



Mobile TV Sucks

Mobile Web 2.0 Rules?

Yhteenveto esityksestä
Oulussa 26.4.2006

Ville Virtanen

Helsingin Kauppakorkeakoulu
Markkinoinnin ja johtamisen laitos

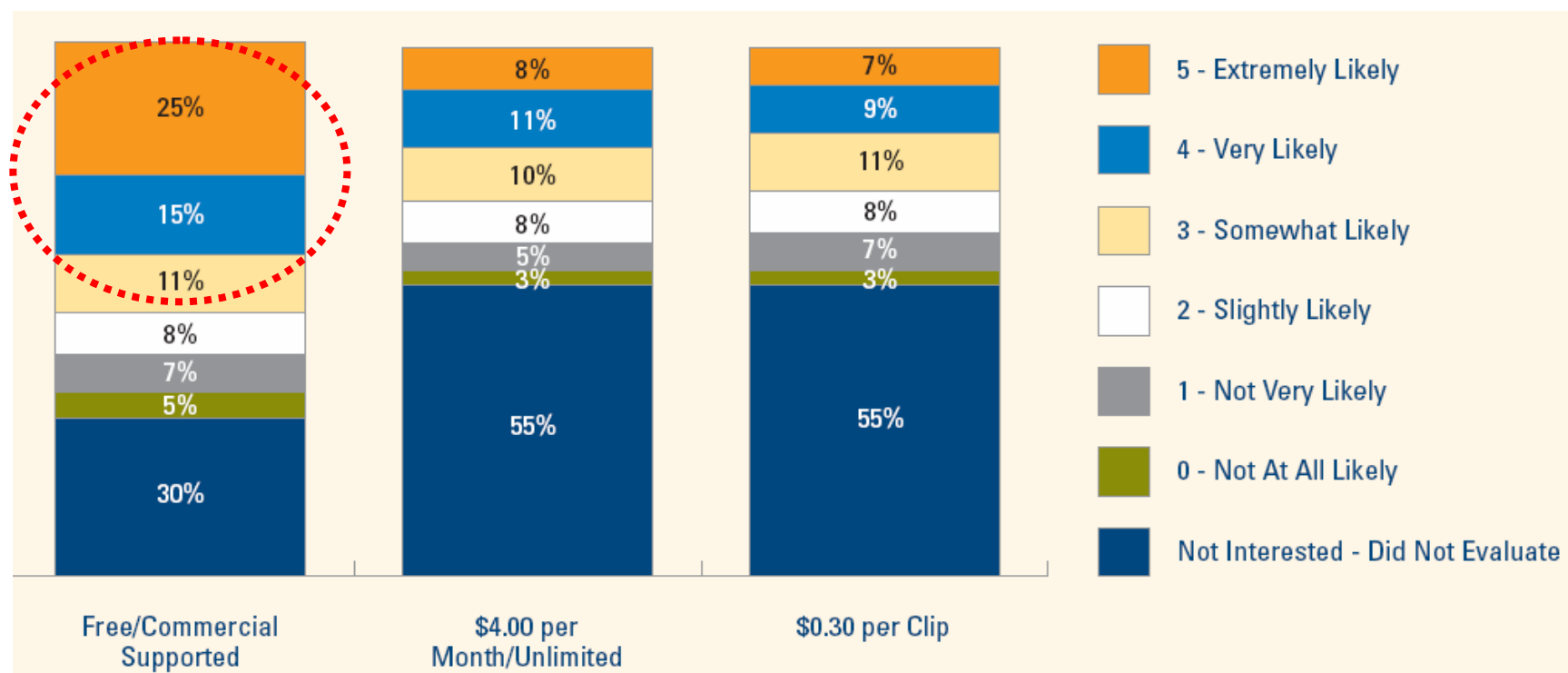


Telkkarin mobiili historia

- 1952: Raahattava TV
- 1962: Kannettava TV
- 1977: Tasku TV
- 1990: Sony Watchman
- 2005: kylkiäinen...
- 2006: Place shifting esim. Slingbox

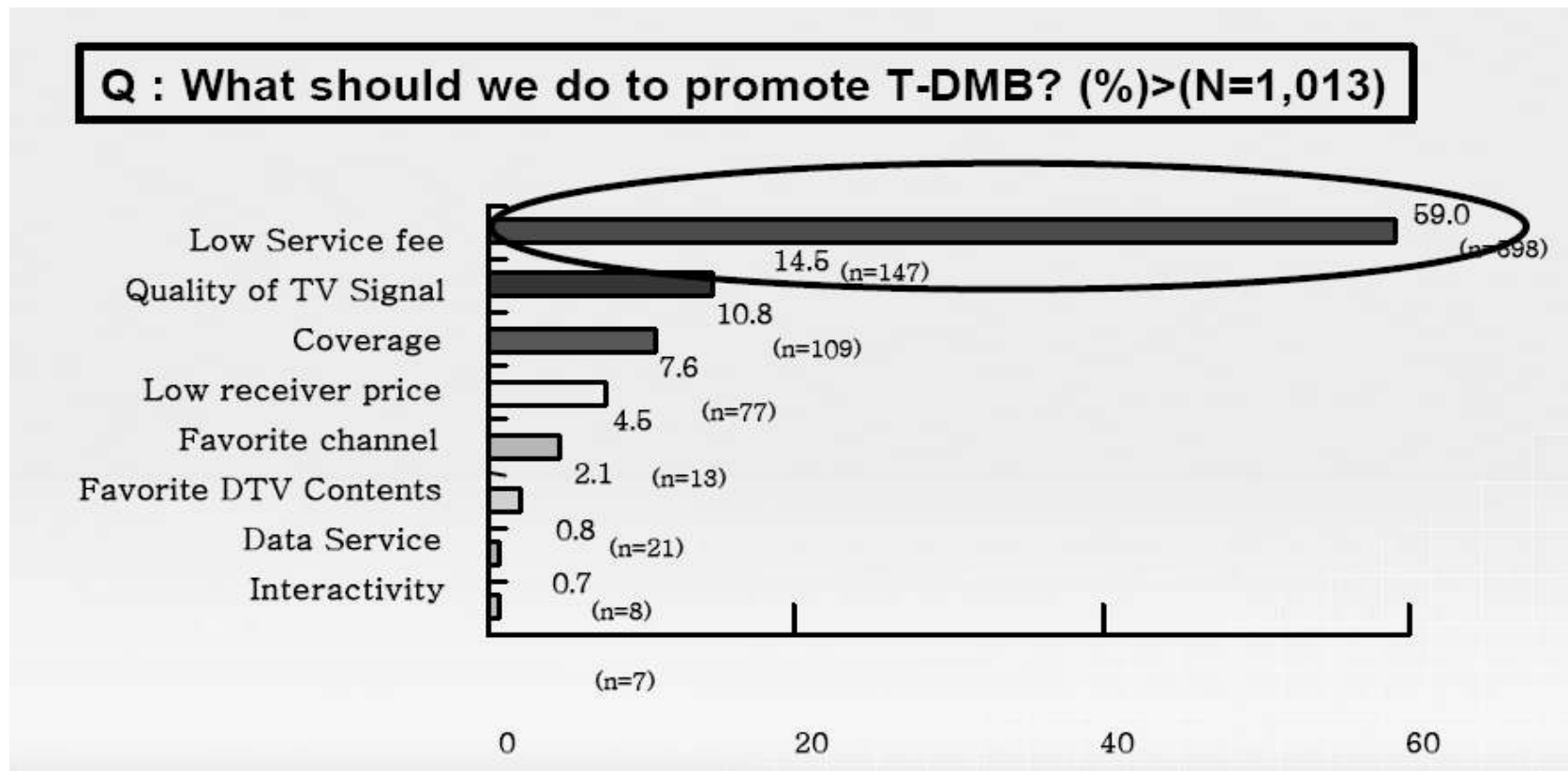


Ovatko kuluttajat valmiita maksamaan?



Lähde: TMNG, 05/2005

Mitä kannattaa promota? Etelä-Korea



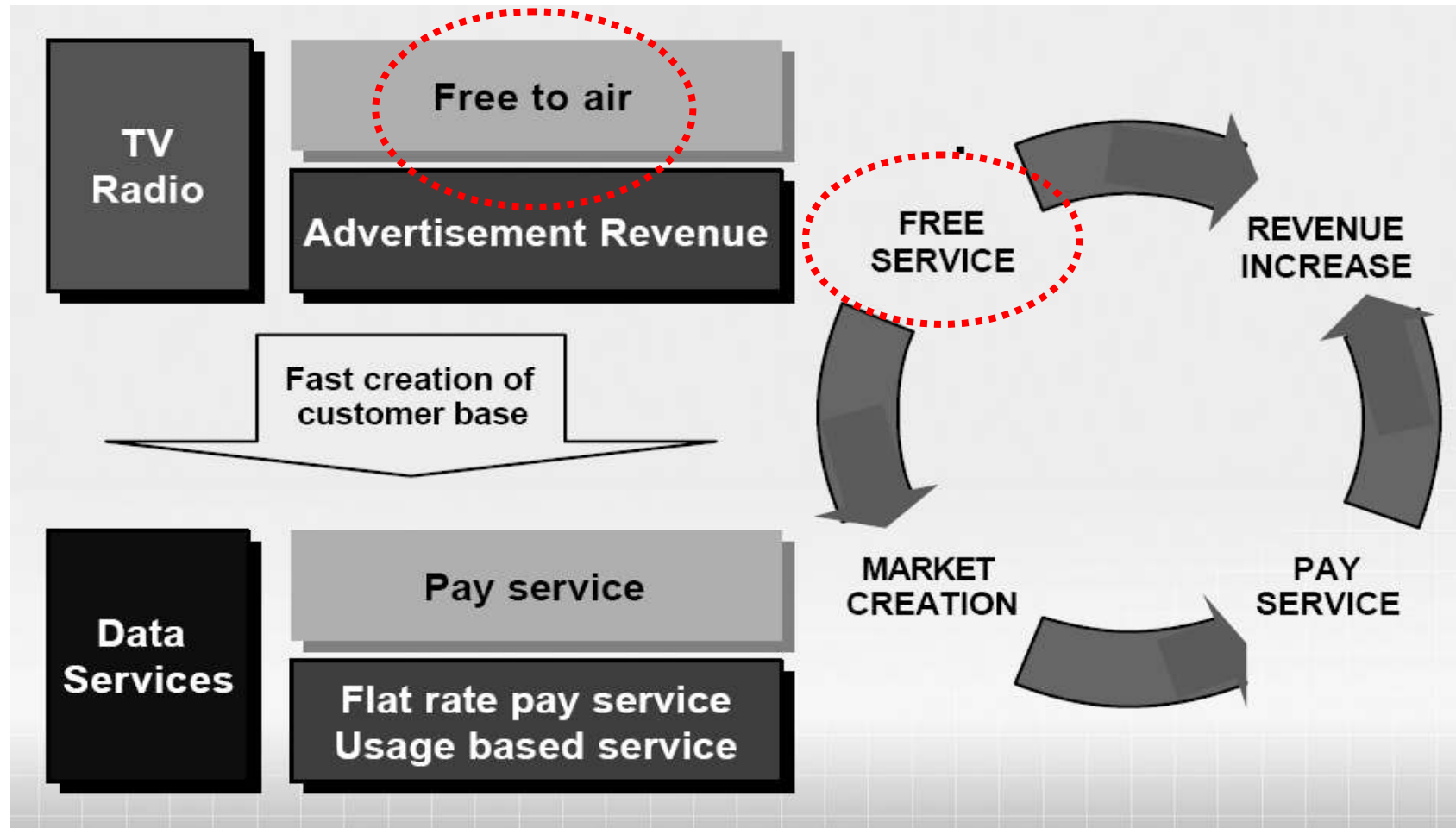
Lähde: Ministry of Information and Communication, Republic of Korea, 11/2005

Maksullinen TV matkapuhelimessa Sucks!



- Matka-TV – ei mitään uutta
- Place shifting kills the simulcast star
- Miksi kuluttaja maksaisi?
- Jos sisällöllä kerätään lisää rahaa, sisällöntuottaja haluaa sitä myös
- Jos sisältöä ei ole tarjolla, kuluttaja tuottavat ja jakavat sitä itse...

Etelä-Korea: Mobiili-TV lanseerausstrategia



Lähde: Ministry of Information and Communication, Republic of Korea, 11/2005



Web 2.0 ja mobiili

**Kuluttajalähtöinen sisällön
tuotanto ja välitys**



Kollaboraatio



**Sosiaalinen
verkottuminen**



**Fyysinen
ympäristö**



Mobiili-TV: Uusia liiketoimintamalleja



- ”Ilmainen” Advertainment – Coca-Cola
- Käyttäytymispohjainen profilointi
- Kuluttajien luoman sisällön hallinta ja jälleenmyynti
- Vaikuttajamedian myynti



Kotiläksyt

- Mobiili TV on ekosysteemi, jossa kohtaavat perinteinen TV-sisältö, kuluttajalähtöinen media ja fyysinen ympäristö
- Ekosysteemi ei synny ottamatta mukaan ja sivistämättä TV-sisällön perinteisiä rahoittajia – mainostajia.
- Perinteisten media- ja mobiilitoimijoiden syytä varmistaa asemansa nopeasti ennen kuin heidät ohitetaan...



Discussion, Questions, Comments?

ville.virtanen@hse.fi

050 - 595 00 00