

Nokia meikkaa mikot

■ SYYNISSÄ

Tietokoneala on myös kosmetiikkaa. Jokainen haluaa keskustella tyylikkästä ehostatun ruudun kanssa. Jos kella, niin Nokialla on tässä suhteessa miellyttävät perinteet. Ulkonäkö ei ole pettänyt. Ruudut ovat ergonomialtaan hyviä, ja värikin on ollut konttoriympäristöön sopiva.

Muutos on silti paikallaan. Nokian erilaiset tuotteet on saatava suuryrityksen imagon vaatimalle yhtenäiselle tasolle, ja tietysti uusi meikki myös piristää.

Italia on kaukana

Uudet värit ovat vaaleita, taitettuja sävyvärejä. Tuotteet ovat kuin pala talvista Suomea kello 15.30.

Italialaista rohkeutta niissä ei ole. Hieman suurompi erottuvuus olisi ollut paikallaan.

Nyt asiakkaiden silmiä pitää skarpata miljoonien mainoskampanjoilla.

— Käyhän se niinkin: "Katsokaa puuteroitua kaunotarta. Eikö hän sopisi toimistoonne".

Sisäinen ehostos

Värit yhtenäistyvät uusien tuotteiden myötä. Nyt ensimmäiseksi tuli uudistettu MikroMikko 3TT m215. Se on ns. 286-kone. Nopeutta on nostettu 8:sta MHz:sta 12.5:een. Tämä katsotta-



Ilkka Leino

Hyvä runko kaippaa maalia päälle. Nokian atk-tavara on uusien tuotteiden myötä yhtenäisesti värjätty.

koon normaaliksi ajan tasalla pysymiseksi.

Tuli muutakin pientä. Mikon siroon keskusyksikkölaatikkoon mahtuu nyt kaksi "ylimääräistä" 16 bitin korttia, ja hiiren liitäntä on IBM:n PS/2:n mukainen.

Keskusmuistia on 2—4 megaa, ja sitä pystytään

myös käyttämään automaattisesti mukana tulevan lisäominaisuuden avulla.

Perus-Mikko

Ulkoa ja sisältä penslattu Mikko on tavallisen käyttäjän työasema. Sitä myydään ylivoimaisesti eniten. Hinta, teho, laatu ja toimit-

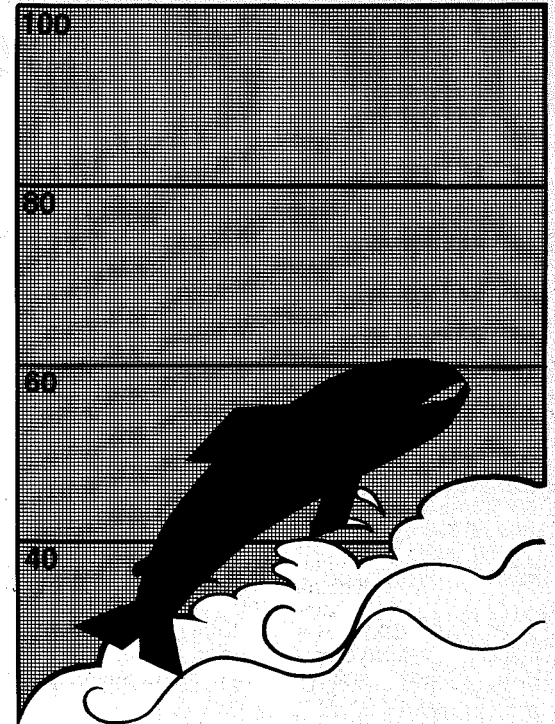
tajan nimi ovat asiakkaiden kannalta onnistuneessa suhteessa. Yleissopiva mikro maksaa reilut 25 000 markkaa.

Väriruudun ja verkon suosio kasvaa. Ikkunalliset ohjelmatuotteet ja hiiri ovat jo melkein aina uuden käyttäjän perustyökaluja. Uudistunut Mikko aikoo

lohkaista edelleen aimo annoksen markkinakakkua näiltä, sille tutuilta alueilta.

Unohda avain

Taskussa tai laukussa kiltsevää avainta ei enää tarvita. Nyt käytetään vain salasanoja. Mikossa niitä on kolmessa kerroksessa.



Makuuhuoneympäristöstä saadut värit eivät ärsytä ketään. Ne pököävät tehohohen ei nyt kosken päälle, mutta yli puolen välin kumminkin.

Ensimmäisellä päästään verkkoon, toisella käyttäjäkohtaisesti systeemiin ja kolmas vasta näppärä on.

Sillä suljetaan näppäimistö vaikkapa kahville mentessä. Näppäimistö voidaan laittaa sulkeutumaan myös itsestään määräajan kuluttua, vaikkapa tunnissa.

— Käyttäjä asettaa itse salasanan.

Näppäimistöä puheenolleen se on "standardin" mukainen. Uudessa Mikossa ei enää käytetä Nokian omia pehmonäppäimiä.

Messukalu

Ensimmäisen kerran värjättyä Mikkoa kokeillaan tosimielellä Hannoverin messuilla kevään alussa. Tässä tarkoitetaan siis ulkonäköä.

Messuilla ja sitä myöten koko mikromarkkinoilla on satoja, jopa tuhansia liki-

main samanlaisia koneita. Ne erottuvat toisistaan juuri ja juuri ulkonäkönsä puolesta.

Nokia on hyvin ymmärtänyt kulissien merkityksen. Sama tavara kauniissa paketissa on parempi tavara. Myydäänhan autojakin paljolti ulkonäön perusteella.

Niin se on kait mikroissakin. Kahdesta samanlaisesta valitaan kauniimpi tai miellyttävämpi. Tuote "maalaa" myös yrityksen imagoa siinä missä siistit, näppärit herrat ja tuotesittelijätkin.

Vaikka tässä on sanottu, että värytys ei vie Mikkoa suurten taideteosten joukkoon, se antaa parempaa puheenjuurta kuin säästä puhuminen.

HEIKKI KYRÖ