

# Digitalne storitve in njihov vpliv na razvoj novih poslovnih modelov

## 41. marketinški fokus

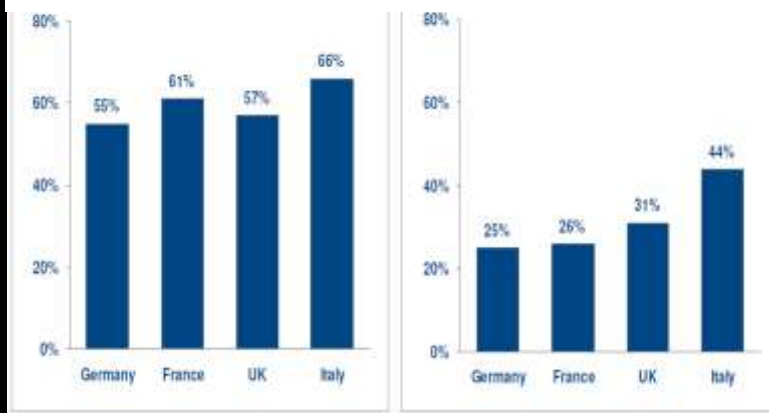
---

Tomaž Pernovšek, Planet 9  
tomaz.pernovsek@planet9.si

# Uporabniški trendi

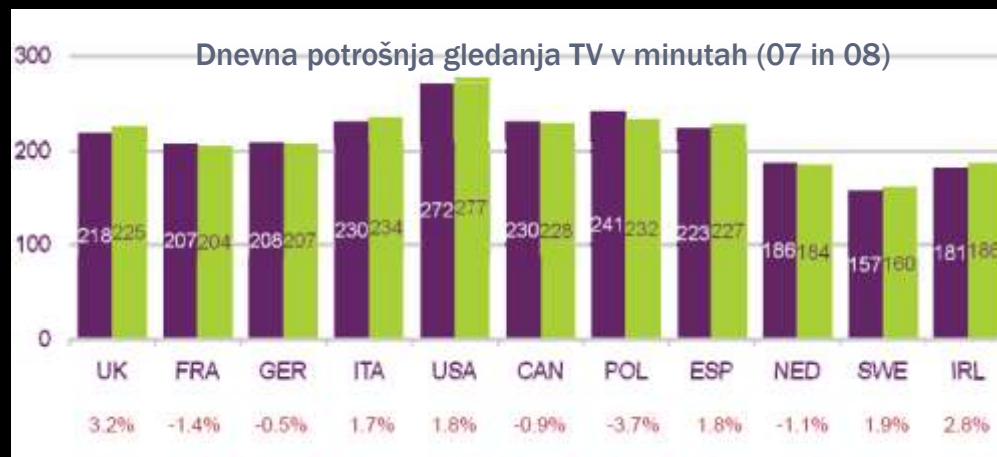
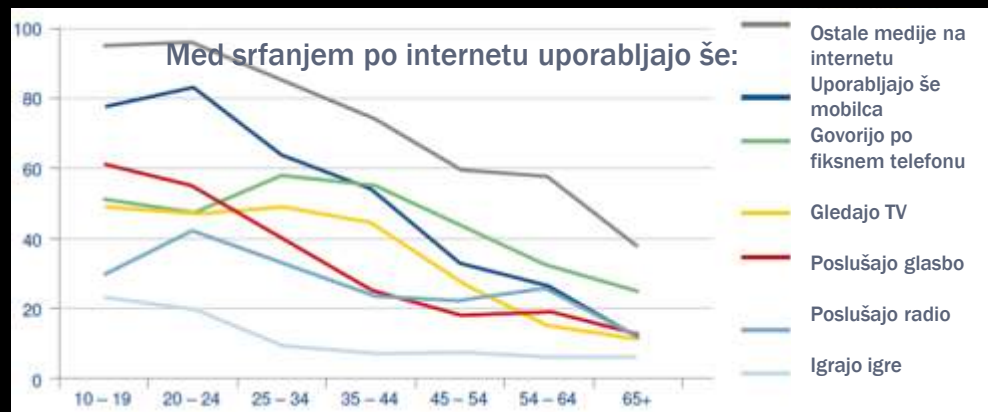
- Medijska potrošnja je danes rekordna
- Internet je postal resen konkurent TV predvsem pri mlajši generaciji, s tem da:
  - TV gledajo na vseh terminalih > zahteva po personalizaciji uporabe
  - TV aparat pridobiva vse več vsebin > s strani operaterjev ali z javnega interneta
  - Uporaba medija se spreminja

% uporabnikov ki bi radi gledali TV na Pcjih (2009) in na mobilnih aparatih (2009) po državah



# Potrošnja TV in ostalih medijev

- TV tako še vedno in vse bolj ostaja
- Uporabniki so multitasking!
- Glede na različne karakteristike in počutja so bolj ali manj naslonjeni nazaj ali naprej...





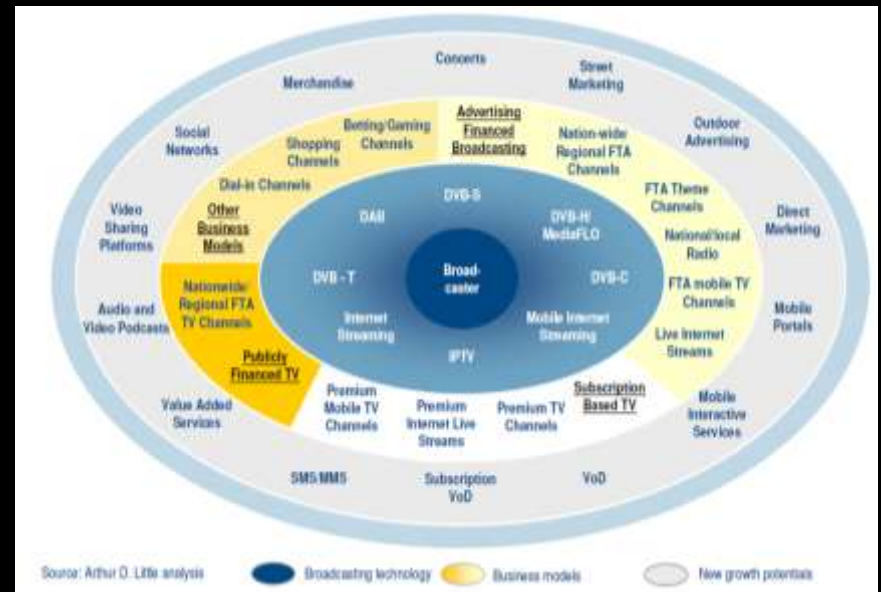
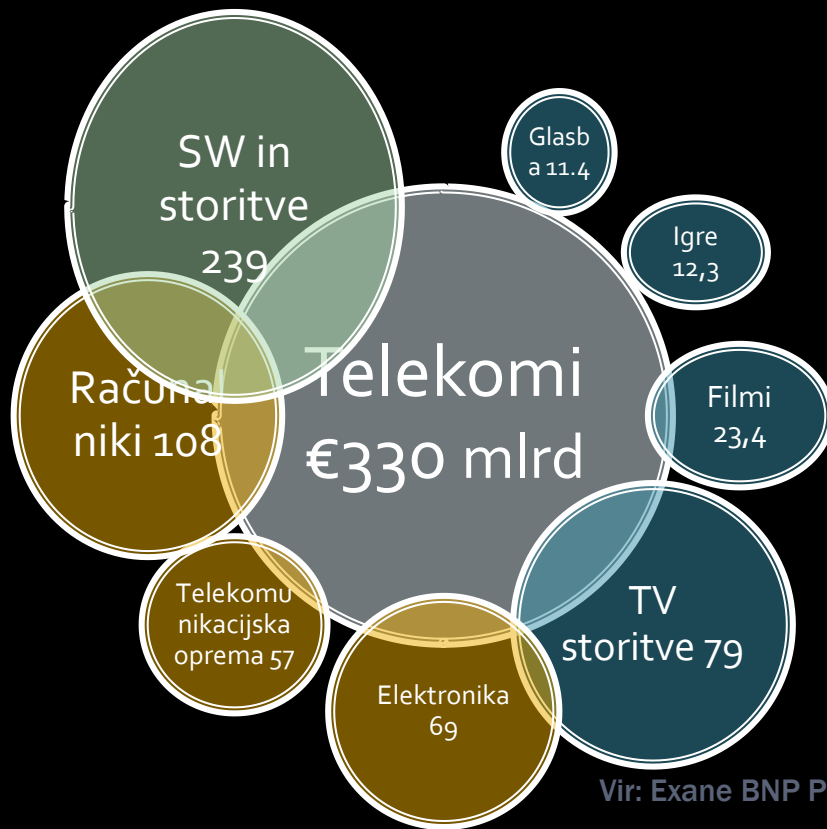
# Nova televizija

- Integracija televizije z drugimi vrstami zabave na različnih platformah in napravah
- Nova televizija kot storitev ne le na klasičnih TV napravah
- 3 osnovne vrste storitev – linearna TV, VOD in inovativne TV storitve
- Novo televizijo sestavljajo:
  - Broadcasterji
  - Telekomu
  - Internetna podjetja

**Spletna TV=> Nova TV <= TV 3.0**

# TV eko-sistem

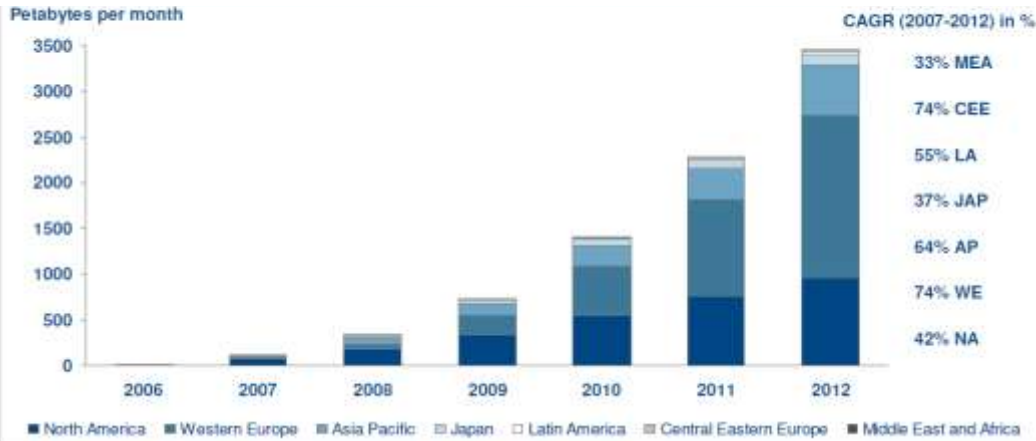
- Sestavljen iz več tehničnih platform, več načinov distribucije vsebin in novih poslovnih modelov
- Velikost TV trga v Evropi, 2008



# Trendi na platformah

- Tv gre proti spletu
- TV gre na mobilce
- Splet gre na TV
- Proizvajalci TV se povezujejo s spletom
- Na TV prihaja spletno oglaševanje!

Globalna uporaba internetnega videa na TV aparatih (do 2012)



Vir: Media Perspektiven 2009, Arthur D. Little analysis

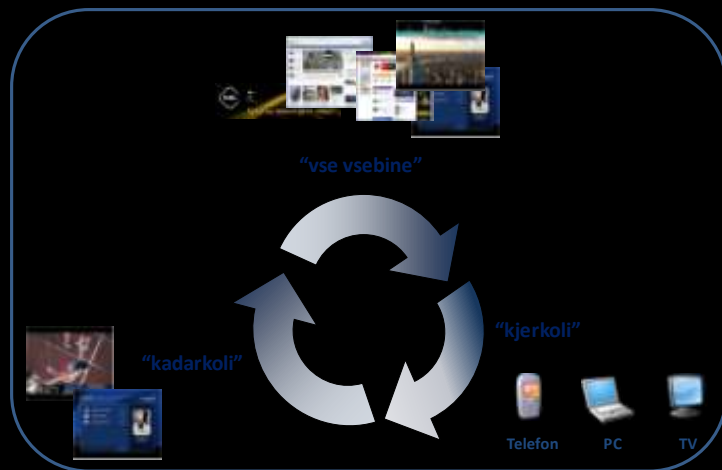




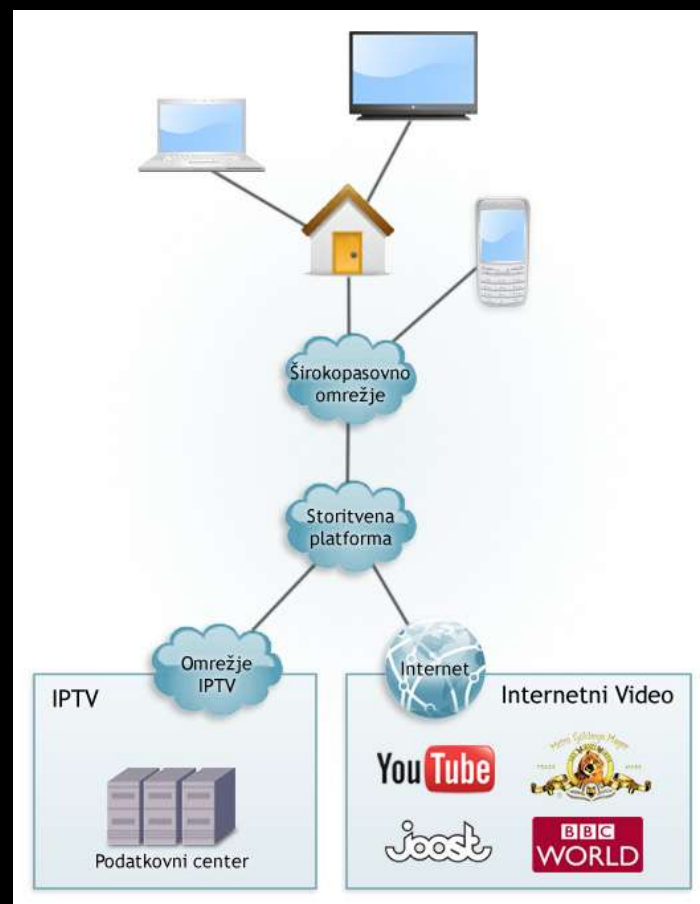
# Nove priložnosti za svet digitala

- Nov TV je gotovo moteč (disruptive) poslovni model, ki spreminja logiko objavljanja in oglaševanja
- Kontekstualno oglaševanje prihaja na TV
- Povezovanje TV in radijskih postaj in gledalcev
- TV in radii postajajo dostopni istočasno preko TV aparatov, računalnikov in mobilcev
- Tudi SME in SOHO segment lahko ustvarja svoj TV/radio
- Video ni več brezplačen

# V praksi: Strategija 3 zaslonov in 2 anten



- Vsebina iz dveh virov
- Dostop preko vseh terminalov
- Skupnost
- EPG v2
- Oglaševanje
- Medijska platforma za agencije in ostala podjetja





# SiOL iO – spletna TV

- TV postaje na spletu
- VOD
- Zajemčena video distribucija
- Brezplačni in premium kanali
- Širjenje tudi preko družabnih omrežij

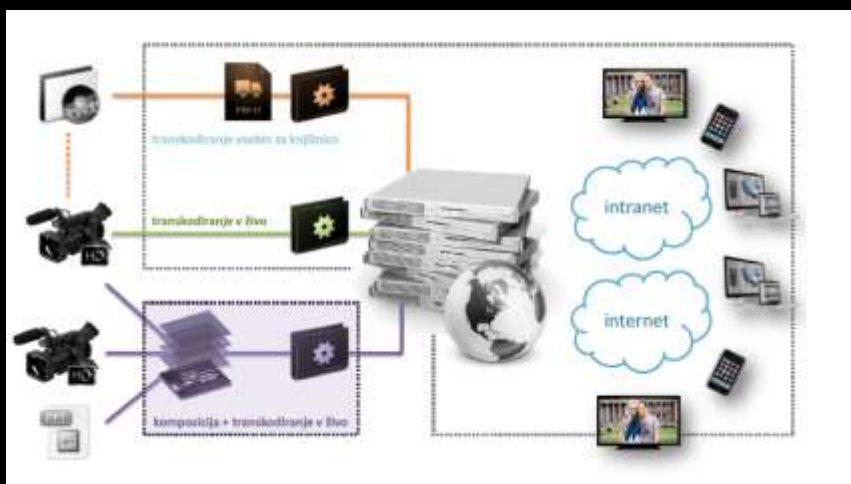


# iO Pro – poslovna TV

Video CMS je zasnovan z naslednjimi smernicami:

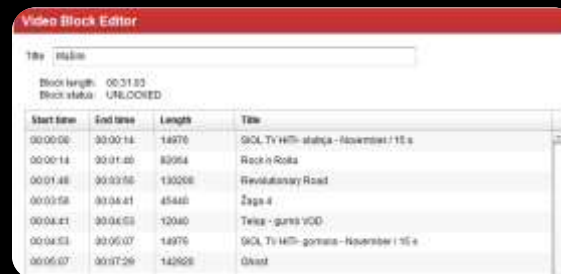
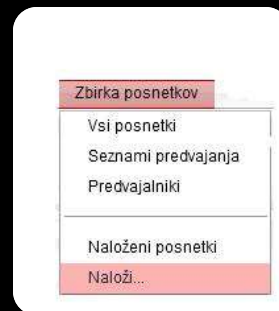
- Dostopnost preko spleta.
- Enostavna uporaba in hitra objava vsebine.
- Plasiranje video vsebine na več medijev (IP TV, WEB, mobile).
- Vzpostavitev kontekstualnega oglaševanja
- Vzpostavitev plačljivih poslovnih modelov za video

Video vsebina je tako na televiziji lahko objavljena v le nekaj minutah.



# Primer objave vsebin za TV

1. Video se naloži iz računalnika uporabnika. Sistem za nalaganje podpira več formatov, ki jih transkodira v format za predvajanje na izbranem mediju (web, TV)
2. Ko je video naložen, ga uporabnik še opremi z osnovnimi podatki.
3. Opremljen video je pripravljen za objavo in uporabnik ga lahko enostavno umesti v seznam predvajanja
4. Video se lahko preko embed kode umesti na katerokoli spletno stran



# Kaj je torej novega?

