

T · · Mobile ·
prostě **blíž**



Televize v kapse

Výsledek testu 23. 10. – 5. 12. 2006

T-Mobile uvádí

- Cíle výzkumu
- Hlavní závěry
- Detailní závěry a analýza
- Programová nabídka
- Potenciál a cena
- Další vývoj

Cíle výzkumu

T-Mobile hodlá do své komerční nabídky zahrnout „Televizi v kapse“ digitální TV v mobilu na základě technologie DVB-H.

Testování pilotního vysílání mělo za úkol získat odpovědi na tyto otázky:

- Jaký obsah/program zákazníci chtějí?
- Jaká je kvalita testované služby a přístrojů?
- Jaké je typické uživatelské chování?
- Co zákazníci oceňují na nabízené službě? Vnímají její budoucnost?
- Jaké cenové modely jsou preferovány, kolik je zákazník za službu ochoten zaplatit?

Metodologie výzkumu

Metodologie:	Kvantitativní, face-to-face rozhovory 2 vlny: pre-test a post-test
Lokalita:	Praha
Velikost vzorku:	209 respondentů; zaměstnanci a zákazníci T-Mobile, novináři, partneři
Období:	23. 10. – 5. 12. 2006
Data:	Všechny dotazníky pečlivě zkontrolovány a kódovány. Data statisticky zpracována pomocí Tambor Data Entry, MS Excel a SPSS.

Hlavní závěry

Hlavní závěry

- Službu použily alespoň jednou denně 4/5 respondentů.
- Průměrná délka jednoho sledování cca 20 minut.
- Hlavní výhoda: mobilita a kvalita obrazu, jednoduchost.
- Top 4 programy: ČT24, Óčko, Filmbox a t-music.
- Největší potenciál mají programy vhodné pro krátkodobé sledování: zprávy, hudba. Filmy na 3. Místě.
- Respondenti by v nabídce uvítali hlavní TV kanály, na něž jsou zvyklí (Nova, ČT1, ČT2, Prima).
- Polovina uživatelů alespoň jednou využila interaktivní aplikace.

Cena a potenciál

- Služba se jevila jako atraktivní většině zaměstnanců T-Mobile a segmentu mladých lidí, kteří mají svůj vlastní příjem.
- Cena: preferovanou variantou je měsíční platba za balíček programů; jako optimální uvedli respondenti cenu balíčku do 100 Kč za základní balíček a cca dvojnásobnou cenu v případě balíčku prémiového.
- 28 % zákazníků považuje za zajímavou možnost předplatit si měsíčně 1 kanál, optimální cena je do 40 Kč/kanál/měsíc.
- Nejméně oblíbenou variantou je denní platba za kanál (23 %), zákazníci jsou ochotni zaplatit kolem 20 Kč/kanál/den.
- 72 % respondentů by chtělo mít možnost předplatit si speciální pořad, maximální cena by neměla překročit 65 Kč.
- Podle většiny respondentů by cena koncového zařízení neměla přesáhnout 8 000 Kč.

Detailní závěry a analýza

Televize v kapse: užívanost

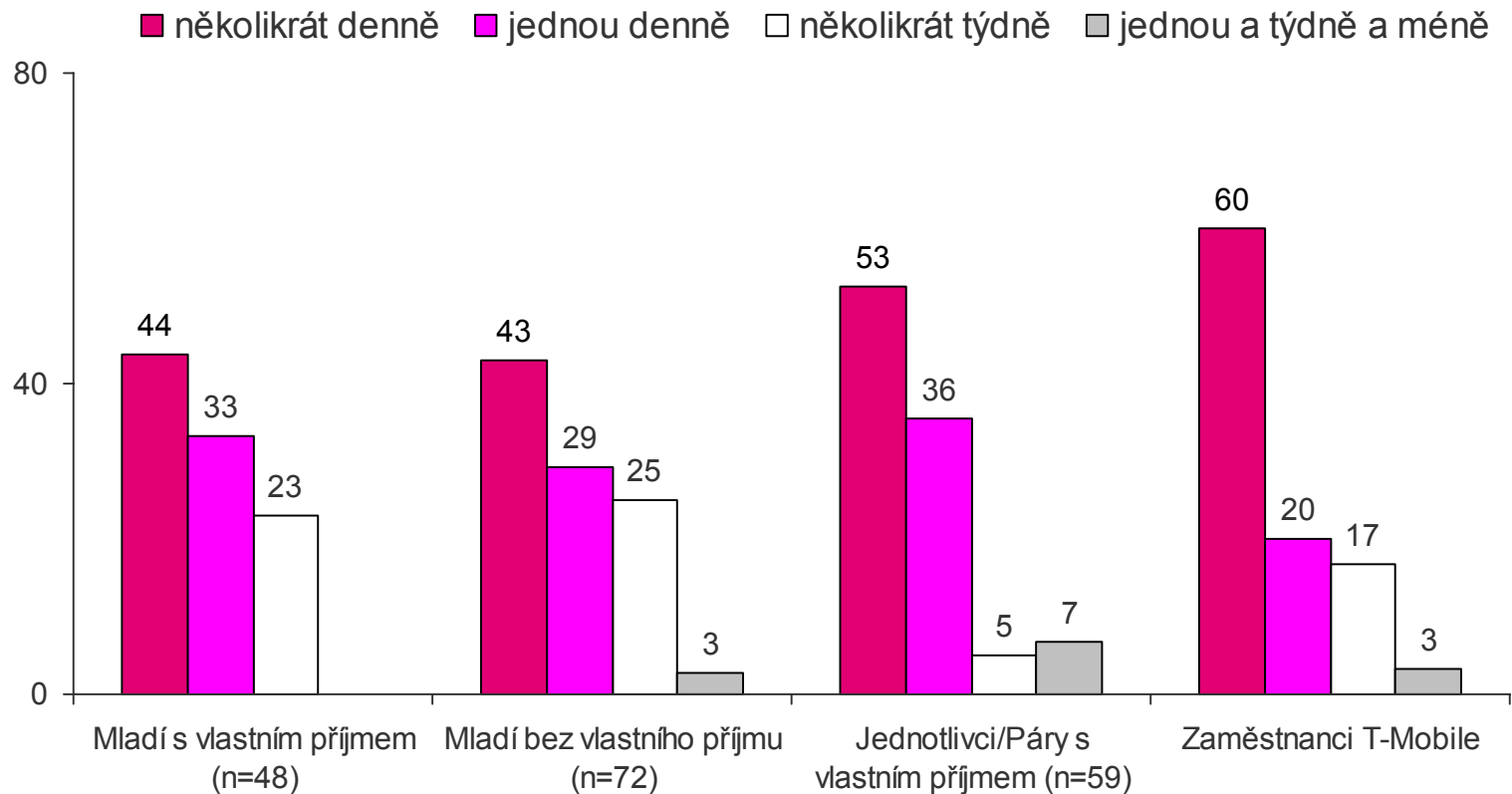


Délka a četnost sledování; situace, kdy byla služba sledována nejčastěji; hodnocení služby

Použití služby - frekvence

Jak často jste sledovali Televizi v kapse?

4 z 5 respondentů použili službu alespoň 1 x denně. Nejčastěji TV v kapse sledovala skupina jednotlivci/páry s vlastním příjmem a zaměstnanci T-Mobile

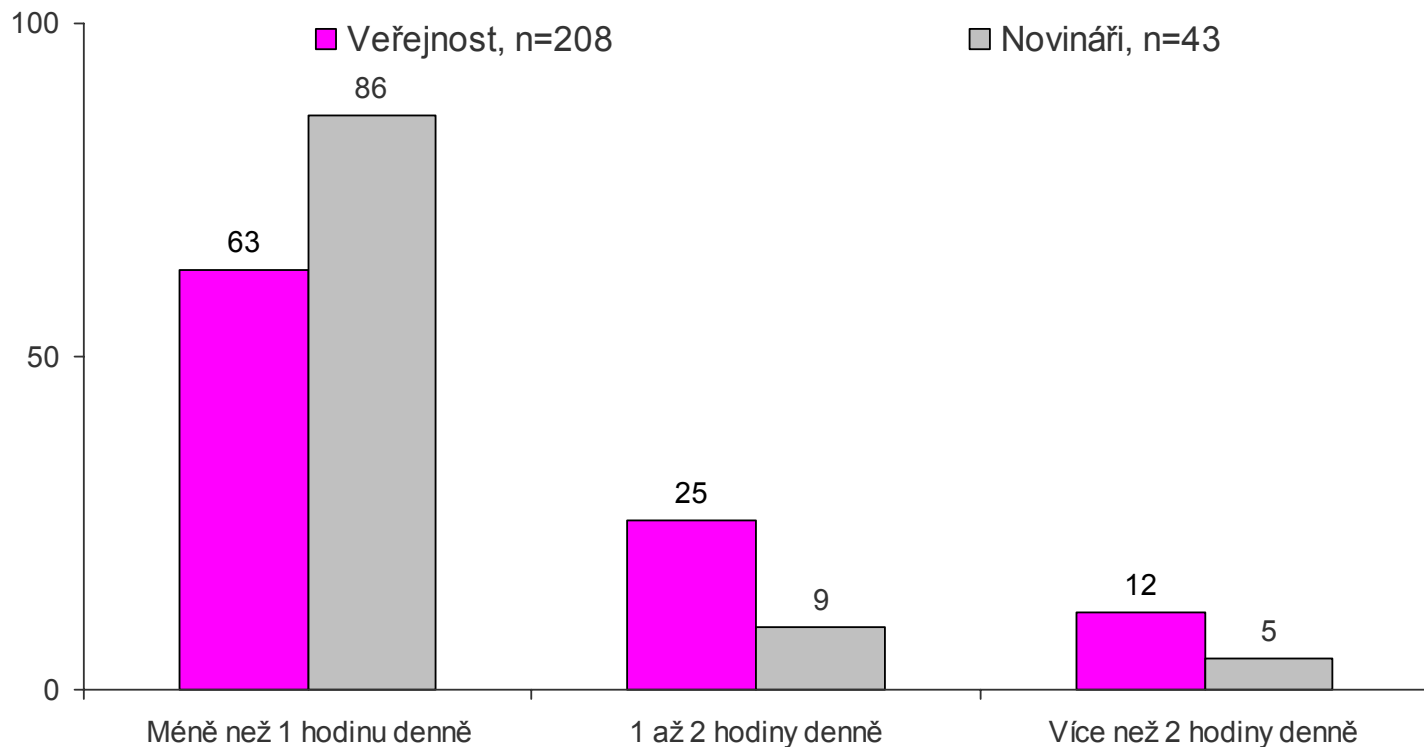


Použití služby – frekvence

Novináři vs. ostatní uživatelé

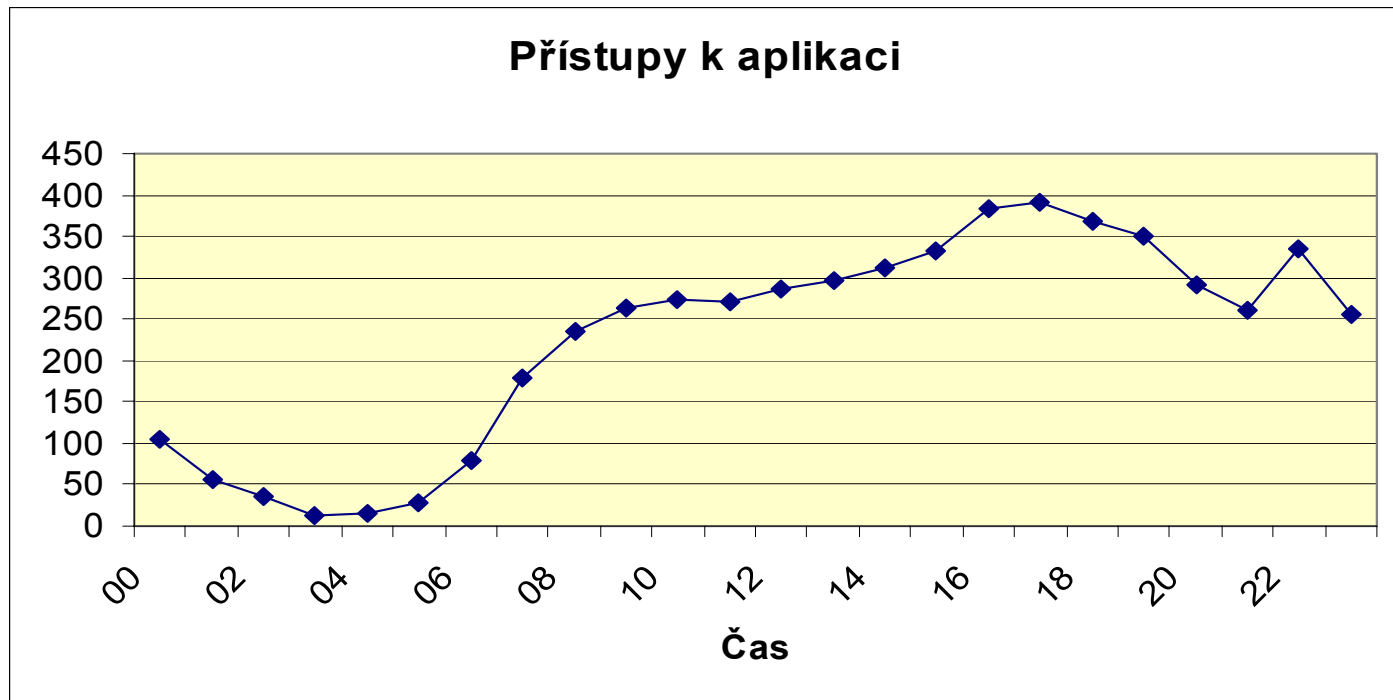
Jak často jste sledovali Televizi v kapse?

Ve srovnání s ostatními respondenty, strávili novináři sledováním Televize v kapse podstatně méně času.



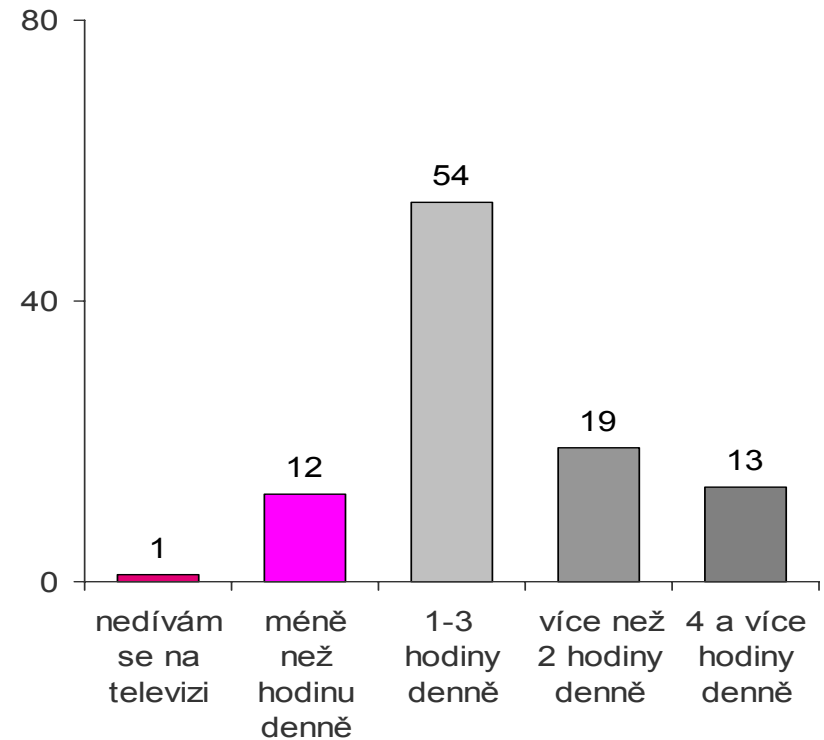
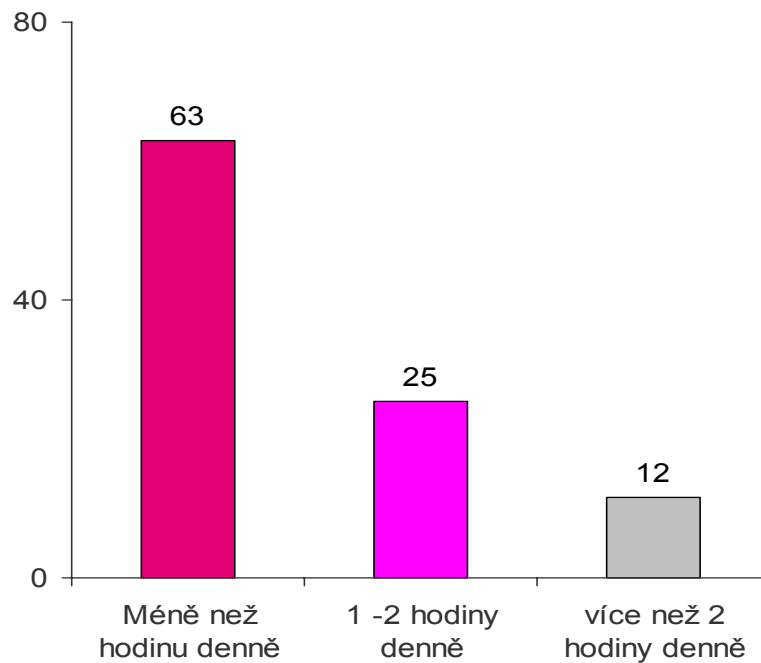
Použití služby – provozní data

- TV aplikace byla použita více než 5000x
- Průběh sledovanosti splnil očekávání, odpovídá biorytmu běžného diváka a do značné míry průběhu sledovanosti analogové TV
- Druhý vrchol sledovanosti ve 22:00 souvisí s nástupem Playboy TV



Srovnání sledovanosti s klasickou TV

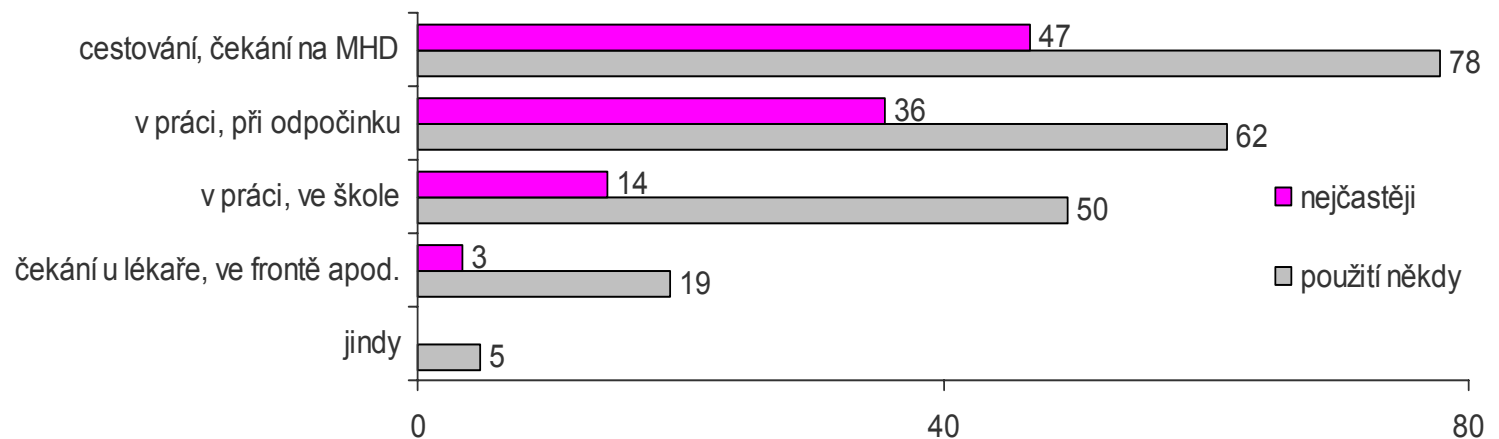
Jak často jste používali Televizi v kapse? Kolik času trávíte sledováním televize?
Méně než hodinu sleduje klasickou televizi 13 % respondentů, zatímco v případě TV v kapse je to plných 63 %.



Situace, v nichž byla sledována TV v kapse

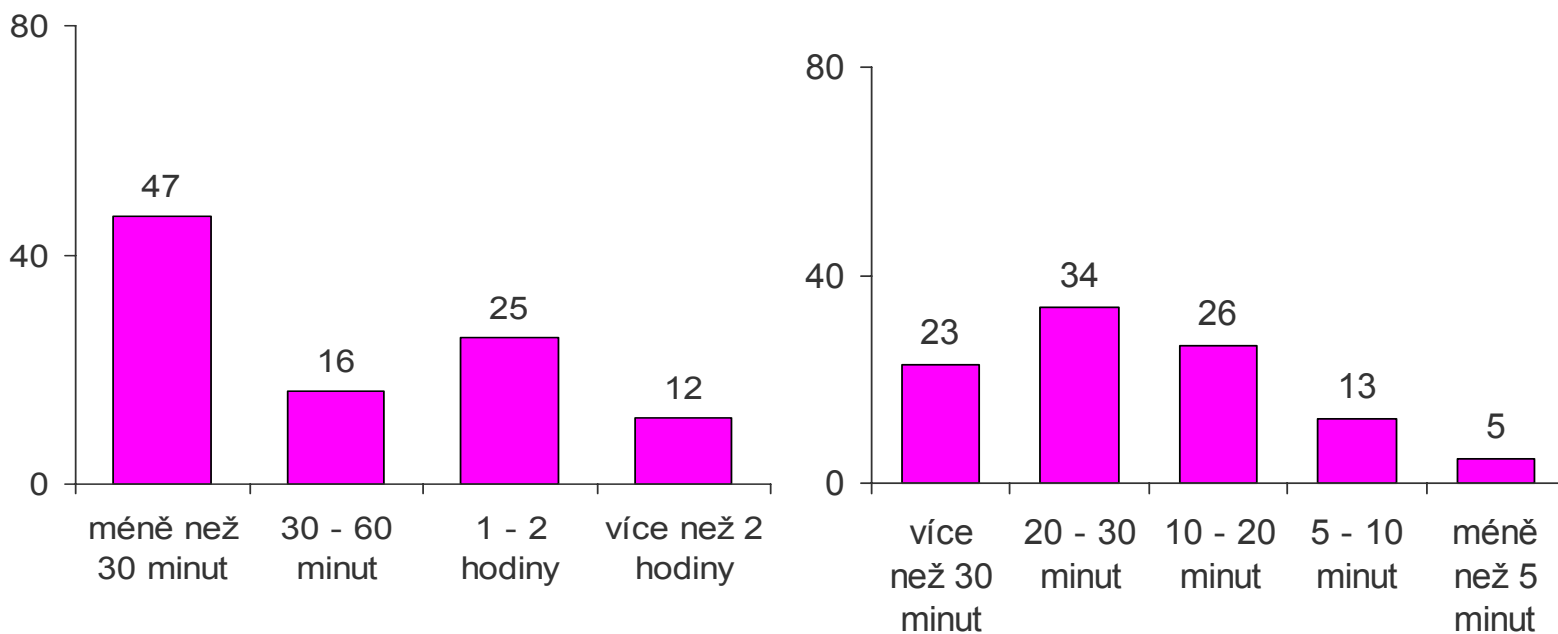
Ve kterých situacích jste sledovali TV v kapse? Kdy nejčastěji?

Podle předpokladů nejčastěji respondenti sledovali TV v kapse při cestování a čekání na MHD.



Situace, v nichž byla sledována TV v kapse

Kolik času jste denně strávili používáním služby? Jak dlouho trvalo jedno použití služby? Většina zákazníků službu používala méně než 30 minut denně. Průměrná délka jednoho sledování televize byla cca 20 minut.

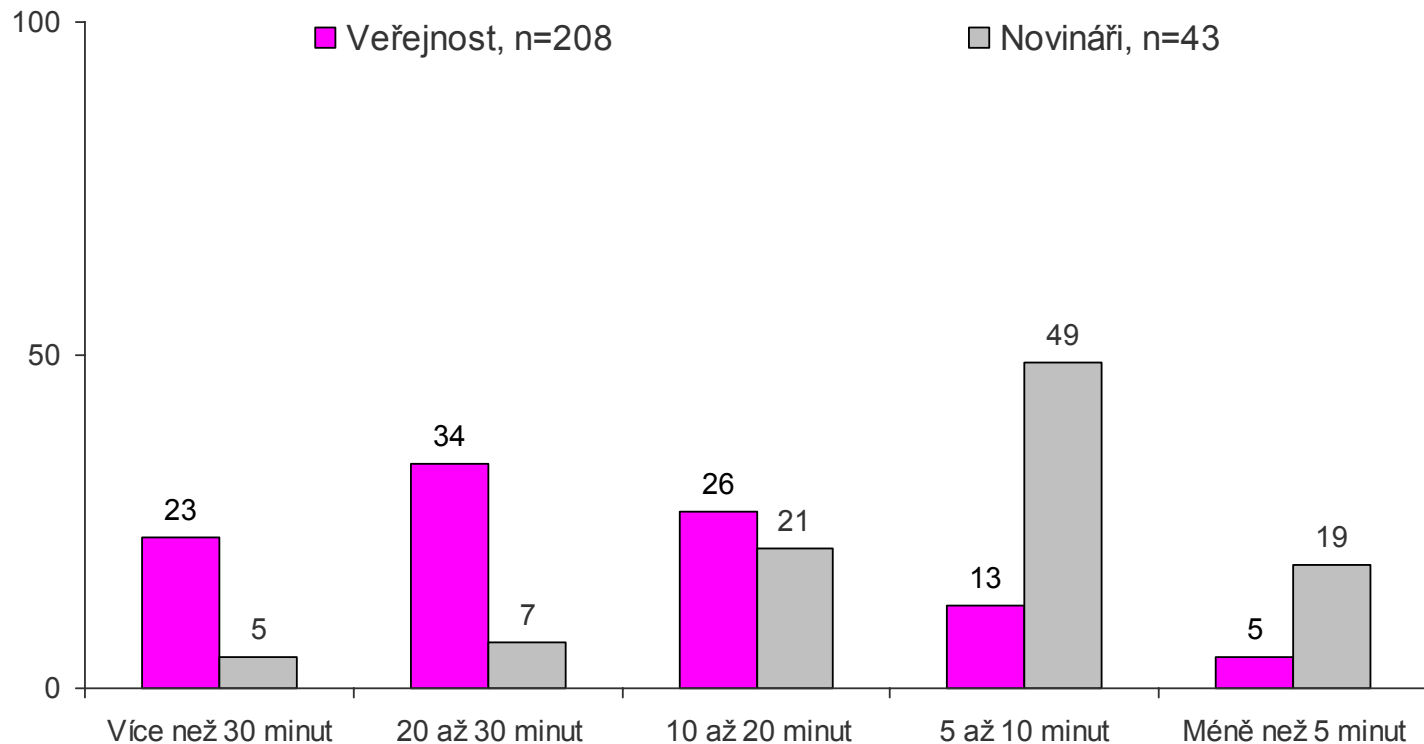


Situace, v nichž byla sledována TV v kapse

Novináři vs. ostatní uživatelé služby

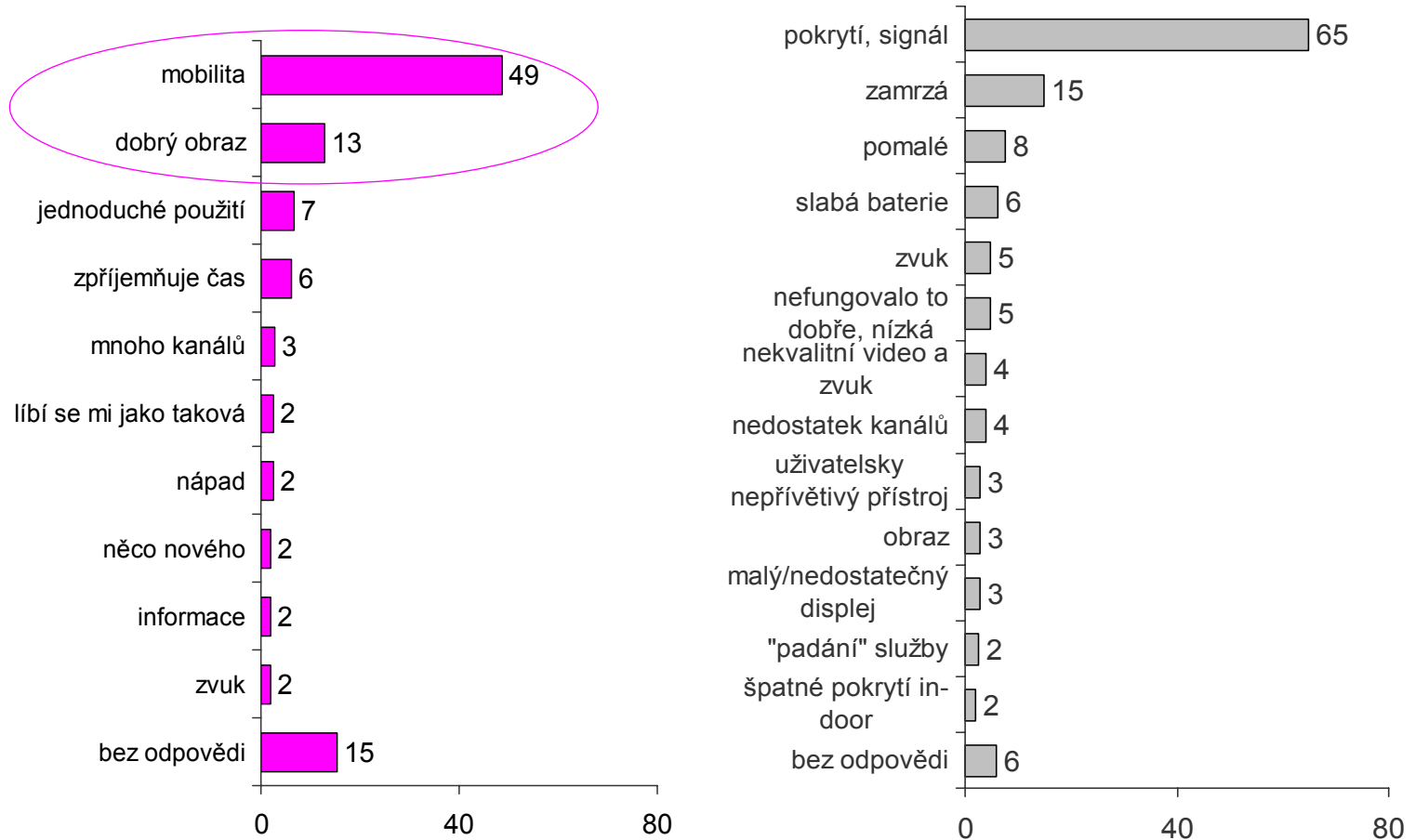
Jak dlouho trvalo jedno použití služby?

Zatímco u ostatních respondentů byla průměrná délka jednoho sledování televize průměrně 20 minut, 24 novinářů nepřekročilo při sledování televize dobu 5 až 10 minut.



Co se na službě líbilo/nelíbilo

Na TV v kapse se líbí základní myšlenka služby (mobilita, obraz). Hlavním nedostatkem služby v testovacím provozu bylo pokrytí/signál a „zamrzání“ mobilu.

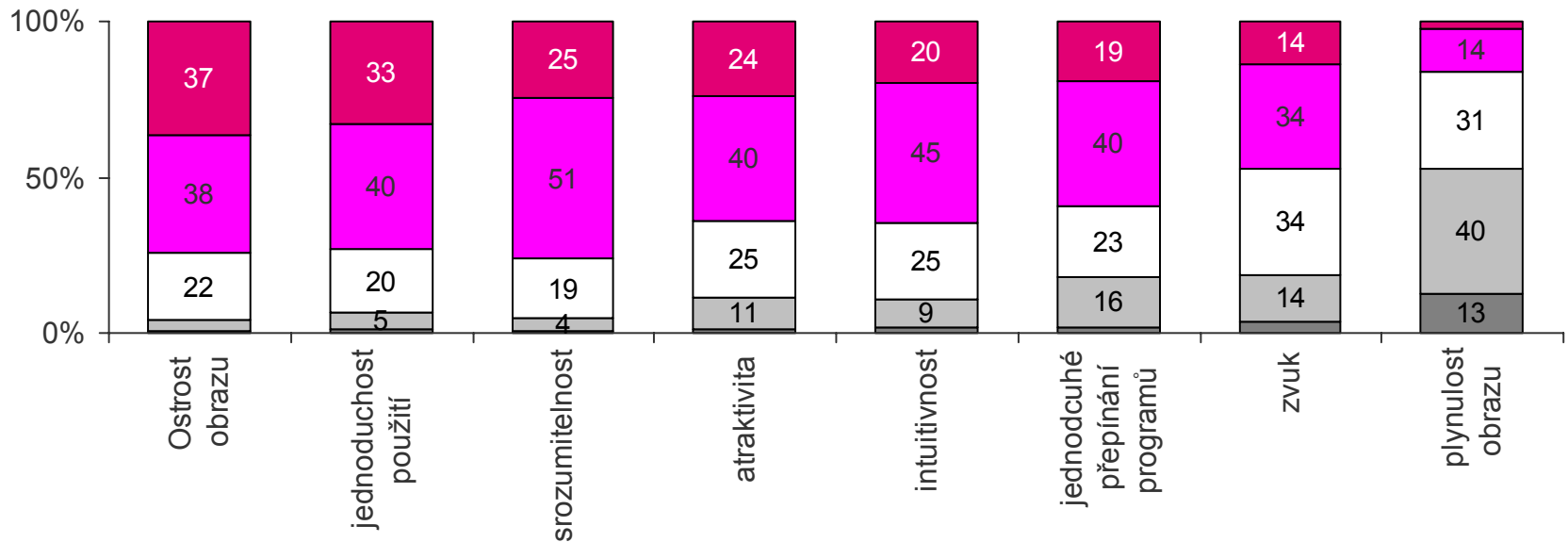


Hodnocení aspektů služby

Ohodnoťte uvedené charakteristiky služby

Nejlépe hodnocenými aspekty jsou ostrost obrazu, jednoduchost použití, srozumitelnost. Nejkritičtěji hodnoceným aspektem byla plynulost obrazu způsobená nedostatečným signálem.

■ 1 = velmi negativní ■ 2 = spíše negativní □ 3 = ani pozitivní, ani negativní ■ 4 = spíše pozitivní ■ 5 = velmi pozitivní



Programová nabídka

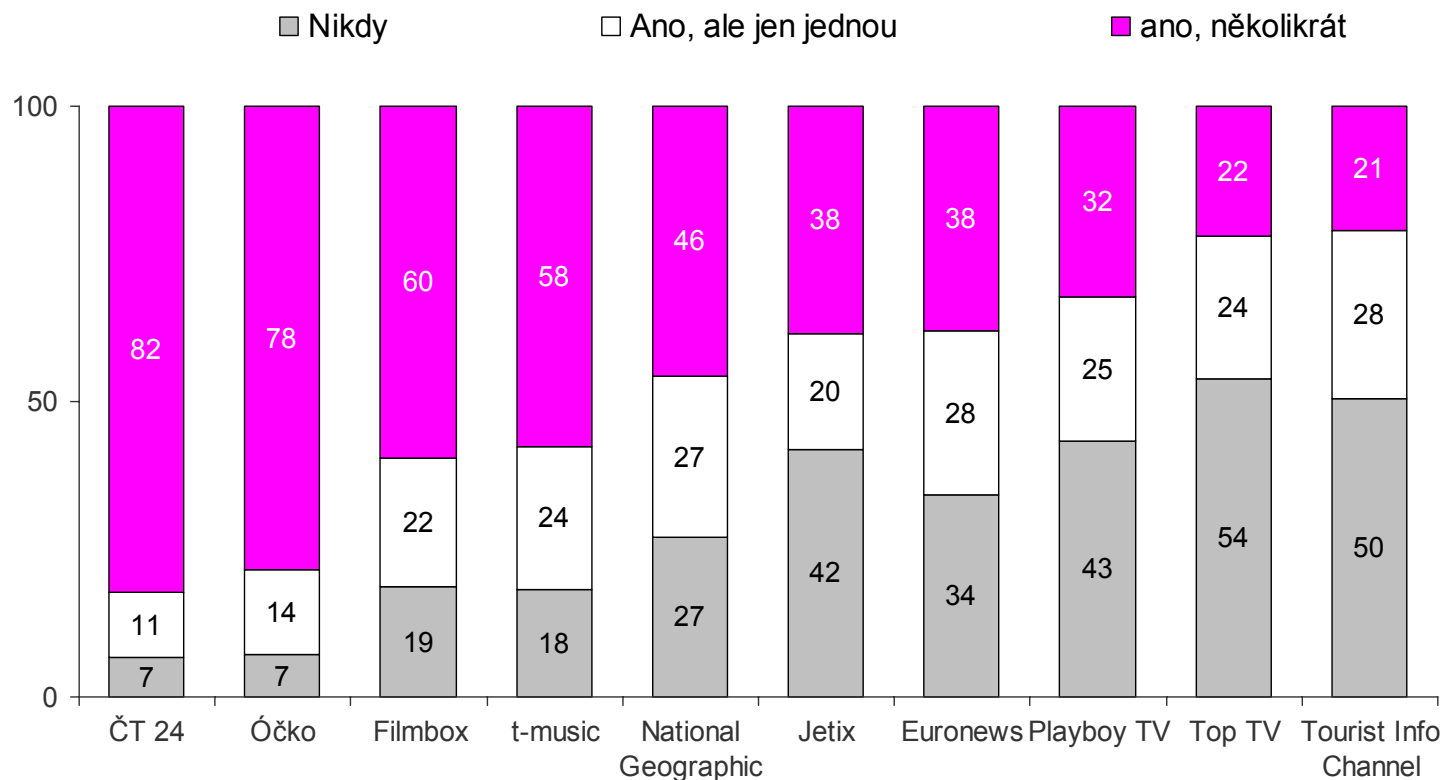


Sledovanost programu, návrhy na zlepšení

Sledovanost nabízených kanálů

Dívali jste se na následující kanály?

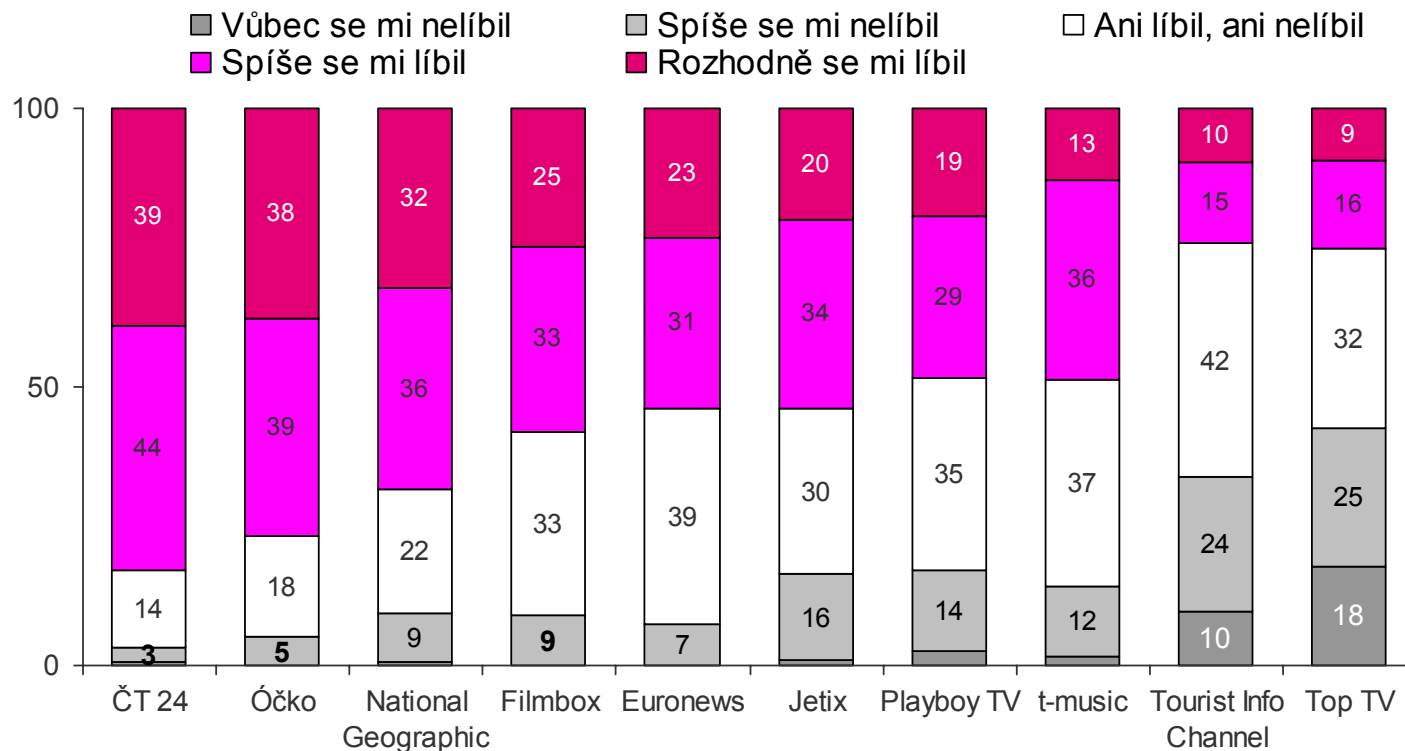
Diváky nejvíce zajímají zprávy (novináře ještě více než běžnou populaci), hudba a filmy. Nejsledovanějšími programy byly ČT24 a Óčko. Nejméně sledovanými kanály byly Tourist Info a TOP TV.



Hodnocení kanálů

Jak se vám líbily tyto programy?

Hodnocení kanálů kopíruje jejich sledovanost. Nejvýše hodnocenými programy byly ČT24 a Óčko, následované Nation Geographic.

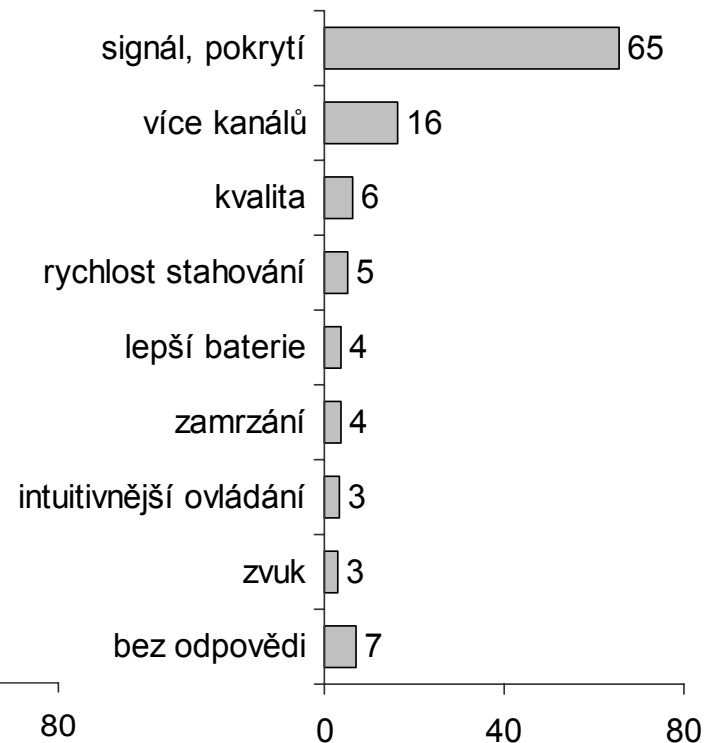
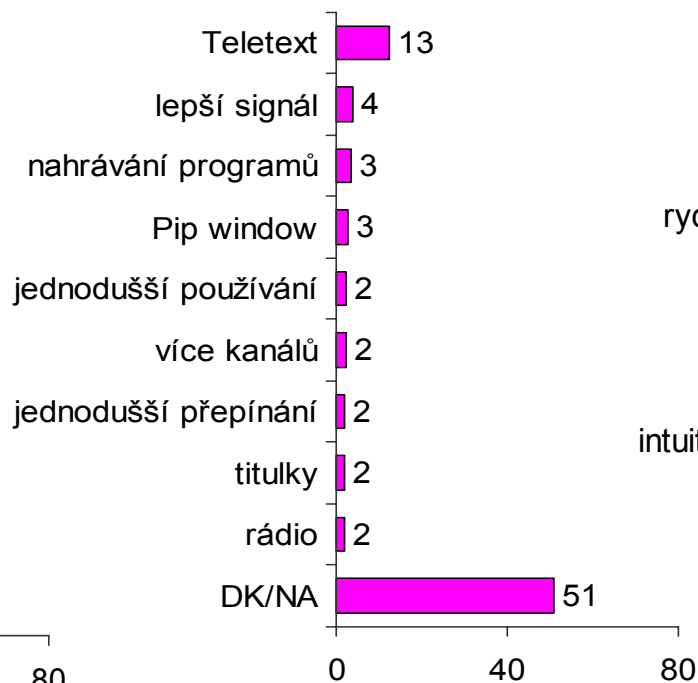
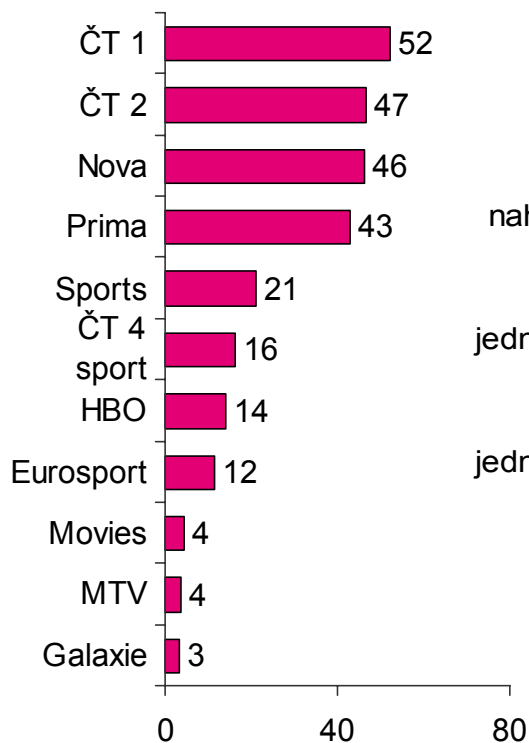


Poznámky: Neuživatelé kabelových televizí shledali některé programy mnohem zajímavějšími (ČT24, National Geographic), protože je běžně nesledují a je to pro ně „něco zcela nového“. Ženy preferovaly Top TV, muži (překvapivě ;-)) Playboy TV, u mladých bodovalo Óčko.

Doporučení

Které kanály by měly být obsaženy v nabídce TV v kapse? Jaké další aplikace by měla služba nabízet? Které modifikace by službu zlepšily?

Respondenti nejvíce postrádali programy, které běžně sledují. Někteří by uvítali možnost používat Teletext (13 %). Hlavním zlepšením by mělo být zlepšení pokrytí/signálu (65 %)



Potencial a cena

Platební modely

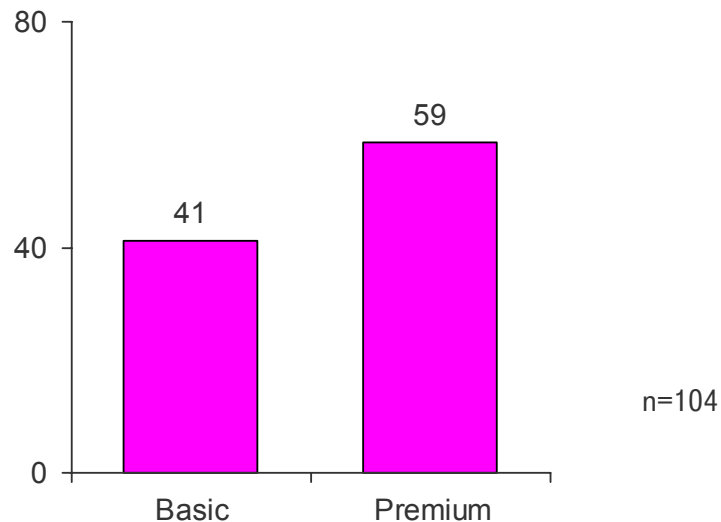
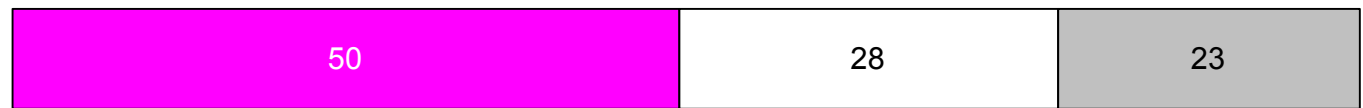
Které z následujících platebních modelů preferujete? Který z nabízených balíčků byste si vybral/a?

Polovina respondentů preferuje měsíční paušál za balíček programů, lépe balíček prémiový „vítězí“ nad základním.

Měsíční paušál za balíček programů

Měsíční paušál
za 1 kanál

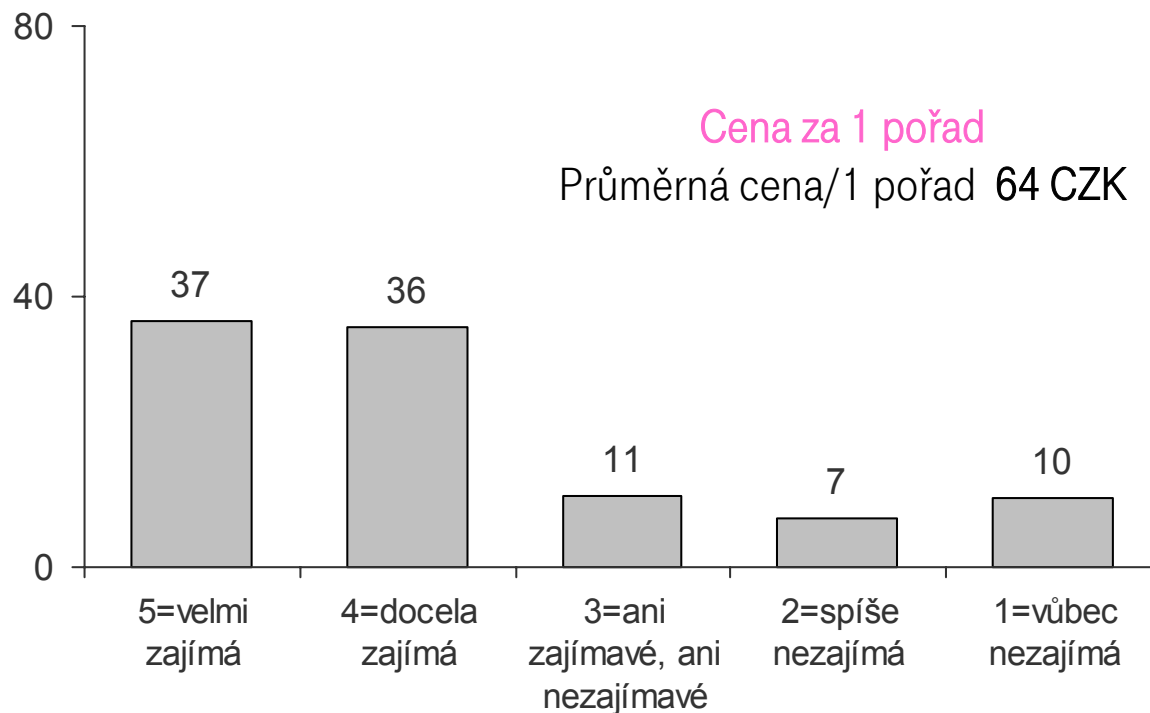
Denní platba
za každý kanál



Platební modely

Zajímá vás možnost zakoupit si 1 zajímavý pořad (koncert Madonny či finále Ligy mistrů)?
Kolik byste byli ochotni za něj zaplatit?

Zájem o speciální pořady placené zvlášť (72 %) je velký, respondenti jsou v tomto případě ochotni zaplatit 50-64 Kč.



Cenový test

- Optimální cena pro základní balíček (Basic) je do 100 Kč.
- Přijatelná cena Premium balíčku se pohybuje kolem 200 Kč.
- Optimální cena, již jsou respondenti ochotni zaplatit za DVB-H přístroj je do 8 000 Kč.

Další vývoj

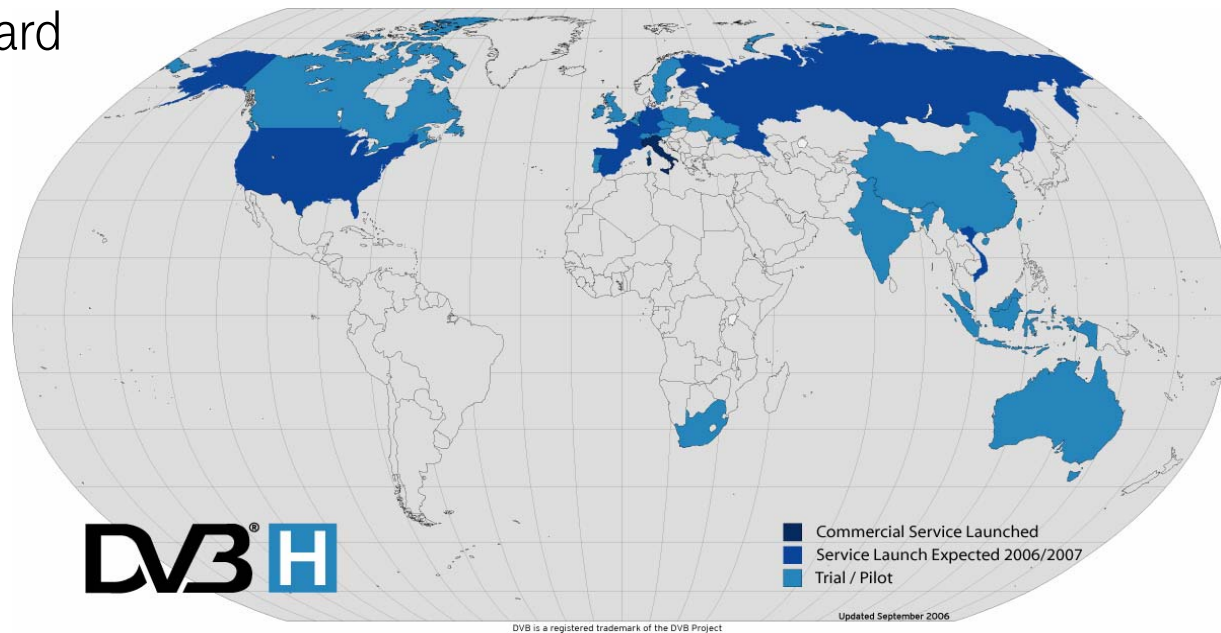
Komerční spuštění se blíží

- Závěry testu potvrdily, že v definované cílové skupině má služba velký potenciál.
- O budoucnosti služby svědčí i zkušenosti ze světa a predikce renomovaných analytiků.
- Hlavní nedostatek služby – nedostatečné pokrytí – je snadno odstranitelný, neboť byl „vlastností“ pilotního provozu.
- Hlavní bariérou komerčního spuštění v ČR je legislativa. Mediální zákon zakazuje subjektům zajišťujícím síť elektronických komunikací získání obsahové licence či registrace k provozování televizního vysílání šířeného prostřednictvím vysílačů.

Backup

DVB-H – nejsilnější technologie pro TV v mobilu

- Nejrozšířenější technologie
- Velký výběr koncových zařízení, relativně nízká cena
- Dobrá spektrální analýza
- Otevřený standard



Budoucnost nepatří aluminu, ale DVB-H

Pilotní provoz

Austrálie; Rakousko; Belgie; Kanada; Česká republika; Francie; Německo; Hong Kong; Indie; Indonésie; Irsko; Malajsie(?); Nizozemí; Rusko; Singapur; Jižní Afrika; Španělsko; Švédsko; Švýcarsko; Taiwan; Ukrajina; Velká Británie; USA

Spuštěno

Itálie – 3 Italia; TIM TV
Finsko
USA – Modeo
Vietnam

L-Band Auction

DVB-H in S-BAND

Francie
Německo
Nizozemí (?)
Rusko
Jižní Afrika
Španělsko

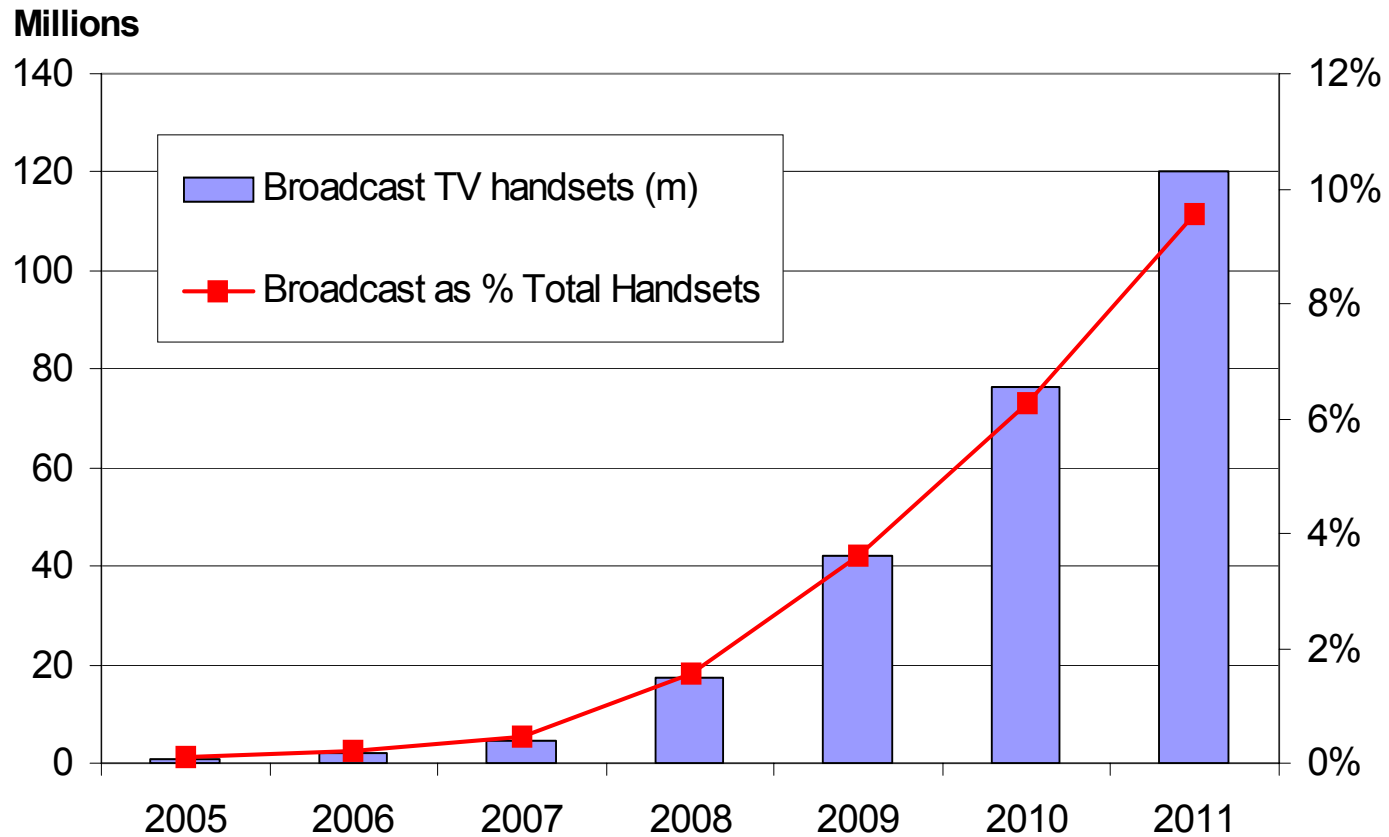
Čína – 2008?
Velká Británie -
2012?

DVB-H in S-BAND
- Pozemní 2008
- Satelitní 2009

2006

2007

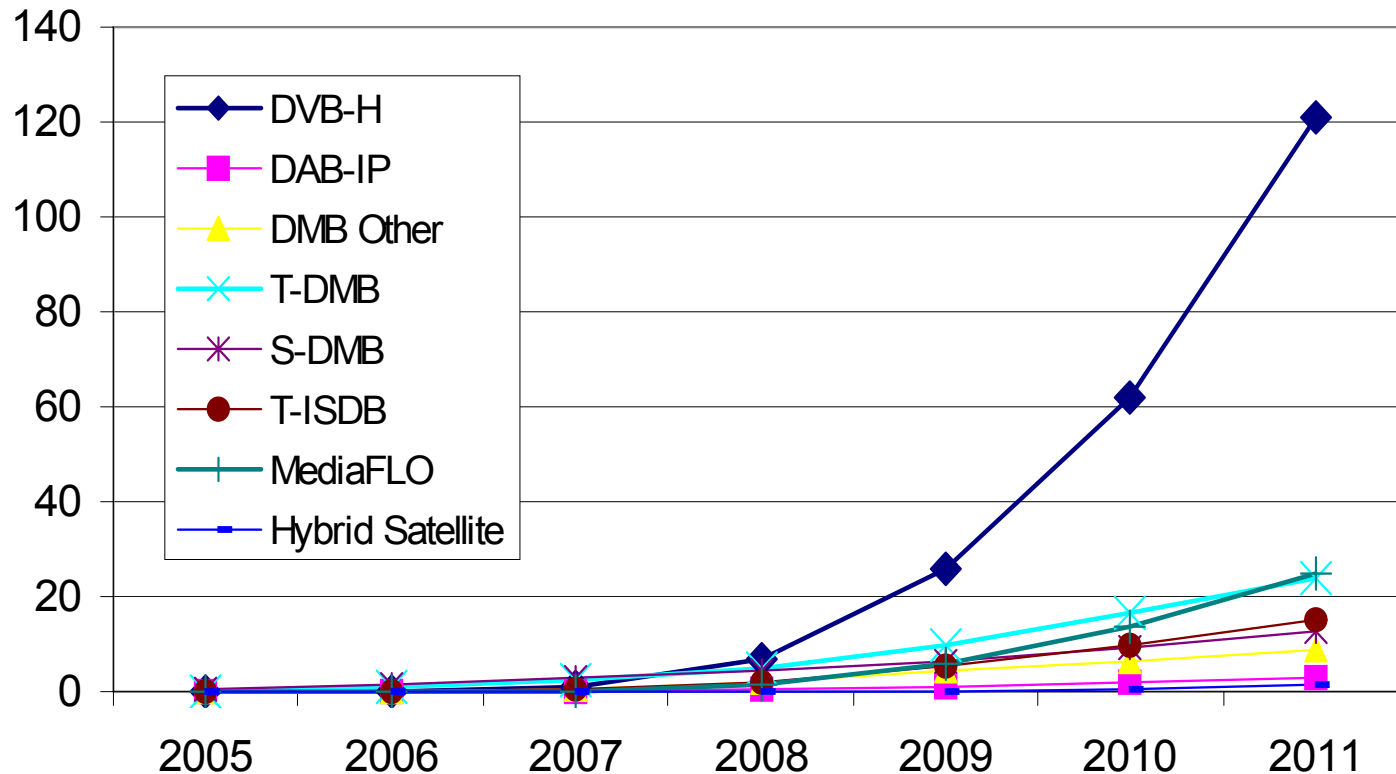
Počet mobilů umožňující TV příjem - predikce



- Rychlý růst počtu DVB-H přístrojů – od 0,73 milionu v roce 2005 na téměř 2 miliony v roce 2006
- Do roku 2011 je očekávaný počet 120 milionů koncových zařízení

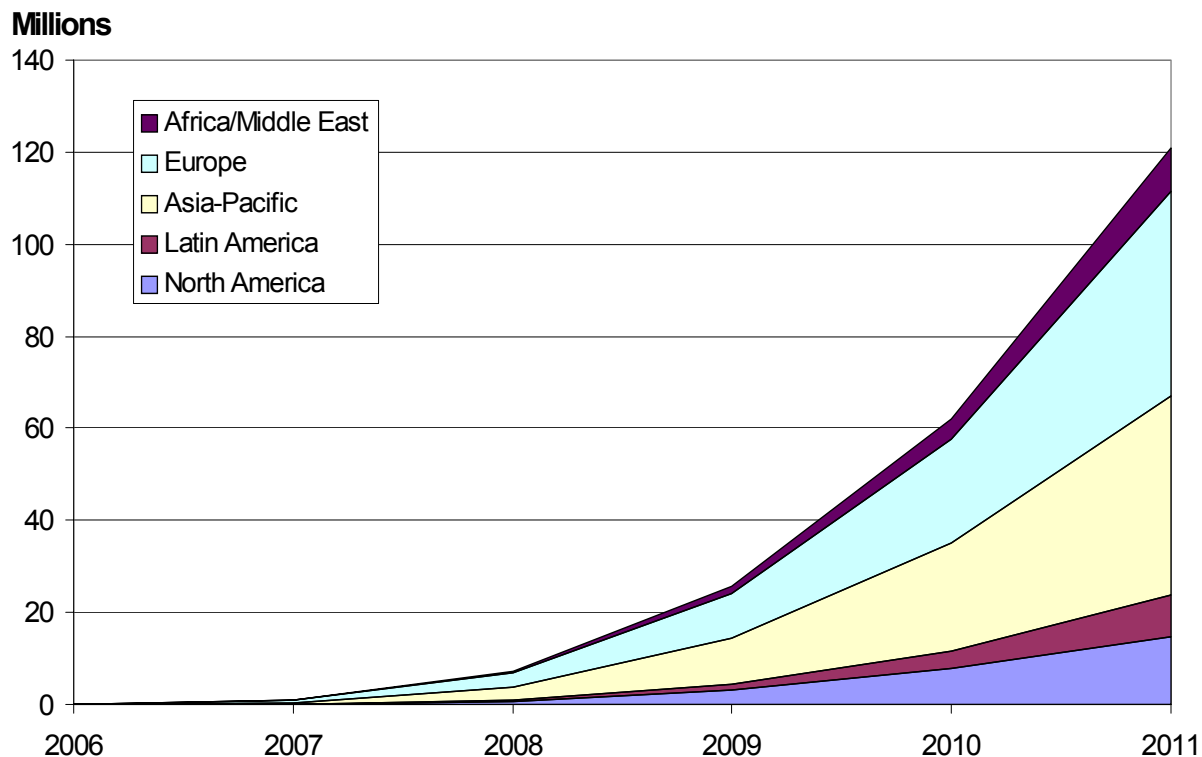
Počet mobilů umožňující TV příjem - predikce

Millions



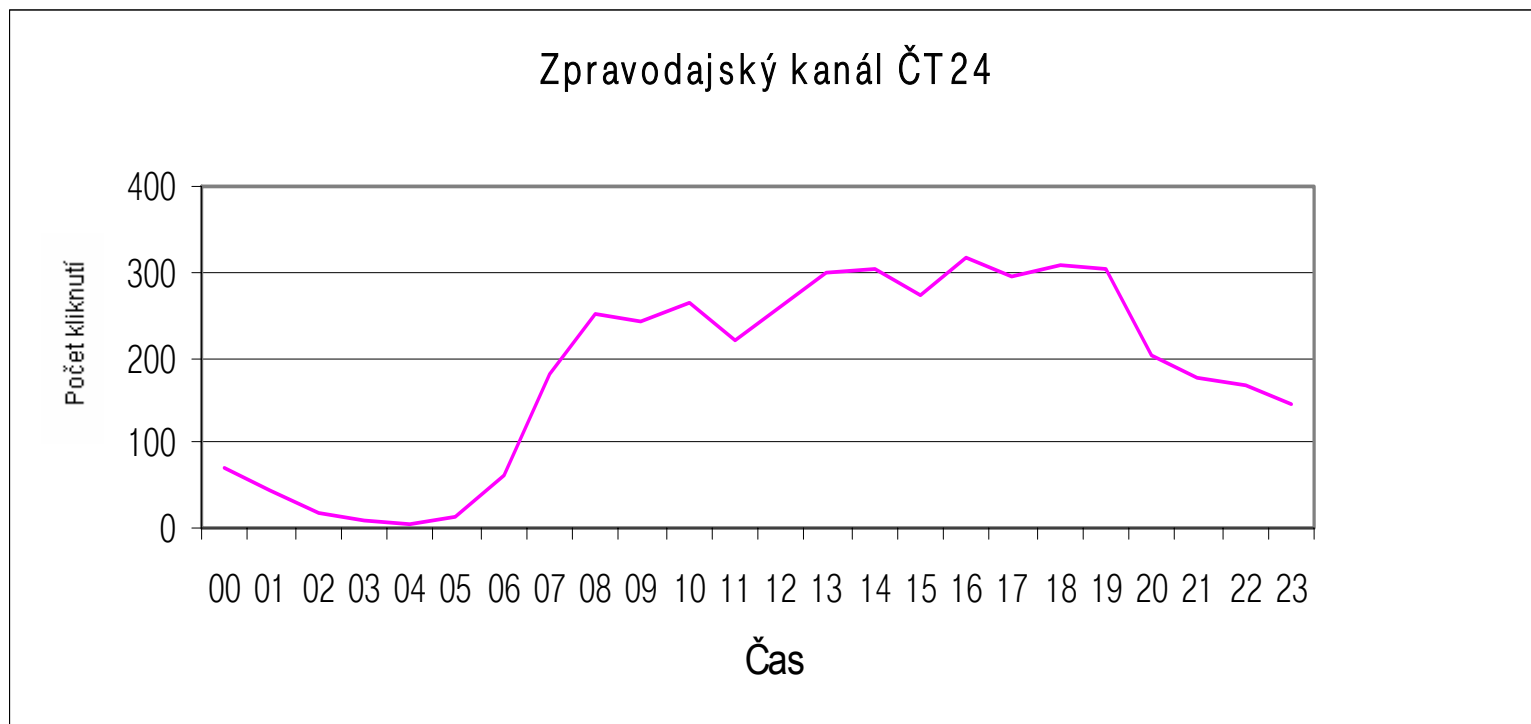
- Největším trhem bude do roku 2008 Jižní Korea, Čína očekává 24 milionu uživatelů do roku 2011
- Trh Asie-Pacifik: 95,1 milionu uživatelů do roku 2011=45 % celosvětového trhu
- Evropa: do roku 2011 je očekáváno 68,7 milionu uživatelů
- Severní Amerika: do roku 2001 je očekáváno 30 milionu uživatelů

Uživatelé DVB-H celosvětově - regiony



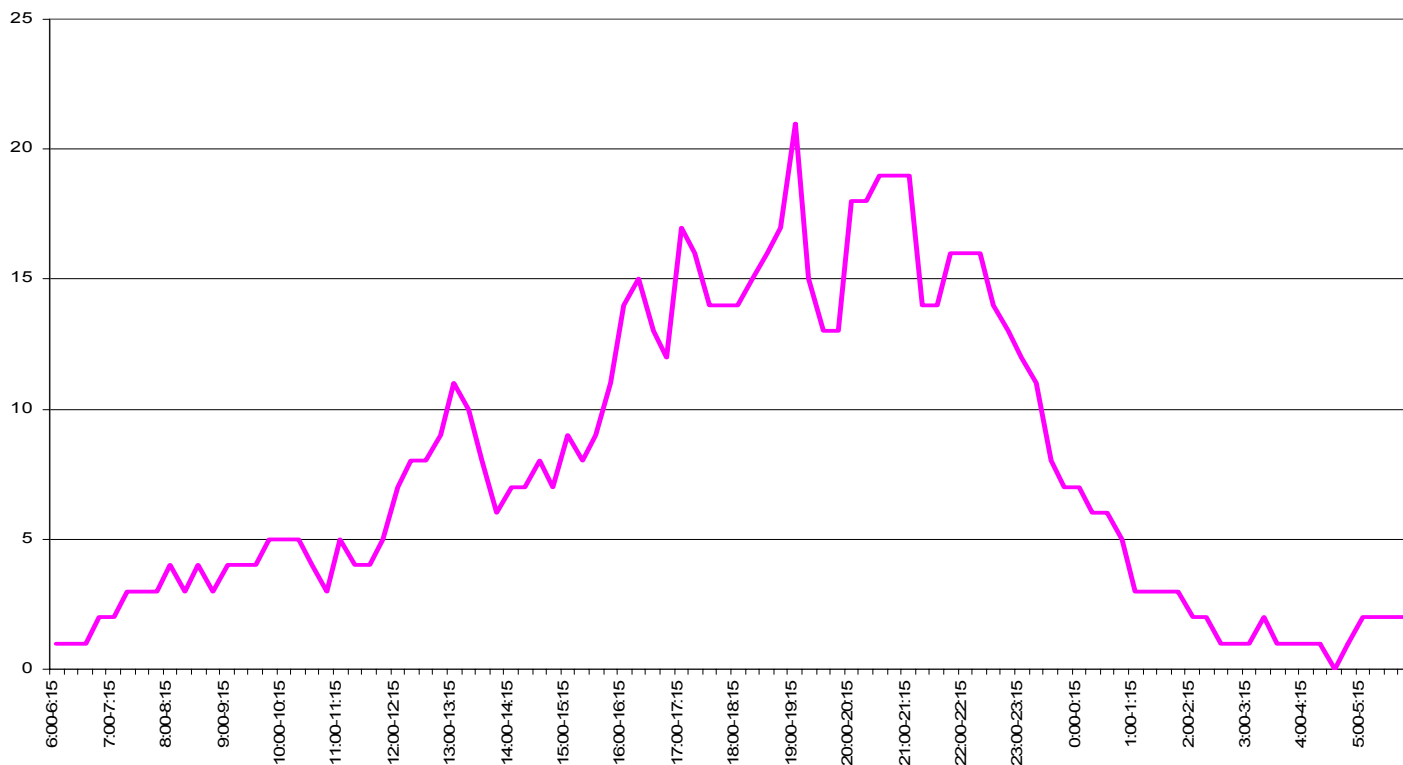
- Celosvětově je očekáváno 120 milionu uživatelů televize v mobilu ve formátu DVB-H do roku 2011, oproti 100 tisícům uživatelů v roce 2006
- DVB-H v Evropě tvoří 78 % všech uživatelů DVB-H v roce 2006, v roce 2011 by to pak mělo být 37 % všech uživatelů
- Asie-pacifik: druhý největší region – růst z 21 % na 36 % ze všech DVB-H uživatelů
- Severní Amerika 12,2 % uživatelů, Latinská Amerika 7,5 %, Afrika pak 7,7 % do roku 2011

Ukázka používání programu: ČT24



Sledovanost programu ČT24

ČT 24 - průměrná sledovanost za listopad 2006 v tisících pro 15+



Děkuji za pozornost.