. Vilka krav ställs på iPad som arbetsverktyg och vilka attityder finns till iPad i arbetet? Genom att intervjua anställda inom en bransch som implementerat iPad i arbetet, har vi tittat närmare på vilken roll iPad spelar.

Resultaten av vår undersökning visar att det finns både positiva och negativa åsikter kring iPad som arbetsverktyg. Om man använder iPad i rätt syfte, vid rätt tillfälle, har det visat sig att den tillför något positivt i arbetet, genom att bl.a. kunna erbjuda kunden bättre support vid olika kundmöten.

iPad as a work tool

Abstract

iPad was launched during 2010 and sold over 14,8 million copies, which was 84,1% of the global market for tablets this year. The fact that iPad spread very rapidly raised a lot of questions about its format and its potential areas of application.

In this thesis we are researching how iPad can be used as a work tool. What demands are asked of the iPad as a work tool and what attitudes exist regarding iPad at work? By interviewing employees within a line of work that has implemented iPad, we have looked closer at what role iPad is playing.

The results of our survey show that there are both positive and negative opinions regarding iPad as a work tool. If you use iPad for the right purpose, at the right time, it's been proven that it can add something positive at work, for example to be able to provide the customer with better support at different client meetings.

Förord

Med detta examensarbete avslutar vi vår högskoleingenjörsutbildning i Medieteknik på Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm.

Vi vill tack Anna Svanholm, Ida Källmyr, Fredrik Wikström, Sofia Tjernberg, Urban Flynnner och övriga vi kommit i kontakt med på SkandiaMäklarna som ställt upp på intervjuer och bidragit med övrigt stöd.

Truska Murad
Martin Weiger
Maj, 2011

Innehållsförteckning

| | |
|--|----|
| 1. Inledning | 1 |
| 1.1 Bakgrund | 1 |
| 1.2 Syfte och målsättning | 1 |
| 1.3 Problemformulering | 2 |
| 1.4 Avgränsningar | 2 |
| 1.4.1 Val av surfplatta | 2 |
| 1.4.2 Val av målgrupp | 2 |
| 2. Teori | 4 |
| 2.1 Definition av surfplatta | 4 |
| 2.2 Surfplattans historia | 4 |
| 2.3 Dagens surfplattor | 4 |
| 2.4 iPad (första generationen) | 5 |
| 2.5 Surfplattans operativsystem | 6 |
| 2.5.1 Apple iOS | 7 |
| 2.5.2 Android | 8 |
| 2.5.3 Windows 7 | 8 |
| 2.6 Mobila applikationer | 8 |
| 2.6.1 SKM Intag – SkandiaMäklarnas interna applikation | 9 |
| 2.7 App Store | 10 |
| 2.8 Android Market | 11 |
| 2.9 HTML5 vs Flash | 11 |
| 3. Metod | 13 |
| 3.1 Litteraturstudie | 13 |
| 3.2 Val av metod | 13 |
| 3.3 Intervjuer | 13 |
| 3.3.1 Telefonintervju | 14 |
| 3.3.2 Syfte med intervjuer | 14 |
| 3.3.3 Tillvägagångssätt | 15 |
| 3.4 Reliabilitet och validitet | 16 |
| 4. Resultat | 17 |
| 4.1 Intervjuer | 17 |
| 4.1.1 Intervju med Fredrik Wikström, SkandiaMäklarna | 17 |
| 4.1.2 Intervju med anonym mäklare #1, SkandiaMäklarna | 18 |
| 4.1.3 Intervju med Urban Flynnner, SkandiaMäklarna | 19 |
| 4.1.4 Intervju med Anna Svanholm, SkandiaMäklarna | 20 |

| | |
|---|----|
| 4.1.5 Intervju med Sofia Tjernberg, SkandiaMäklarna | 21 |
| 4.1.6 Intervju med Ida Källmyr, SkandiaMäklarna | 21 |
| 5. Analys och diskussion | 23 |
| 6. Slutsats | 25 |
| 6.1 Förslag på fortsatt arbete | 26 |
| 7. Litteraturförteckning | 27 |
| 7.1 Böcker | 27 |
| 7.2 Internet | 27 |
| 7.3 Intervjuer | 29 |
| 7.4 Figurer | 29 |
| Bilaga 1 | 30 |
| Bilaga 2 | 31 |

1. Inledning

Inledningen innehåller en kort bakgrund till vår undersökning. Här redogör vi även för vårt syfte, problemformulering samt går igenom målgruppen och de avgränsningar vi valt att göra.

1.1 Bakgrund

Tablet personal computer, som vi i detta examensarbete kallar surfplatta, använder sig av en pekskärm som sitt primära inmatningsverktyg. Denna teknik introducerades redan på 1950-talet i USA för att läsa in handskrift i realtid. (Ward, 2011) Sedan dess har tekniken tagit enorma framsteg och därför har också surfplattan förändrats och utvecklats. I och med dessa tekniska framsteg har också de potentiella användningsområdena för surfplattan utvidgats och vi kan idag bara gissa oss till vad den kan användas till i framtiden.

Surfplattan har funnits på konsumentmarknaden sedan mitten av 1980-talet och har sedan dess lanserats i en rad olika utformningar av olika företag. (Ward, 2011) Det är dock inte förrän lanseringen av iPad i april 2010 i USA som surfplattan fått någon större genomslagskraft. Under 2010 såldes 17,4 miljoner surfplattor världen runt och av dessa stod iPad för 14,8 miljoner. (IDG, 2011) Det betyder med andra ord att iPad stod för 84,1% av det totala globala antalet sålda surfplattor år 2010. En undersökning som Sifo gjort på uppdrag av Tidningsutgivarna i början av 2011 visar att 171 000 svenskar redan hade köpt en iPad och att 307 000 planerade att köpa en. (Tidningsutgivarna, 2011)

Den snabba spridningen av iPad väcker en hel del intressanta frågetecken kring surfplattan som format. Vi är intresserade av att titta närmare på användningsområden för surfplattan och i vårt fall iPad. I och med att iPad är så pass ny på marknaden tror vi att dess användningsområden säkert kommer skifta i takt med att tekniken utvecklas och förbättras.

1.2 Syfte och målsättning

Syftet med detta examensarbete är att undersöka iPad som arbetsverktyg. Vår undersökning söker att finna svar på vilka krav som ställs på iPad i förhållande till yrkesrollen. Vi vill även titta närmare på attityder kring iPad som arbetsverktyg och undersöka om iPad har ersatt andra arbetsverktyg och i så fall i vilken utsträckning.

Målsättningen är att genom vår undersökning se hur denna kravbild ser ut och samtidigt komma fram till var iPad har spelat en positiv eller negativ roll som arbetsverktyg. Förhoppningsvis ska vi kunna identifiera ett eller flera användningsområden där den bidragit till att förbättra arbetet. Detta kan vara av stort intresse för företag där dessa användningsområden finns representerade. Resultaten hoppas vi också ska kunna ge en fingervisning av vart användningsområdena för surfplattan är på väg då den används som ett verktyg i arbetet.

1.3 Problemformulering

Utifrån syftet och målsättningarna för vårt examensarbete har vi utformat följande huvudfråga:

Hur ser kravbilden ut på iPad som arbetsverktyg för mäklare?

Underfrågor:

Vilka attityder finns till iPad som arbetsverktyg?

Vilka för- och nackdelar finns med iPad som arbetsverktyg?

1.4 Avgränsningar

1.4.1 Val av surfplatta

Den första avgränsningen vi har valt att göra i vår undersökning är att endast fokusera på surfplattan iPad istället för att titta på surfplattor generellt. De andra surfplattor som finns på marknaden är förstas också av intresse, men vi har valt att inte ta med dessa i vår undersökning med tanke på att funktioner och utformning på dessa skiljer sig åt och därmed också de potentiella arbetsområdena. Vi kommer dock att belysa alternativen till iPad eftersom de i hög grad påverkar varandra inom marknaden för surfplattor.

I skrivande stund har även den andra generationen av iPad lanserats, men vi kommer inte att ta hänsyn till denna version i vårt arbete och refererar endast till den första generationen av iPad. Anledningen till denna avgränsning är att vår urvalsgrupp inte har implementerat den andra generationen av iPad i arbetet och vi anser därför att det inte är av vikt att ta upp denna modell av iPad i vår undersökning.

Allt fler företag försöker just nu ta sig in på marknaden för surfplattor genom att tillverka och lansera sina egna versioner av surfplattor som allt mer liknar iPad, både i form och i funktion. Dessa surfplattor är väldigt intressanta och kommer säkert att tillsammans med iPad bana vägen för hur surfplattan kommer att användas i framtiden, både på arbetsplatsen och i hemmet. Vi tror dock att underlaget för att hitta en urvalsgrupp som använder sig av en specifik modell i arbetet skulle vara svårt att finna med hänsyn till vår avsatta tid och resurser, vilket är ytterligare en anledning till varför vi valt att utesluta dessa.

1.4.2 Val av målgrupp

I Sverige väljer allt fler företag att skapa applikationer till iPad för att ge sina kunder en alternativ kanal att nå deras tjänster. SkandiaMäklarna är ett av de företag som skapat en sådan applikation. Det som är intressant för oss är att SkandiaMäklarna även valt att skapa en intern applikation och distribuera minst en iPad till alla sina kontor för att ge alla sina medarbetare möjligheten att kunna använda iPad i arbetet. Vi har därför valt att undersöka denna yrkesgrupp, specifikt mäklarna, och se hur de använder iPad i arbetet.

SkandiaMäklarna är ett av Sveriges största mäklarfirmor med ca 400 anställda på ca 75 olika kontor. (SkandiaMäklarna, 2011) Företaget förmedlar olika former av privatboende t.ex. bostadsrätter, villor och fritidshus, men även kommersiella fastigheter så som gårdar och lantbruk. Deras affärsidé är att erbjuda säljare och köpare

kvalitativa tjänster för en framgångsrik fastighetsaffär. Visionen är att vara Sveriges mest framgångsrika fastighetsmäklare och deras strategi för att nå dit är att kombinera marknadsexpansion med konceptutveckling och ett breddat tjänsteutbud. (SkandiaMäklarna, 2011)

2. Teori

I detta kapitel beskrivs och definieras surfplattan. Vi kommer att fokusera på surfplattan iPad, men även beröra andra alternativ för att ge en överblick av dagens marknad för surfplattor. Detta är viktigt eftersom utveckling av mobila applikationer till iPad till viss del påverkas av dess konkurrenter.

2.1 Definition av surfplatta

Surfplatta är en svensk översättning av den engelska termen tablet personal computer eller media tablet. I vårt arbete kommer vi att låna delar av IDC:s definition av media tablet som vår definition av den svenska termen surfplatta. (Nagamine, 2011) Vår definition lyder: Surfplatta är en bärbar dator som har en platt utformning, en färgdisplay som är över 5 tum och mindre än 14 tum, använder pekskärm som sitt primära inmatningsverktyg, körs med hjälp av ett mobilt operativsystem (som t.ex. Apple iOS och Google Android OS) eller andra operativsystem som har stöd för pekskärm (t.ex. Windows 7) och kan koppla upp sig trådlöst till internet.

2.2 Surfplattans historia

En av de första datorerna som använde ett pekverktyg för inmatning var the RAND tablet som introducerades på 1960-talet. (IGN, 2010) Denna dator liknar inte alls vad vi idag kallar för surfplatta, men vid ungefär samma tidpunkt skapades det första konceptet av dagens surfplatta, nämligen Dynabook. Sedan dess har flera företag, däribland både Microsoft och Apple, gjort flera försök att introducera modernare versioner av surfplattan utan att lyckas. 1991 introducerade Apple sin surfplatta the Newton utan framgång. 2001 visade Microsofts grundare Bill Gates upp en prototyp av the Microsoft Tablet PC som året därpå lanserades, även den utan någon större framgång.

2.3 Dagens surfplattor

Idag finns det en rad olika surfplattor i olika storlekar och utformningar. Det som skiljer dem mest åt är deras hård och mjukvara. Olika företag satsar idag främst på tre olika operativsystem till sina surfplattor, nämligen Apple iOS, Android och Windows 7. Surfplattorna som kör Windows 7 är väldigt nära gränsen till en bärbar dator, speciellt om man kopplar in ett fysiskt tangentbord. På andra sidan står surfplattorna som är baserade på Apple iOS och Android som i kontrast är mer lika smarta mobiltelefoner eftersom dessa operativsystem först var tänkta att användas på just smarta mobiltelefoner. Enkelheten med Apple iOS, både för användaren och utvecklaren, tycks än så länge vara ett vinnande koncept då iPad har sålt långt mer än sina konkurrenter.

Alternativen till iPad ser ut att bli fler och fler. Några exempel på surfplattor som kör Android är HTC Flyer, LG G-Slate, Motorola Xoom, Samsung GalaxyTab och en ännu ej namngiven Toshiba surfplatta. (Media, 2011) På Windows 7 sidan återfinns modeller som AsusEee Ep121, Lenovo U1 Hybrid, LenovoIdeaPad, Viliv X70 och Samsung Sliding Pc 7. Dessa olika alternativ är i många fall tekniskt överlägsna iPad, men p.g.a. att de alla skiljer sig åt är det idag mer komplicerat att utveckla mjukvara till dessa

apparater. Det faktum att iPad är fast, både i sin form och i sin mjukvara, gör det möjligt att utveckla applikationer till en betydligt lägre kostnad än t.ex. Android applikationer där man måste ta hänsyn till fler variabler.

2.4 iPad (första generationen)

iPad är enligt Steve Jobs, en av Apples grundare, en maskin som inledningsvis kanske kommer finna sin plats någonstans mellan den bärbara datorn och den smarta mobiltelefonen. Apple definierar iPad som en ny och revolutionerande apparat för att surfa på internet, läsa och skicka e-post, titta på foto och film, spela spel, läsa e-böcker och mycket mer. (Apple, 2010) "*iPad allows users to connect with their apps and content in a more intimate, intuitive and fun way than ever before*". säger Apple. (Truta, 2010) Jobs säger även i en intervju att den intima känslan utan fysiskt tangentbord på iPad och därmed också dess innehåll, internet och dess applikationer är magiskt och att vi bara skrapat på ytan av dess potential. (Jobs, 2010) I denna intervju antyds också att iPad är ett första steg ifrån traditionella datorer i riktning mot en ny teknisk plattform.

iPad kommer utrustad med en 9.7 tum upplyst LCD pekskärm med IPS teknologi som möjliggör en betraktningvinkel på 178 grader. Pekskrmen har en fast upplösning på 1024x768 pixlar och kan känna av flera fingrar samtidigt. Detta innebär att man kan använda ett virtuellt tangentbord samt göra andra avancerade fingerkommandon så som olika svepningar och klickningar. Detta är det primära inmatningssättet, men det går även att koppla in ett fysiskt tangentbord till iPad. Motorn i iPad är en 1GHz Apple A4 processor och det är också denna som surfplattan är baserad på. Denna processor som är framtagen av Apple tillåter tillsammans med grafikortet en hög prestanda, men samtidigt en batteritid på upp till 10 timmar av t.ex. videouppspelning. Lagringsutrymmet är max 64 GB flashminne, men varierar beroende på modell.

Anslutningarna till iPad kan ske både genom trådlös teknik och genom Apples dockningsanslutning. Det finns två olika versioner av den första generationen av iPad, en med Wi-Fi och 3G anslutningar och en med endast Wi-Fi. De väger 680 gram respektive 730 gram. 3G modellen har även en inbyggd A-GPS som gör det möjligt att göra positionsberäkningar och använda applikationer som GoogleMaps för att bestämma ens position. Utöver dessa anslutningar finns det stöd för den trådlösa tekniken Bluetooth som kan användas för att ansluta trådlösa tillbehör.

Det finns en rad tillbehör till iPad som gör dess användning mer mångsidig. Apple har släppt ett flertal officiella tillbehör som olika typer av anslutningar, ställ och fodral. Tredjeparts hårdvara till iPad finns också på marknaden. Detta är av högt intresse då iPad i och med detta blir en indirekt konkurrent till andra typer av apparater. I dagsläget finns det streckkodsläsare och insulinnivåmätare som tillsammans med rätt applikationer gör iPad mångsidig inom flera områden.



Figur 1 – iPad, första generationen

2.5 Surfplattans operativsystem

Det finns en rad olika operativsystem till dagens surfplattor. Just nu dominerar två typer av operativsystem till surfplattan. Den ena sorten härstammar från traditionella operativsystem till datorn och den andra har sitt ursprung från de mobila operativsystemen som utvecklats till mobiltelefoner och annan handhållen elektronisk utrustning. Det betyder att dessa operativsystem från början inte var ämnade för surfplattan och att de sannolikt behöver utvecklas och skräddarsys ännu mer för att man i framtiden ska kunna få ut den fulla potentialen av detta nya format. Den hastiga spridningen av surfplattor i och med lanseringen av iPad har skyndat på denna utveckling och man kan säga att tekniken ännu inte har hunnit ikapp efterfrågan på funktioner till dessa surfplattor.

De mobila operativsystemen som har sina rötter i mobiltelefonbranschen är enkla operativsystem som är bra på att hantera trådlösa förbindelser och andra typer av anslutningar. Principen för dessa operativsystem är snarlika de som var ämnade för datorer, men är tänkta att köras på betydligt enklare maskiner. Nokia, Google, Apple och RIM är stora aktörer på denna marknad och har utvecklat Symbian OS, Android, Apple iOS och Blackberry OS. Dessa operativsystem stod för över 90 % av alla operativsystem till smarta mobiltelefoner år 2010. (Alto, 2011) Av dessa operativsystem återfinns bland annat versioner av Apple iOS och Android till olika versioner av surfplattor.

De traditionella operativsystemen går också att finna i en rad olika surfplattor. Detta är ett naturligt steg eftersom surfplattan blir allt mer tekniskt avancerad. Undersökningar visar också att surfplattan även kan ses som en regelrätt dator. (Wilcox, 2011) Just nu är Windows 7 ett av de operativsystem som lanseras med många surfplattor och dess prestanda har i tester visats fungera bättre i förhållande till t.ex. Apple iOS. Detta trots att Windows 7 är tänkt att köras på mer avancerade maskiner.

2.5.1 Apple iOS

Apple iOS är en enklare version av operativsystemet Mac OS X och är därmed också likt Unix i sin uppbyggnad. Detta operativsystem togs först fram och utvecklades av Apple till deras mobiltelefon iPhone. Det är ett operativsystem som är tänkt att användas av mobila enheter med pekskärm som primärt inmatningssätt. Det introducerades redan i januari 2007 i samband med lanseringen av den första generationen av iPhone. Sedan dess har Apple implementerat operativsystemet till såväl iPod Touch, Apple TV samt till iPad och är idag världens tredje största operativsystem efter Windows och Mac OS. (Adrian, 2010) Operativsystemet är tänkt att fungera intuitivt med hjälp av deras integrerade fingerkommandon. Apple iOS tillåter dig att köra Apples egna applikationer samt applikationer som är framtagna av andra företag, men som är godkända av Apple. Idag beräknas Apple iOS vara världens största plattform för mobila applikationer med över 350 000 olika applikationer och spel inom alla kategorier. (Apple, 2011)

Detta operativsystem härstammar alltså från Mac OS X och är skrivet i C, C++ och objektorienterad C. Principen bakom Apple iOS är ”Direct manipulation interface”. Direct manipulation interface är en typ av operativsystem där objekt av intresse ständigt kan visas och ändras beroende på användarens preferenser. (Apple, 2011) Detta syns tydligt på startsidan av Apple iOS, där man kan lägga ikoner till applikationer som man av någon anledning vill ha snabb åtkomst till. Denna startsida är också väldigt lätt att navigera till eftersom den har en fysisk knapp på iPod Touch, iPhone och iPad.

Det primära sättet att styra Apple iOS är genom olika gester via pekskärmen. Det finns en rad olika gester som t.ex. olika svepningar, dragningar och klick. Gesterna är designade att användas intuitivt och fungerar med en eller flera fingrar samtidigt. Det finns specifika funktioner inbyggda i operativsystemet för dessa gester som går att nå globalt i operativsystemet. Förutom pekgesterna kan man även styra vissa funktioner genom att skaka eller luta maskinen som Apple iOS körs på. Detta görs med hjälp utav en accelerometer som känner av olika accelerationer. Tack vare denna teknik kan man bland annat skifta mellan horisontell och vertikal vy inom operativsystemet. Det går även att kombinera en accelerometer och ett gyroskop för att få fram ännu mer precisa förflyttningar och positionsförändringar. iPad har också en sensor för ljus som kan användas för att t.ex. justera ljusstyrkan på skärmen. Vidare finns det avancerade stöd för röststyrning. Via VoiceOver kan man komma åt många funktioner enbart med rösten. Denna tjänst finns i över 30 olika språk och fungerar numera även med andra språk än det primära språkvalet i operativsystemet.

Apple iOS består endast av fyra olika lager som möjliggör skapandet av avancerade funktioner på ett enkelt sätt. Dessa lager är Cocoa Touch lagret, Media/Application Services lagret, Core Services lagret och Core OS/Mac OS X kernel lagret. (Apple, 2011) Tack vare denna uppdelning behöver utvecklare endast använda sig av de övre lagren när de tar fram applikationer till Apple iOS. Det går dock att kommunicera med de nedre lagren om så behövs för den specifika applikationen.

Cocoa Touch är det översta lagret i Apple iOS och det är även inom ramarna för detta lager som de flesta utvecklare arbetar. Detta lager är till största delen programmerat i objektorienterad C och ger programmerarna tillgång till en rad bibliotek för utveckling av olika applikationer. Core Animation, Core Audio, Core Data och gestigenkänning är

exempel på funktioner man kommer åt här. Apple har också skapat Xcode som är ett utvecklingsverktyg som är nära integrerat med Cocoa Touch lagret och dess bibliotek.

2.5.2 Android

Android är ett operativsystem och mjukvaruplattform som utvecklats från Linux, tänkt användas på smarta mobiltelefoner. Företaget Android Inc, som först började utveckla Android, köptes 2005 av Google och blev en del av deras koncern. (Elgin, 2005) Android har idag öppen källkod och utvecklades tillsammans med en rad olika företag som ingår i Open Handset Alliance. Däribland återfinns bland andra Google, Dell, Texas Instrument, Motorola, Nvidia och Samsung. Undersökningar visar att det idag finns över 160 000 olika applikationer till Android. Initiativet Android Open Source Project som leds av Google ser till att underhållningen och utvecklingen av Android fortskrider. (Android, 2011)

2.5.3 Windows 7

Windows 7 är Microsofts senaste operativsystem och finns i olika utgåvor till stationära datorer, bärbara datorer, mediacenters och surfplattor. Bill Gates har i intervjuer sagt att Windows 7 är ett mer användarcentrerat operativsystem som dessutom har förbättrad prestanda jämfört med sina föregångare. (Gates, 2008) I detta operativsystem har Microsoft även inkluderat mer avancerat stöd för pekinmatning och handskriftigenkänning. Detta har gjort Windows 7 mer lämpad som operativsystem för bland annat surfplattor och andra apparater med pekskärm som inmatningsverktyg.

2.6 Mobila applikationer

Mobila applikationer eller ”apps” och ”appar” som de även kallas, är mjukvara som tillverkats till mobila enheter. Denna typ av mjukvara har länge varit förinstallerad på enheterna. Efter lanseringen av iPhone har denna marknad växt och idag finns det flera olika applikationer för alla tänkbara användningsområden att ladda ner. De vanligaste applikationerna idag möjliggör för användaren att t.ex. surfa på internet, se på streamad tv, lyssna på musik, använda e-post, läsa nyheterna och spela spel på den bärbara enheten. I slutet av 2010 kartgjorde Daytona svenskarnas användning av iPad. De fann de att fem vanligaste applikationerna var Safari, Mail, Twitter for iPad, Reeder och Angry Birds. (Daytona, 2010)

Applikationerna kan tillverkas både av det företag som ger ut operativsystemet och av tredjepartsaktörer, antingen av privatpersoner eller av företag. Dessa applikationer distribueras sedan oftast via olika applikationsbutiker relativt billigt och i vissa fall helt gratis för användarna. När en applikation har köpts eller laddats ner gratis installeras den automatiskt och läggs sedan ut som en ikon på enheten.

Utvecklingen av applikationer skiljer sig åt beroende på vilken fysisk enhet den ska användas på, samt vilket operativsystem som körs på just den enheten. Dessutom skiljer sig operativsystemen åt på det sättet att vissa har öppen källkod och att andra inte har det. Apple iOS har inte öppen källkod och man kommer därför bara åt, av Apple utvalda, delar av operativsystemet. Detta är både en för- och nackdel eftersom en öppen källkod ger dig full tillgång till allt, men det kan också vara negativt eftersom det ger utrymme för fler misstag i t.ex. minneshantering. En annan stor skillnad i framtagandet av applikationer är variationen av den fysiska enheten. När man utvecklar

applikationer till Apple iOS vet man t.ex. vilken upplösning man ska anpassa den till och vilken hårdvara som finns tillgänglig. I Androids fall måste man anpassa sig till fler variabler eftersom detta operativsystem kan användas på flera olika typer av enheter. Det betyder att kostnaden för att ta fram en applikation till Apple iOS blir billigare än till t.ex. Android. Detta är en av anledningarna till varför företag ibland väljer att bara ta fram sin applikation till Apple iOS istället för till flera olika mobila operativsystem.

De mobila applikationerna är oftast små och i iPads fall begränsade till max 2GB. För att lösa denna begränsning använder sig många applikationer av så kallade molntjänster eller backend databaser. I detta avseende skiljer man på tre typer av applikationer, applikationer utan nät, applikationer som delvis kräver nät och de applikationer som helt kräver nät för att fungera. Fördelen med applikationer som använder backend databaser är bland annat att man kan få tillgång till stora mängder information och att man kan utföra tyngre beräkningar utanför sin surfplatta. Kommunikationen med dessa tjänster sker via internet antingen direkt eller via någon mellankanal. Dessa mellankanaler samlar och organiserar information på ett smart sätt så att användaren kan få ut så mycket som möjligt av sin applikation.

2.6.1 SKM Intag – SkandiaMäklarnas interna applikation

SKM Intag är namnet på SkandiaMäklarnas interna iPad-applikation. Denna applikation är producerad av det svenska företaget Happiness i samarbete med SkandiaMäklarnas marknadsteam och ett utvalt kontor på SkandiaMäklarna. (Happiness, 2011)

Tillsammans har de skapat denna applikation för iPad som är tänkt att användas av mäklarna som ett visuellt stöd vid säljprocessen. Detta digitala säljstöd ska agera som ett engagerande redskap för presentationer och kan uppdateras centralt, vilket man anser är en stor fördel jämfört med tryckta broschyrer.

Själva applikationen är uppbyggd som en digital presentation och uppdelad i olika flikar. Varje flik har information som är relaterat till olika steg i försäljningsprocessen. Det går lätt att hoppa mellan de olika flikarna och under varje flik så finns det en eller flera olika delsidor som mer detaljerat beskriver just det delmomentet av försäljningen.

Utvecklingen av SKM Intag påbörjades redan innan den första generationen av iPad släpptes i Sverige. Detta gjordes för att kunna lansera den interna applikationen i samband med lanseringen av iPad i Sverige. En av tankarna var att SkandiaMäklarna och deras interna applikation skulle uppmärksammas i media och på så sätt visa att de låg i framkant av mäklarbranschen.

Den interna lanseringen av iPad och SKM Intag skedde alltså i december 2010. Företaget Happiness hade då redan installerat den interna applikationen i iPad och sedan distribuerades dessa iPads till SkandiaMäklarnas kontor runt om i landet. Det gavs ingen generell introduktion till iPad eller den interna applikationen på kontoren eftersom det ansågs att den var så intuitiv och lätt att använda. Vid eventuella problem och frågor hänvisades SkandiaMäklarnas metarbetare till Happiness för teknisk support.



Figur 2 - SKM Intag

2.7 App Store

App Store är en applikation utgiven av Apple och används tillsammans med produkterna iPhone, iPod Touch, iPad och iMac. App Store öppnades den 10 juli 2008 och har idag över 350 000 applikationer globalt. (Apple, 2011) App Store är en portal som tillhandahåller applikationer som godkänts av Apple och här kan man snabbt och enkelt ladda ner och installera olika applikationer. App Store i sig är kostnadsfri och applikationernas pris i denna virtuella affär varierar från att vara helt gratis, "Freeapp", till en kostnad som skaparen har bestämt. Priserna i App Store baseras på dollarn. Lägsta pris är 99 cent vilket i den svenska versionen av App store översätts till 7 kr. Detta är det lägsta pris man kan ta betalt för sin applikation, sen prissätter man i intervaller av 7 kr och uppåt. Ibland finns det en begränsad gratis version, "Light version", av applikationer som man kan testa innan man köper den fulla versionen. En del applikationer ger även användaren tillgång till att köpa virtuellt material inuti applikationen, "in store purchase". För att detta ska fungera måste App Store kopplas till användarens bankkonto. Apple har dock bestämt att alla användare måste göra detta, även om man bara är ute efter gratisapplikationer. Detta gör å ena sidan betalningen för applikationer och virtuellt material inuti applikationerna smidiga, men det kan å andra sidan leda till oönskade köp om man inte läser reglerna för varje applikation noggrant. För varje betalapplikation som säljs tar Apple 30 % av intäkterna och resterande 70 % får utvecklaren. (Lewan, 2011) Detta gäller såväl för applikationen i sig, virtuellt material som säljs inuti applikationen och allt annat som säljs direkt via applikationen.

App Store är lokalt uppbyggd vilket betyder att det finns en App Store för varje land. Alla nedladdningar sker lokalt och påverkar bara landets statistik som till exempel topplistor. Topplistor listar de mest populära applikationerna i olika kategorier som t.ex.

mest nerladdade gratisapplikationer. Listningen av applikationerna tar inte hänsyn till upplevelsen eller kvalitén på produkten, utan bara antal nedladdningar. Det är viktigt att betona betydelsen av att hamna på topplistan. Detta kan helt avgöra en applikations framgång, men å andra sidan också dess undergång. Lyckas den skapade applikationen väl och hamnar högt upp på dessa topplistor har man en enorm kundbas att utgå från. I januari 2011 hade mer än 10 miljarder applikationer laddats ner från App Store av över 160 miljoner iPhone, iPod Touch och iPad användare världen över. (Apple, 2011)

2.8 Android Market

Android Market öppnades den 22 oktober 2008 och är en applikation till produkter som använder Android som operativsystem. (Androidtelefoner, 2010) Här distribueras olika applikationer utvecklade av tredje parts tillverkare, gratis eller till en kostnad. Då Android ägs av Google måste Android applikationer följa Googles riktlinjer för att kunna distribueras via Android Market. Man måste även som utvecklare bli godkänd av Google och sedan betala en licenskostnad för att behålla denna status.

Undersökningar visar att Android knappar in på Apple både när det gäller antalet användare och tillhandahållna applikationer. I mars 2011 hade Android Market över 250 000 applikationer i sin virtuella affär. (Businessinsider, 2011)

2.9 HTML5 vs Flash

Det har varit en stor debatt kring Apples val av att inte stödja Adobe Flash för uppspelning av video, spel och annan multimedia till iPad. Istället har man valt att integrera stöd för multimedia via HTML5. Steve Jobs säger i en intervju att Apple är ett företag som alltid har varit noga med att välja teknologier som är på uppåtgående och i detta fall har de valt att gå vidare med HTML5 istället för Flash. (Jobs, 2010) Han jämför detta byte av teknologi med när Apple valde att gå från 5 tums disketter till 3,5 tums disketter till Macintosh.

I ett skrivet brev om tankar kring Flash nämner Jobs sex huvudorsaker till varför man inte valt att använda denna teknik.

- Flash är enligt Apple inte en öppen teknologi utan att även om Flash produkter har en stor spridning och finns tillgängliga överallt på internet så är det en teknologi som är låst och helt styrs av Adobe. (Jobs, 2010)
- Även om merparten av alla videor som finns på internet använder sig av Flash så finns majoriteten av dessa videor även i modernare videoformat så som H.264.
- Säkerheten med Flash är enligt Apple undermålig och också den största orsaken till varför Macdatorer kraschar.
- Batterilivslängden påverkas markant i negativ riktning när videor som i vissa versioner av Flash måste avkodas i mjukvaran och inte i hårdvaran.
- Flash är utvecklat för datorer med möss och är därför inte fullt ut kompatibelt med pekskärmsteknologin.
- Den sista och enligt Jobs viktigaste punkten handlar om utveckling av applikationer. Han säger att om en tredje part kommer emellan operativsystemet och utvecklaren försämras kvaliteten på applikationerna avsevärt.

Kritiska röster menar att uteslutningen av Flash bara är ett ytterligare ett sätt för Apple att stärka sin position genom att tvinga användarna att använda deras utvalda lösningar.

HTML5 är en ny standard för märkspråket HTML och XHTML. Det är den femte versionen av HTML och det som är av största intresse här är introduktionen av integrerat stöd för videor och annan multimedia. Vad detta betyder är att man inte längre behöver stödja sig på tredjeparts egenutvecklade plattformar för videouppspelning, t.ex. Flash. Problemet just nu är att det inte finns någon standard för vilka kontainerformat för videor och ljud som ska användas. Så trots att det nu är möjligt att på ett enkelt sätt visa multimedia utan mellanhänder har olika webbläsare olika stöd för dessa kontainerformat. Ett av dessa kontainerformat är H.264 för video. Detta format har fått stort stöd på marknaden, men p.g.a. att man måste betala licens för att använda sig av detta så har flera företag valt att använda sig av andra alternativ.

3. Metod

I denna del framför vi de metoder som vi har valt att genomföra för att uppnå vår undersöknings resultat. Här tas arbetsprocessen upp och vi diskuterar för- och nackdelar med metodvalen. En motivering för tillvägagångssätten och beskrivning av varje delmoment ges.

3.1 Litteraturstudie

En litteraturstudie har skett under arbetets gång. Först gjordes en studie om iPad, främst på internet, för att ge oss mer kunskap om den och därmed öka vår förståelse för hur den kan användas som arbetsverktyg. Dessutom genomfördes en metodstudie som gav oss en bild av vilka undersökningsmetoder som kunde tillämpas och den lade senare grunden för vårt val av metod.

3.2 Val av metod

För att nå fram till våra resultat har vi valt att använda oss av en kvalitativ metod i vår undersökning. En kvalitativ metod är enligt Nationalencyklopedin:

“Kvalitativ metod, inom samhällsvetenskaperna ett samlingsbegrepp för olika arbetssätt som förenas av att forskaren själv befinner sig i den sociala verklighet som analyseras, att datainsamling och analys sker samtidigt och i växelverkan samt att forskaren söker fånga såväl människors handlingar som dessa handlingars innebörder.” (kvalitativ metod, <http://www.ne.se/kvalitativ-metod>, Nationalencyklopedin, hämtad 2011-04-01).

Syftet med vår undersökning var att fördjupa förståelsen kring en yrkesrolls krav och attityder kring iPad som arbetsverktyg. Genom en kvalitativ studie hoppades vi därmed finna svar på dessa frågor. En kvantitativ studie hade även försvårat möjligheterna att ställa följdfrågor och därmed försvårat fördjupningen av de intervjuades åsikter.

Ett annat motiv till valet av den kvalitativa studien var att vi även ville se hur ett beteende hade förändrats, vilket kan göras med denna metod. Den kvalitativa metoden gör det alltså möjligt att undersöka och genom en analys dra slutsatser om kvaliteter. (Lantz, 2007) Detta är ytterligare ett argument till vårt val av metod, då det påvisar att den kvalitativa metoden passar sig bra då man vill öka förståelsen för ett visst fenomen.

3.3 Intervjuer

Den kvalitativa metod vi valde att utföra var intervjun. Intervjun är flexibel till sin natur och kan beskrivas som ett samspel mellan två individer där en ställer frågor och en svarar. För att detta samspel ska kunna ske på bästa sätt bör man som intervjuare ta hänsyn till intervjupersonens olika önskemål. (Lantz, 2007) En väl genomförd intervju speglas också av att man lyckats fånga intervjupersonens uppfattning och upplevelser på bästa sätt. Därför är det viktigt att ge utrymme för intervjupersonen att uttrycka sig fullt ut beroende på graden av struktur för intervjun.

Intervjuns utformning kan delas in i fyra huvudkategorier där varje kategori har utformats för att passa olika syften. (Lantz, 2007) Dessa intervjuformer är: öppen intervju, öppen riktad intervju, halvstrukturerad intervju och helt strukturerad intervju. Vi valde att genomföra en öppen riktad intervju. Genom att utforma intervjuerna på detta sätt hade vi ett bra verktyg för att styra frågorna efter vårt syfte, men samtidigt ge den intervjuade frihet att berätta om sina åsikter inom de områden där vi ville ha fokus.

3.3.1 Telefonintervju

Telefonintervjun är en kvalitativ undersökningsmetod som gör det möjligt att kombinera fördelarna med stickprovsundersökningar och mer djupgående intervjuer. (Gillham, 2008) Det betyder att man kan få både representativ bredd och tolkningsmässigt djup. Dessutom gör denna undersökningsmetod det enkelt att få en större geografisk spridning på intervjupersonerna vilket betyder att man kan dra slutsatser ur ett bredare perspektiv.

Graden av struktur vid telefonintervjun bör vara något mer strukturerad än intervjun ansikte mot ansikte eftersom den är lättare att genomföra då. Denna grad av struktur dikterar också till viss del hur lång intervjun bör vara. I telefonintervjuns fall ska man helst inte överstiga 30 minuter. (Gillham, 2008)

Telefonintervjun har sina fördelar, men det finns en hel del faktorer man måste ta hänsyn till om man väljer denna som undersökningsmetod. Den kanske viktigaste faktorn är intervjupersonens personliga integritet. För att uppnå bra kvalitet i sin telefonundersökning bör man värna om denna. Idag har mängden oönskade samtal ökat och för att inte hamna i samma kategori kan man med fördel ta kontakt med intervjupersonen i förväg och få medgivande till en intervju. På detta sätt blir intervjupersonen mer positivt inställd till intervjun vilket kan leda till bättre kvalitet i intervjuresultaten.

Den största fördelen med telefonintervjun jämfört med andra distansundersökningar är att man kan vara reaktiv. Du tillåts att reagera på respondentens svar, kan ställa följdfrågor och eventuella missförstånd kan redas ut. Det faktum att folk har lättare att prata än att skriva medför att du i telefonintervjun kontra e-postintervjun får mer material vilket också är kopplat till kvaliteten av resultaten.

Nackdelarna med telefonintervjun är också värda att nämnas. Den största nackdelen med telefonintervjun är att man går miste om kroppsspråket vilket kan vara direkt kopplat till personens svar. Fysiska antydningar och visuella gester går alltså helt förlorade. Dessutom förlorar man en stor del av kemin mellan intervjuaren och den intervjuade som kanske hade medfört en större motivation till att ge mer engagerade svar.

3.3.2 Syfte med intervjuer

Syftet med våra intervjuer var att få en mer klar bild över vilka krav som ställs på iPad som arbetsverktyg, hur den används på vårt utvalda företag idag, om den har ändrat något beteende i arbetssättet och om den har bidragit med något positivt respektive negativt i arbetet. Dessutom ville vi undersöka den anställdes attityder till iPad som arbetsverktyg, men även reaktionerna de har mött från kunderna.

3.3.3 Tillvägagångssätt

Utifrån detta syfte utformades en mall med olika huvudfrågor med tillhörande underfrågor. Denna mall användes sedan vid genomförandet av telefonintervjuerna. Vid genomförandet av telefonintervjuerna valde vi att använda Skype. Detta val möjliggjorde att vi på ett enkelt sätt, med intervjupersonens medgivande, kunde spela in intervjuerna för att senare ha möjlighet att noggrant analysera och gå igenom materialet.

Vi valde att ta kontakt med medarbetare på SkandiaMäklarna runt om i landet för att få en stor geografisk spridning. Det gav oss möjlighet att få en mer generell bild av hur iPad används som arbetsverktyg på SkandiaMäklarna i Sverige. Den initiala kontakten skedde via e-post där vi presenterade oss själva, syftet med undersökningen, hur lång tid intervjun beräknades ta och om personen under dessa förutsättningar kunde tänka sig att ställa upp på en telefonintervju. För att värna om deras personliga integritet förklarade vi också att intervjuerna endast skulle användas i vår undersökning och till sist bad vi även om tillåtelse att använda deras namn i rapporten.

Svarsfrekvensen på de personer som ville ställa upp på en intervju var relativt låg där cirka 10 personer av 100 tillfrågade mäklare var villiga att ställa upp. Det visade sig att några av dessa personer inte hade börjat använda sig av iPad som arbetsverktyg än och vi valde därför att inte ha med dem i vår undersökning. Till slut fick vi 6 personer från 6 olika kontor i landet att ställa upp.

Tidpunkten för intervjuerna och på vilket telefonnummer vi kontaktade dem valdes utifrån mäklarnas preferenser. Innan själva telefonintervjuerna ägde rum skickade vi ett upplägg för intervjun i form av huvudfrågorna via e-post. Detta gjordes för att intervjupersonerna skulle ha möjlighet att visuellt kunna följa med i telefonintervjun och därmed förhoppningsvis öka kvalitén på resultaten. Längden på telefonintervjuerna var ungefär 20 minuter beroende på hur utförliga svar som gavs.

Efter de avslutade telefonintervjuerna kompletterades resultaten genom ett utskick av frågor via e-post till intervjupersonerna för att besvara ytterligare frågor vi ansåg var av vikt.

3.4 Reliabilitet och validitet

Reliabilitet innebär tillförlitlighet. För att en undersökning ska vara så tillförlitlig som möjligt måste den kunna upprepas och utföras oberoende av vem som utför testet, på ett sådant sätt att resultatet blir detsamma. Här är noggrannhet i mätningen det viktigaste att tänka på. Validitet innebär att undersökningen mäter just det som den är avsedd att mäta.

Resultaten från telefonintervjuerna lämnar oundvikligen rum för olika typer av tolkningar. Våra intervjufrågor ställdes utefter en öppen riktad struktur vilket till stor del gav oss väldigt utförliga svar. Svaren i sig var vi sedan tvungna att tolka och kategorisera så objektivt som möjligt, men det förändrar inte det faktum att vi i vissa fall, medvetet eller omedvetet, gjort subjektiva tolkningar. Fraser som ”bra” och ”helt okej” har tolkats utifrån frågan som ställdes, tonen på rösten, hur snabbt frågan besvarades och dylikt.

Något som vi helt gått miste om är ansiktsuttryck och gester. Saknaden av detta har försvårat våra möjligheter att tolka svaren och därmed också påverkat reliabiliteten. En annan faktor som kan ha påverkat svaren är intervjupersonens humör under intervjun. Detta har vi efter bästa förmåga försökt att påverka i positiv riktning genom att förbereda intervjupersonen och vara lyhörda för deras krav. Yttre faktorer som t.ex. förändringar i arbetsschemat och familjeangelägenheter kan ha spelat en roll, men detta är inget som vi har kunnat påverka.

Utformningen av intervjufrågorna bearbetades utefter vårt syfte, litteraturen samt diskussioner med handledare och andra studenter. Merparten av dessa frågor valde vi medvetet att inte skicka ut till intervjupersonerna för att de inte skulle påverkas i någon riktning av dem. Vid intervjutillfällena misstolkades några av våra frågor, men vi hade då möjlighet att förklara och reda upp eventuella missförstånd. Missförstånden berodde i vissa fall på intervjupersonens tekniska kunskap.

I vår undersökning valde vi att kontakta olika kontor i landet för att försöka få en representativ bild av SkandiaMäklarna i Sverige. Vi är medvetna om att resultaten inte behöver vara representativa bara för att vi har nått ut till flera kontor. Det kan tänkas att de personer vi intervjuat varit entusiaster eller på något annat sätt inte är representativa för vår urvalsgrupp.

För att öka reliabiliteten kunde vi ha genomfört ännu fler intervjuer eller kompletterat med en enkätundersökning för att nå ut till ännu fler personer i vår urvalsgrupp. Vi skulle även ha kunnat intervjua mäklarnas kunder direkt för att på så sätt få en bättre bild av kundernas attityder kring iPad i en arbetssituation. Det kan tänkas att mäklarna misstolkat sina kunders attityder och på så sätt kan reliabiliteten på kundernas attityder också ifrågasättas.

4. Resultat

Här presenterar vi resultaten från de sex intervjuer vi genomförde.

4.1 Intervjuer

Vi har, efter vår förmåga, på bästa sätt försökt att ge en så objektiv och riktig sammanställning av våra intervjuer.

4.1.1 Intervju med Fredrik Wikström, SkandiaMäklarna

Fredrik Wikström jobbar på SkandiaMäklarna i Skellefteå och har arbetat med iPad sedan december 2010 i samband med att iPad introducerades på hans kontor. Wikström berättar att deras kontor arbetar i en pc-miljö och därför fick inte iPad initialt så stor genomslagskraft. På kontoret i Skellefteå fick de en iPad, men han påpekar att de större kontoren i landet i vissa fall fick flera. Förutom iPad använder han sig av pc, smart mobiltelefon (Android), kopiator, fax och scanner.

Wikström beskriver syftet med införandet av iPad som ett kundpresentationsmaterial när man träffar kunderna i samband med intag, alltså den första fysiska kontakten med säljaren. Presentationsmaterialet är en applikation likt en slideshow som presenterar deras tjänst, samt mäklarna som helhet, deras syfte och värderingar. Han anser att denna funktion är positiv eftersom man har möjlighet att visualisera annonser och webbsidor istället för att endast prata om idéer.

Kunderna har visat en positiv attityd till iPad och upplever mötena som innovativa, moderna och framåttänkande. Att SkandiaMäklarna valt att använda iPad ser kunden som att man utvecklar sin tjänst, inte är rädd att ta till sig ny teknik och att man är i framkant av mäklarbranschen. Wikström påpekar dock att man gör ett aktivt val att använda eller inte använda iPad vid kundmöten beroende på åldersgruppen och vad man vill få ut av mötet. Detta val baserar han på sin ”fingertoppskänsla” och vad han tror är viktigt för kunden. Han har upplevt att ny teknik inte är av lika stor betydelse för äldre, men däremot att yngre ser det innovativa i ny teknik.

iPad tycker Wikström är enkel och lättanvänd, med acceptabel prestanda, är bra att ha med sig och den är nätt och hyfsat stabil. Pekskärmen är lätt att använda, har bra skärpa och bra respons i pekfunktionerna. Batteritiden är så pass lång att han nästan glömmer bort att ladda den eftersom den räcker till flera dagars användning i deras arbetssituation, även om iPaden är uppkopplad till internet. Storleken på minnet är i deras användningsområde inte av så stor vikt, så det relativt lilla minnet i iPad ser han inte som någon begränsning. Däremot ser han en begränsning i att det inte finns någon USB-kontakt.

De trådlösa förbindelserna tycker Wikström är varken bra eller dåliga, men de kunde ha varit bättre. Han har upplevt begränsningar när han via smarta mobiltelefoner försökt koppla upp sig mot internet och säger vidare att smarta mobiltelefoner jämförelsevis har bättre WiFi- och 3G anslutningar.

Den tekniska plattformen ser han på med viss skepsis. Känslan är okej, men han har sett vissa tekniska begränsningar och ogillar Apples försök att styra in sina kunder till sina egna produkter och gränssnitt. Wikström är frustrerad över begränsningar som t.ex. att Flash inte fungerar, att man inte kan använda tredje parts webbläsare och iPad som en rå hårddisk utan att gå via iTunes. Han delar inte Apples ideologi över hur man låser applikationer och viss teknik.

4.1.2 Intervju med anonym mäklare #1, SkandiaMäklarna

Mäklare #1 kom först i kontakt med iPad via en kontakt. Han fick ett bra första intryck, men upplevde att den inte var komplett. Däremot nämnde han att det är ett bra verktyg vid sidan av hans andra arbetsverktyg vilken han listar som stationära dator, iPhone, stationär telefon, fax/scanner/kopiator och systemkamera. I arbetet introducerades iPad i december 2010. Syftet med iPad beskriver han såhär:

”Syftet med iPaden var och är fortfarande, för det första att vi har en egen applikation för just våra kundmöten där man går igenom försäljningsprocessen i ett bildspel. Vi ska kunna presentera det bildspelet utan att ha en massa papper med oss. Dels av praktiska anledningar samt för miljön och att det ska se finare ut.”

Mäklare #1 säger att iPad har varit otroligt bra, speciellt när den är uppkopplad mot internet och nämner att använda internet som den absolut viktigaste funktionen. Vid kundmöten ger iPaden möjlighet att stötta kunden på ett bättre sätt genom att t.ex. kunna visa bilder, annonser på Hemnet, deras egen hemsida och även att på plats kunna hjälpa kunden att ansöka om lånelöfte. Det finns dock negativa aspekter med iPad som arbetsverktyg. Från början hade han med sig sin iPad vid varje första kundmöte, men han har sakta men säkert tagit lite mer avstånd från iPad. Han anser att kundmötenas upplägg blir annorlunda när han använder iPad och att den bidrar till att man tappar fokus från vad som är viktigt. Vidare poängterar han att oavsett om iPad är med på mötet eller ej så används alltid broschyrer, papper och penna.

Kundernas respons till iPad har varit både positiva och negativa. Yngre personer tycker att den är häftig medan äldre personer kan se den som ett irritationsmoment. Mäklare #1 säger att han absolut gör ett aktivt val över i vilka situationer han väljer att använda sin iPad. ”Den är inte först på plats, men den ligger i väskan och används vid behov.”

Vid frågan om vad han tyckte om iPads utformning svarade mäklare #1 att Apple har begränsat lite väl mycket i dess grundutformning. Till skillnad från Android måste man jobba inom vissa ramar om man inte är beredd att låsa upp sin iPad. Från början ansåg han även att iPad såg stor och klumpig ut, men berättar att storleken nu känns perfekt. Den går bra att ha med i väskan tillsammans med andra dokument. Storleken på minnet, som i hans fall är 16gb är inte begränsande. Mäklare #1 berättar att han skapat konton för olika applikationer på internet och kan på så sätt skicka och hämta filer som han behöver i arbetet. Han nämner dock att det inte går att logga in i SkandiaMäklarnas interna system via iPad för att t.ex. ändra i annonser och liknande. Vidare påpekar han att det skulle vara otroligt praktiskt att ha en USB-kontakt för att lätt lägga in material i sin iPad.

Den trådlösa kommunikationen har mestadels fungerat bra enligt honom. Att koppla upp sig mot internet har inte varit några problem, varken via WiFi, 3G eller via sin

iPhone. Däremot nämner han brister i Bluetooth, som han anser är väldigt begränsad då man inte kan skicka eller ta emot filer.

Avslutningsvis sammanfattar han sin upplevelse av iPad som arbetsverktyg såhär:

”iPaden är helt otrolig som verktyg, men det gäller att kunna använda den vid rätt läge också. Det kan gå helt fel om du mot en helt fel kund drar upp en iPad och försöker köra en presentation. Är det äldre eller lite mer konservativa kunder så är det bättre att ha det i pappersform. Självklart så lämnar vi allt material i pappersform efter mötet så att kunden har det också” (...) *”Så att på så sätt finns det ju negativa delar med iPaden. Och det mest negativa tycker jag det är att man tappar fokus från kunden...”*

4.1.3 Intervju med Urban Flynnner, SkandiaMäklarna

Urban Flynnner arbetar på SkandiaMäklarna i Haninge söder om Stockholm. Flynnner berättar att de introducerade iPad på hans kontor kring december 2010. SkandiaMäklarnas huvudkontor hade då sett till att deras iPad var färdiginstallerad med deras interna applikation. Han beskriver syftet med införandet av iPad på hans kontor som att ha en ännu proffsigare presentation av deras tjänst och att kunna visualisera t.ex. annonseringar och hur deras varumärke presenteras i marknadsföringen. Deras interna applikation beskriver han som:

”Ett bildspel som i olika flikar går igenom hela vår försäljningsprocess. Alltifrån förarbetet till en bostadsförsäljning, hur det kan se ut före och efter en homestaging” (...) *”vidare hur man marknadsför, hur en annons ser ut, hur det ser ut på internet via Hemnet.” (...)* *”ungefär som ett PowerPoint program”*

Flynnner använder sig av detta bildspel vid första kundbesöket, beroende på kunden. Han säger att ungefär 50 procent av gångerna använder han sig av sin iPad och då i huvudsak till den yngre målgruppen, som enligt honom, tycker att det är ”häftigt” med iPad och som ser ett mervärde i detta. Han gör bedömningen att äldre inte är redo för denna typ av presentation. Andra viktiga funktioner till iPad säger han är åtkomsten till internet och kalenderfunktionen.

När vi ställde frågan om attityder han mött från kunderna vid användning av iPad svarar han att kunden har upplevt det positivt och någon kund hade t.o.m. sagt att de valde SkandiaMäklarna just för deras proffsiga presentation. Flynnner nämner dock en rädsla som de haft på hans kontor angående iPad.

”Det finns en liten rädsla, så länge någonting är nytt, att iPad skulle kännas lite glassig. (...) Och att kunden upplever det som negativt. (...) Nu kommer mäklaren här och mäklaren tjänar mycket pengar och att det är dit våra pengar går, men så har det inte varit.”

Om formatet säger Flynnner att den är tillräckligt stor för att kunna arbeta med, lätt att bära med sig och snabb att starta upp. Vidare säger han att iPad är enkel att använda, det behövs ingen manual för att förstå hur man använder den. Batteritiden är bra då man inte behöver koppla in den i vägguttaget och minnet är fullt tillräckligt utifrån hur produkten används. Han nämner även att de bara använder sig av 3G för att koppla upp sig mot internet och det har fungerat bra.

Flynners åsikter kring iPad är mestadels positiva, men han saknar stöd för Flash och Javascript. I början var han lite rädd att använda iPad som arbetsverktyg, men efter att ha vant sig tycker han att det har fungerat bra och fallit väl ut. Kunden har sagt att mötena känns proffsiga och väl genomförda. Han säger även att man genom att använda iPad som arbetsverktyg erbjuder SkandiaMäklarna något som ingen annan mäklare i Sverige har idag och menar att detta är bra ur ett konkurrensperspektiv.

4.1.4 Intervju med Anna Svanholm, SkandiaMäklarna

Anna Svanholm tog över kontoret på Tyresö i december 2010 och vid samma tillfälle hade man centralt på SkandiaMäklarna beslutat att införa iPad som arbetsverktyg på alla kontor i Sverige. Hon berättar att detta var hennes första kontakt med iPad och att syftet med iPad var att använda den som ett presentationsmaterial vid kundmöten. Vidare tillägger hon att SkandiaMäklarna, i och med införandet av iPad som arbetsverktyg, är en av de mäklarkedjorna som ligger främst när det gäller att använda ny teknik.

Svanholm börjar med att säga att iPad är överlägsen som presentationsmall och hon har köpt in ytterligare iPads till kontoret så att alla mäklare ska kunna ha tillgång till en iPad vid kundbesök.

”Man behöver inte vara tekniknörd för att hålla på med iPad. Jag tycker att det handlar så mycket om att ge kunden en bättre information när man både får berättat och får se bilderna.”

Förutom presentationsmallen listar hon upp e-post och internet som två av de viktigaste funktionerna till iPad. Genom att koppla upp iPad till internet via 3G kan hon som mäklare ge ytterligare kundsupport som att t.ex. ansöka om lånelöfte på plats åt kunden. Hon nämner även att hon använder iPad som läsplatta.

Svanholm är en av de som använder iPad mest på sitt kontor och berättar att hon använder den till alla sina kunder oavsett åldersgrupp. Reaktionerna som hon mött från kunderna har bara visat sig positiva. Hon tillägger att hon har fått affärer just för att SkandiaMäklarna varit så framgångsrika och först på marknaden med att använda iPad.

Formatet på iPad tycker Svanholm är perfekt, hon skulle inte vilja att den varken var större eller mindre. Hon säger att den uppfyller hennes krav och att hon enkelt kan ha den med sig den i portföljen. Här nämner hon också att en laptop är för klumpig att ha med sig. Angående pekskärmen tycker hon att den är ett bra instrument, men man måste vänja sig vid att använda den. Det enda negativa med skärmen är att den lätt blir smutsig och ful. Svanholm säger sig inte begränsas av varken batteritiden eller storleken på minnet. I framtiden funderar hon på att lägga upp dokument på en central plats så att hon även kan få tillgång till dessa via iPad oberoende av vart hon befinner sig.

Som sammanfattning säger Svanholm att iPad är en bra informationskanal som är lätt att ha med sig på kundbesök. Några mäklare på kontoret har inte ens packat upp sin iPad, men hon har ställt kravet på nyanställda mäklare att använda iPad som stöd vid kundmöten. Hon säger att folk ibland kan vara lite rädda för nytänk. Svanholm är verkligen positivt inställd till iPad som arbetsverktyg och säger att även om hon bytte jobb skulle hon självklart ha en iPad även där.

4.1.5 Intervju med Sofia Tjernberg, SkandiaMäklarna

Sofia Tjernberg fick gå en introduktionsutbildning i samband med att iPad introducerades på SkandiaMäklarnas Uppsalakontor i slutet av 2010. Förutom iPad använder hon sig av mobiltelefon, bärbar dator, fax, kopiator och telefon i arbetet. Hennes åsikter kring iPad som arbetsverktyg är mycket positiva. Hon tycker det är ett väldigt bra sätt att kunna presentera material med jämfört med att tidigare bara kunna presentera med hjälp av papper och broschyrer. Hon beskriver syftet med att använda iPad på sin arbetsplats som ett verktyg för att presentera SkandiaMäklarnas tjänster vid första kundmötet på ett proffsigt och snyggt sätt. Genom att vara det enda mäklarfirmataget i Sverige som idag använder iPad som arbetsverktyg menar hon att SkandiaMäklarna sticker ut ur mängden.

Vid tillfället för intervjun hade kontoret inte kommit igång med internet till sin iPad, men Tjernberg påpekar att i framtiden vill hon använda sig av den funktionen för att på plats hos kunden komma åt bl.a. Hemnet och deras egen hemsida. Trots denna tillfälliga begränsning anser hon att iPad hittills har fungerat bra som arbetsverktyg.

Från kunden har hon mött en bra respons när hon använt sig av iPad i arbetet. Enligt henne tycker kunden att iPad känns proffsig och de allra flesta tycker att det är väldigt positivt när hon använder den. Tjernberg säger att de yngre har lätt att förstå den nya tekniken och tycker att det är jättekul och spännande medan de äldre har lite svårare att förstå, vilket medför att man får lägga upp dessa kundmöten på ett annorlunda sätt.

iPaden i sig beskriver Tjernberg som smidig att ha med sig i väskan, men inte för liten. Hon tycker att skärmen är för ändamålet bra i storleken, och det är lätt att följa med på skärmen. Pekskärmen kan vara lite för känslig ibland, men fungerar mestadels bra enligt henne. Hon tillägger att hennes tidigare erfarenheter av iPhone och iTunes har underlättat användningen av iPad. Mobiliteten är också bra då hon sällan behöver ladda sin iPad och kan ha den i viloläge i flera dagar.

Tjernberg tycker att SkandiaMäklarnas interna applikation har varit kanon i arbetet, både för att imponera på kunden och som en mall för henne själv när hon ska genomföra en presentation. Utformningen av applikationen, som till viss del påverkats av mäklarna önskemål, är väl genomförd och ger ett härligt flyt vid presentationen berättar hon. Däremot nämner hon en viss rädsla för tekniska problem, men det är något som hon ännu inte stött på.

4.1.6 Intervju med Ida Källmyr, SkandiaMäklarna

Ida Källmyr introducerades till iPad på sitt kontor i Örebro i december 2010 och tyckte i början att den kändes onödig eftersom hon redan använde sig av både mobiltelefon och dator i arbetet. Idag säger Källmyr att hon använder sig av iPad i arbetet ungefär fyra till fem gånger i veckan i samband med att hon träffar nya kunder. Hon använder även andra arbetsverktyg som stationär dator, bärbar dator, mobiltelefon och fax. När vi frågar om syftet med iPad som arbetsverktyg svarar hon att den är till för att ha med sig till nya kunder för att göra snygga presentationer som tidigare endast bestod av en pärm med tryckt material och broschyrer.

Enligt henne har kundattityderna varit genomgående positiva när hon använt sig av iPad. Hon säger att många har tyckt att det är lite häftigt och kul att SkandiaMäklarna använder sig av ny teknik. Numera har Källmyr alltid med sig iPad vid kundbesök. Vidare berättar hon att några av hennes kollegor inte har orkat lära sig använda iPad, men de som använder den idag tycker att den är bra som arbetsverktyg.

iPads format är väldigt bra och smidigt tycker Källmyr. Pekskärmen går oftast bra att använda, men ibland kan det vara lite svårt för henne. Batteritiden är mer än godkänd säger hon och tillägger att hon inte behöver ladda den så ofta. I övrigt har hon inget att tillägga om formatet utan tycker att den fungerar väl i arbetet.

Källmyr säger att den viktigaste funktionen i dagsläget är SkandiaMäklarnas presentationsmall. Hon nämner däremot även internet som en viktig funktion, där hon kan ansöka om lånelöfte åt kunden och söka information. I början var det lite svårt för henne att komma igång med internet, men med tiden har det gått bra.

Källmyr har inte reflekterat så mycket över iPads användningsområden förutom just SkandiaMäklarnas interna applikation och uppkoppling till internet. Däremot säger hon att hon ser positivt på införandet av iPad som arbetsverktyg som visar att SkandiaMäklarna står för nytänk och ligger i framkant av mäklarbranschen.

5. Analys och diskussion

De mäklare vi har intervjuat har sett fördelarna med iPad som arbetsverktyg, men även bristerna. Mottagandet av iPad på SkandiaMäklarna har vi upplevt som blandat. På ena sidan står de mäklare som verkligen delar SkandiaMäklarnas strategi att utveckla koncept och stå för nytänk och på den andra sidan står de medarbetare som är lite mer konservativa. Vid intervjuerna framgår det att vissa medarbetare inte ens packat upp sin iPad ur kartongen sen lanseringen 2010 och att det finns ett visst obehag att ändra sina invanda rutiner. Denna ovilja att använda ny teknik kan bero på flera saker vilket inte framgick tydligt av resultaten från vår undersökning. Det antyds att det kan bero på kön, ålder och teknisk bakgrund. Detta är synd då en sådan inställning inte är i linje med SkandiaMäklarnas strategi.

Mäklarna som kommit igång och börjat använda iPad verkar vara väldigt entusiastiska och har försökt sälja in konceptet till sina kollegor. På en del kontor har det även ställts krav på nyanställda mäklare att börja använda iPad vilket vi tror kan leda till att även de mest invanda kanske får upp ögonen för detta nya redskap. Många har sagt att om man använder iPad i rätt sammanhang, till rätt kund, kan den verkligen bidra till en bättre tjänst genom att erbjuda kunden bättre support på plats. Om SkandiaMäklarna verkligen vill ligga i framkant anser vi att alla medarbetare borde försöka ta till sig iPad som arbetsverktyg och hitta något användningsområde där de kan utveckla sitt arbetssätt.

Några av de personer vi intervjuat, som använder iPad ofta, har nämnt att det finns ytterligare områden där de ser potential i att använda iPad. Detta begränsas dock både av den interna applikationen och av utformningen av iPad, både i hård- och mjukvaran. Irritationen på begränsningar av mjukvaran har dock endast berört de mäklare som är lite mer tekniskt insatta. Uteslutningen av vissa tredje parts applikationer, Flash och Apples marknadsföringsstrategi där de gör tydliga avgränsningar har upplevts negativt. Detta har inte påverkat mäklarnas arbete idag, men vi tror att det eventuellt i framtiden kan ställa till problem om deras tjänster fortsätter att utvecklas.

Idag har SkandiaMäklarna mött olika attityder från sina kunder. Allt ifrån innovativt, spännande och proffsigt till irriterande och onödigt. Vi tror att i takt med att iPad och surfplattan som format blir allt mer vanlig i arbetslivet och på fritiden kommer det även bli mer naturligt, för olika arbetsgrupper, att använda den mer. Detta har vi sett i vår undersökning där vår urvalsgrupp allt mer har tagit till sig iPad som arbetsverktyg trots att det på de allra flesta kontoren inte finns något krav på detta. Det faktum att iPad är så pass ny för många, har enligt mäklarna gjort att de vid kundmöten ibland tappat fokus från det viktiga och gett iPad för stort utrymme. Detta tror vi inte kommer vara ett lika stort problem i framtiden i takt med att iPad blir allt mer vanlig.

Det har pratats mycket om en yngre och en äldre kategori av kunder som har varit mestadels positiva respektive negativa till iPad. Mäklarna har själva inte definierat något specifikt åldersspann för någon av grupperna utan säger att valet att använda iPad, i förhållande till åldern, har gjorts utefter en ”fingertoppskänsla” och deras erfarenheter som mäklare.

Idag har iPad ersatt broschyren vid presentationsmomentet i vissa fall, men utöver det så har den mest tillfört och inte ersatt funktioner till andra arbetsverktyg. Det nämns att

iPad används för att skicka e-post och ansluta till internet vid tillfällen där man tidigare kanske hade fått vänta tills man kom tillbaka på kontoret. Att kunna ge kunden support på plats har visat sig vara en av de viktigaste funktionerna hos iPad för mäklarna och här ser vi stort utrymme för vidare utveckling. Funktioner som att hämta information på internet och visa hemsidor är något som tekniskt sett varit möjligt med den smarta mobiltelefonen, men inte använts så ofta. Mäklarna har sagt att detta kändes för smått och pilligt och valde därför oftast att avstå från att göra detta. Utformningen av iPad har gjort detta mer tillgängligt och mäklarna tycker att man nu kan presentera denna typ av support på ett tydligt och proffsigt sätt. Däremot tror vi att mobiltelefonen kommer ha kvar sin roll som det primära verktyget för att hantera samtal. Vi tror även att datorn kommer behålla sin plats som den centrala punkten för all redigering, inhämtning och distribuering av material en bra tid framöver. Mäklarna vi intervjuat säger även att i dagsläget går det rent tekniskt inte att logga in i SkandiaMäklarnas interna system via iPad. Andra arbetsverktyg som stationär telefon, fax, skrivare och scanner tror vi inte kommer påverkas av iPad i dagsläget. Det kan dock tänkas att dessa apparater kommer vara närmare sammanlänkade i framtiden och genom en central punkt eventuellt kommunicera direkt med varandra.

Vi tycker inte att SkandiaMäklarnas interna applikation, SKM Intag, är speciellt revolutionerande i sig. Det är i princip ett bildspel som visar upp deras tjänster. Däremot tycker vi att införandet av iPad som arbetsverktyg är ett steg i rätt riktning. Man har tagit till sig detta nya format och implementerat det på ett bra sätt och därmed gett sina anställda mäklare ett alternativ till deras traditionella arbetsverktyg. SkandiaMäklarna har just nu ett unikt försprång på sina konkurrenter vad gäller ny teknik. Vi tror det är viktigt att SkandiaMäklarna fortsätter utveckla sina tjänster till iPad och även försöker hitta fler användningsområden där man kan använda den.

6. Slutsats

SkandiaMäklarna är ett framgångsrikt mäklar företag som vill ligga i framkant och stå för nytänk. Genom att införa iPad som arbetsverktyg skiljer de sig från övriga mäklarbolag i Sverige. Det stora medieuppbåd som uppstod vid lanseringen av iPad väckte ett stort intresse av både företag och privatpersoner. SkandiaMäklarna såg tidigt potentialen i detta nya innovativa format och var det första mäklar företaget i landet att implementera iPad som arbetsverktyg.

Införandet av iPad har skapat nya möjligheter för SkandiaMäklarnas medarbetare att presentera sina tjänster och företaget som helhet vid olika typer av kundmöten. Tidigare har man varit bunden till att använda sig av mer traditionella presentationsmaterial i tryckt form såsom broschyrer. Med hjälp av iPad kan SkandiaMäklarna nu erbjuda sina kunder en ny och mer interaktiv upplevelse redan vid första kundmötet. iPad har också tillåtit mäklarna att erbjuda bättre support, genom att på plats kunna ansöka om lånelöften, visa upp hemsidor och söka efter information tillsammans med kunden. Här kan man tydligt se att iPad har förbättrat SkandiaMäklarnas tjänster och mäklarna själva hoppas i framtiden kunna erbjuda ännu mer support med hjälp av iPad ute på fältet när tekniken tillåter detta.

Reaktionerna SkandiaMäklarna har mött från sina kunder baseras i vår undersökning på mäklarnas egna upplevelser och hur de tolkat kundernas respons när de använt iPad i arbetet. Mäklarna säger att responsen från kunderna vid användandet av iPad mestadels har varit positiva. Kunderna har enligt mäklarna tyckt att mötena känts proffsiga, innovativa och framåttänkande. De mäklare vi har intervjuat säger dock att de medvetet gjort ett val att använda eller inte använda iPad vid sina kundmöten. Denna bedömning har gjorts främst beroende på kundens ålder, men även utifrån vad mäklaren själv tror att kunden har för behov. Den yngre kategorin har varit mer mottaglig för den nya tekniken och tycker att det är spännande och häftigt med iPad. Personer ur den äldre kategorin har i vissa fall sett iPad som ett irritationsmoment. En annan negativ effekt av iPad har varit att både mäklare och kunderna ibland har tappat fokus från vad som är viktigt vid exempelvis kundmöten. Mäklarnas egna attityder till iPad som arbetsverktyg har också varit delade. Det finns en viss rädsla att använda sig av ny teknik, men de som implementerat iPad i sitt arbetssätt har varit nöjda.

Storleken på iPad har passat mäklarnas behov väldigt bra och den beskrivs som smidig och lätthanterlig. Här nämns också att den bärbara datorn känns klumpig i förhållande till iPad ute på fältet. Formatet på iPad gör det möjligt att på ett snyggt och smidigt sätt presentera material på säger mäklarna. De har också uttryckligen sagt att de varken skulle vilja att iPad var större eller mindre. Skärmen har varit stor nog att presentera material på, men samtidigt lätt att bära med sig. Mäklarna säger också att batterierna i iPad kan vara upp till en vecka, vilket också har gjort att den känns väldigt mobil. Pekskärmen är lätt att använda, men kan ibland upplevas som något känslig. Det nämns att det skulle vara en fördel om iPad hade en USB-ingång för att lättare kunna föra över dokument och en kamera för att ta bilder i fastigheter, men det är inget som egentligen påverkat deras arbete.

iPad har främst använts som presentationsmaterial i samband med intag som är det första kundmötet. Här används den interna applikationen SKM Intag, som är likt ett

bildspel, för att presentera SkandiaMäklarnas tjänster. Alla mäklare har sagt att denna applikation har fungerat felfritt. En annan viktig funktion är åtkomsten av internet som har gett mäklarna möjlighet att ge support åt kunden på plats. Detta har fungerat bra utifrån deras användningsområden som främst består av att surfa på ett begränsat antal hemsidor, söka information och skicka e-post.

Vi har funnit att iPad har fungerat utmärkt som arbetsverktyg för vår utvalda målgrupp. Kraven som ställdes på iPad av SkandiaMäklarna var att den skulle kunna användas som en digital presentation vid kundmöten. Här har den uppfyllt sin funktion, men det betonas dock att alla kunder inte är redo för denna nya teknik och för att få ut den fulla potentialen av iPad bör den användas i rätt situation. Detta val har baserats på mäklarnas egna erfarenheter och åsikter. Ytterligare krav som ställts på iPad som arbetsverktyg kommer från mäklarna själva och inte centralt från huvudkontoret. De vill att iPad ska vara mobil, lättanvänd, snabb att starta upp, kunna komma åt internet, pålitlig och snygg. Här visar resultaten att även dessa krav har uppfyllts. Det finns områden där mäklarna har sett utrymme för iPad att ytterligare förbättra deras tjänster, men det är inget som de har ställt som krav i dagsläget.

I framtiden tror vi att iPad har potential att användas som arbetsverktyg i olika yrkesroller, men resultaten från vår undersökning visar att det är av allra största vikt att hitta rätt användningsområde. Vi har sett brister i tekniken som inte påverkat vår målgrupp, men vi tror att det kan påverka andra yrkesgrupper om de skulle införa iPad som arbetsverktyg. Det mesta talar för att spridningen av iPad inte kommer stagnera på ett bra tag och att i takt med att tekniken förbättras kommer även användningsområdena att bli mer varierade. Vi tror att iPad lämpar sig mycket bra som presentationsmaterial i olika situationer och det är just här vi tror att iPad kan spela en stor roll i framtiden.

6.1 Förslag på fortsatt arbete

Vi har undersökt hur iPad fungerar som arbetsverktyg för mäklare. För denna grupp fungerade iPad bra som arbetsverktyg i förhållande till deras syfte. Det skulle kunna vara av intresse att titta på en annan yrkesroll och se hur iPad kan eller har implementerats som arbetsverktyg där.

Det skulle även vara intressant att undersöka hur Apples bestämmelser och licensavgifter påverkar lönsamheten om man tänker skapa och distribuera en iPad-applikation via App Store.

Om en iPad-applikation ska lyckas bör den hamna på topplistan i App Store. Här skulle man kunna undersöka vilka faktorer som påverkar var olika applikationer hamnar på denna lista.

7. Litteraturföreteckning

7.1 Böcker

Gillham, B. (2008). *Forskningsintervjun* (1:1 uppl.). Malmö: Studentlitteratur. ISBN: 978-91-44-04012-7

Lantz, A. (2007). *Intervjumetodik* (2 uppl.). Poland: Studenlitteratur. ISBN: 978-91-44-00832-5

7.2 Internet

Adrian. (den 04 12 2010). *NetApplications: Apple's iOS Internet share grew 216% in a year*. Hämtat från <<http://www.dralnux.com/netapplications-apples-ios-internet-share-grew-216-in-a-year/>> den 01 03 2011

Alto, P. (den 31 01 2011). *Google's Android becomes the world's leading smart phone platform*. Hämtat från <<http://www.canalys.com/pr/2011/r2011013.html>> den 02 03 2011

Android. (2011). *About the Android open source project*. Hämtat från <<http://source.android.com/about/index.html>> den 03 03 2011

Apple. (den 27 01 2010). *Apple launches iPad*. Hämtat från <<http://www.apple.com/pr/library/2010/01/27ipad.html>> den 04 03 2011

Apple. (2011). *Apple's App Store downloads top 10 billion*. Hämtat från <<http://www.apple.com/pr/library/2011/01/22appstore.html>> den 15 04 2011

Apple. (den 23 03 2011). *iOS Human Interface Guidelines: Human Interface Principles*. Hämtat från <<http://developer.apple.com/library/ios/#documentation/userexperience/conceptual/mobilehig/Principles/Principles.html>> den 16 04 2011

Apple. (2011). *iOS Overview - Apple Developer*. Hämtat från <<http://developer.apple.com/technologies/ios/>> den 16 04 2011

Businessinsider. (2011). *CHARTS OF THE WEEK: All Those iPad Competitors Are Toast*. Hämtat från <<http://www.businessinsider.com/charts-of-the-week-ipad-competition-is-toast-2011-3#google-is-closing-the-gap-on-apples-app-store-3>> den 29 04 2011

Daytona. (2010) *Vad används iPad till? – Daytona Insights* Hämtad från <<http://www.daytona.se/insights/ipad-10/vad#fig-13>> den 16 04 2011

- Elgin, B. (den 17 08 2005). *Google buys Andoid for Its Mobile Arsenal*. Hämtat från <http://www.businessweek.com/technology/content/aug2005/tc20050817_0949_tc024.htm> den 16 04 2011
- Gates, B. (den 07 05 2008). *Bill Gates: Japan—Windows Digital Lifestyle Consortium*. Hämtat från <<http://www.microsoft.com/presspass/exec/billg/speeches/2008/05-07japanwdlc.msp>> den 05 03 2011
- Happiness. (2011). *Happiness*. Hämtat från <<http://www.happiness.se/portfolio/>> den 15 04 2011
- IDG. (den 31 01 2011). *Konkurrensen ökar för iPad*. Hämtat från <<http://macworld.idg.se/2.1038/1.366167/konkurrensen-okar-for-ipad>> den 05 03 2011
- IGN. (den 01 04 2010). *The history of the tablet PC*. Hämtat från <<http://gear.ign.com/articles/108/1081155p1.html>> den 06 03 2011
- Jobs, S. (den 06 07 2010). *All things video*. Hämtat från <<http://video.allthingsd.com/video/d8-steve-jobs-onstage-full-length-video/70F7CC1D-FFBF-4BE0-BFF1-08C300E31E11/>> den 07 03 2011
- Nagamine, K. (den 10 03 2011). *IDC- Press release*. Hämtat från <<http://www.idc.com/about/viewpressrelease.jsp?containerId=prUS22737611§ionId=null&elementId=null&pageType=SYNOPSIS>> den 07 03 2011
- SkandiaMäklarna. (2011). *SkandiaMäklarna*. Hämtat från <<http://www.skandiamaklarna.se/om-oss/index.php>> den 15 04 2011
- Tidningsutgivarna. (den 01 03 2011). *Nära en halv miljon svenskar har eller planerar skaffa iPad*. Hämtat från <<http://www.tu.se/pressrum/soek/pressmeddelanden/3222-naera-en-halv-miljon-svenskar-har-eller-planerar-skaffa-ipad>> den 16 04 2011
- Truta, F. (den 13 09 2010). *Apple issues official statement on iPad China launch*. Hämtat från <<http://news.softpedia.com/news/Apple-Issues-Official-Statement-on-iPad-China-Launch-156161.shtml>> den 19 03 2011
- Turner, D. (den 19 02 2011). *Top new android tablets 2011: Pick of the best*. Hämtat från <<http://www.onlinesocialmedia.net/20110219/top-new-android-tablets-2011-pick-of-the-best/>> den 08 03 2011
- Ward, J. R. (2011). *History of Pen and Gesture Computing*. Hämtat från Annotated Bibliography in Pen Computing and Tablet Computers: Copyright Jean Renard Ward: <<http://rwservices.no-ip.info:81/pens/biblio70.html#Dimond57>> den 15 02 2011
- Ward, J. R. (2011). *History of Pen and Gesture Computing*. Hämtat från Annotated Bibliography in Pen Computing and Tablet Computers: Copyright Jean Renard Ward: <<http://rwservices.no-ip.info:81/pens/biblio83.html#Pconcept83>> den 15 02 2011

Wilcox, J. (den 26 01 2011). *Is iPad a PC? Canalys says yes, and that makes Apple No. 3 in global market share*. Hämtat från <<http://www.betanews.com/joewilcox/article/Is-iPad-a-PC-Canalys-says-yes-and-that-makes-Apple-No-3-in-global-market-share/1296072476>> den 15 03 2011

7.3 Intervjuer

Anonym mäklare #1 (2011), SkandiaMäklarna

Flynnner Urban (2011), SkandiaMäklarna

Källmyr Ida (2011), SkandiaMäklarna

Svanholm Anna (2011), SkandiaMäklarna

Tjernberg Sofia (2011), SkandiaMäklarna

Wikström Fredrik (2011), SkandiaMäklarna

7.4 Figurer

Figur 1 är hämtad från <www.macrent.se/pdf/produkt_pdf/ipad_2010.pdf> den 12 04 2011

Figur 2 är skickad via e-post av Maria Hall, SkandiaMäklarna den 12 04 2011

Bilaga 1

Beskriv intervjuens syfte.

Är det okej att vi spelar in denna intervju?

Får vi använda ditt namn i vår uppsats?

Beskriv din första kontakt med iPad.

1. När hade du din första kontakt med iPad?

Vad var dina första intryck av iPad?

2. När introducerades iPad på ert kontor?

3. Vad var syftet med att införa iPad på Skandiamäklarna/ert kontor?

Vad har du för åsikter kring införandet av iPad?

Hur användbar tycker du att iPad har varit för dig i arbetet?

Vad tycker du om iPads utformning?

4. Vad tycker du om iPads format? (storlek, vikt)

5. Hur känns det att navigera sig med pekskärmen? Använda det virtuella tangentbordet.

6. Är batteritiden tillräcklig?

7. Finns det tillräckligt med minne?

8. Hur fungerar den trådlösa kommunikationen?

9. Saknar du några fysiska funktioner hos iPad? (kamera, USB)

Vad tycker du om anslutningsmöjligheterna till iPad? (saknar du fysiska kontakter eller har de trådlösa förbindelserna varit tillräckliga?)

Hur fungerar iPad i ditt arbete?

10. Hur ofta skulle du säga att du använder din iPad i arbetet?

11. I vilka sammanhang använder du din iPad?

12. I dessa sammanhang, hur har du upplevt iPad som arbetsverktyg?

13. Vilka attityder har du mött från kunden när du använt din iPad?

14. Har du medvetet valt att använda eller inte använda iPad vid vissa kundmöten? Varför?

Vilka funktioner till iPad är viktigast för dig?

15. Vilka funktioner till iPad är viktigast för dig i arbetet? (email, ändra annonser, surfa)

16. Hur tycker du att det fungerar att surfa på internet med iPad? (har du märkt några begränsningar, saknar du flash?)

17. Många av funktionerna hos iPad finns även hos smartphone och dator. Hur tycker du att det fungerar att använda iPad istället för dessa alternativ?

18. Vilka applikationer önskar du fanns till iPad som inte finns idag?

19. Har du någon gång själv installerat applikationer till din iPad i arbetssyfte? Vad tyckte du om denna process?

20. Vad tycker du om Apple App store som plattform för att distribuera applikationer till iPad?

Har du ytterligare åsikter kring iPad?

Bilaga 2

Kompletterande intervjufrågor

1. Vilka arbetsverktyg använder du dig av förutom iPad?
2. Vad använde du dig av vid ett kundmöte/intag för att presentera er tjänst innan iPad?

