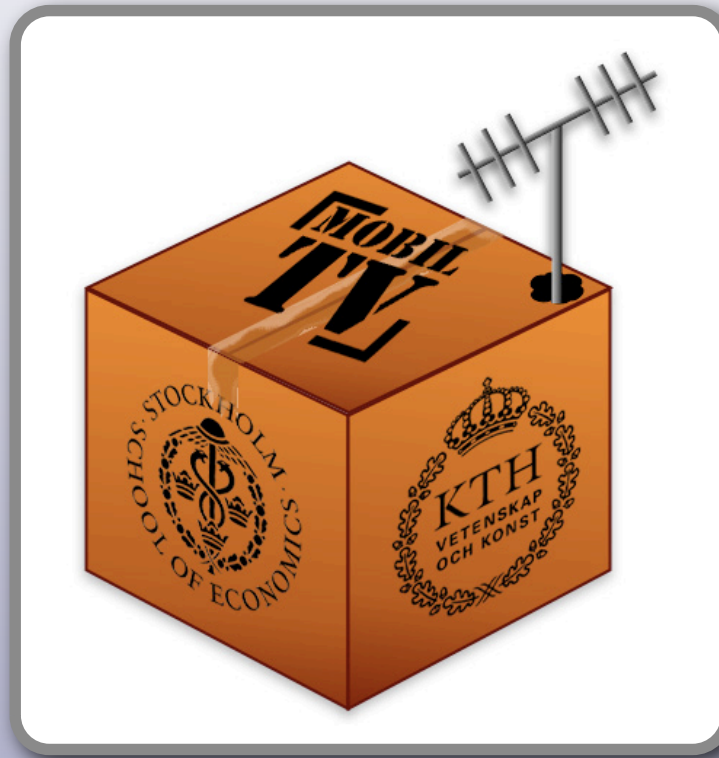


Mobil TV

- Kundvärden, affärsmodeller och teknik



Ett forskningsprojekt med HHS och KTH

CIC

Center for Information and Communications Research

- Efterfrågebaserade studier
 - IP telephony
Trends and Challenges
 - MobileTV
 - Mobile Organizations
 - IT in Healthcare
 - Mobile Services and Big Events
 - The Use of SMS in Management
Group Work
- Teknikbaserade studier
 - Novel Access Provisioning and
Ambient Networks
 - ICT Convergence Processes (PhD)
 - Technology Transfer Processes in
Telematics
- Media Management

Handelshögskolan i Stockholm
Kungliga Tekniska Högskolan



Bevakat fenomen

di.se

Dvb-h kan ge minst tio gånger så många kanaler som DVB-T. Detta kräver ny infrastruktur.

DN. EKONOMI

Mer reklam föreslås för mobil-tv

Mer reklam och kortare inslag. Mobil-tv föreslås få andra regler för

The McKinsey Quarterly

By 2015, mobile television in Europe could be a €24 billion market and reach more than 190 million users, McKinsey research finds.

NyTeknik

SVERIGES STÖRSTA IT- OCH TEKNIKTIDNING

**VODAFONE FÖR
TEVEKANAL**

I nästa vecka kan Vodafones svenska 3G-kunder titta på riktig teve i mobilen. Det är webb- och mobilteveföretaget Kamera som lanserat en mobil-teve-kanal med nyheter, sport och nöje tillsammans med Expressen.

E24!
NÄRINGSLIV

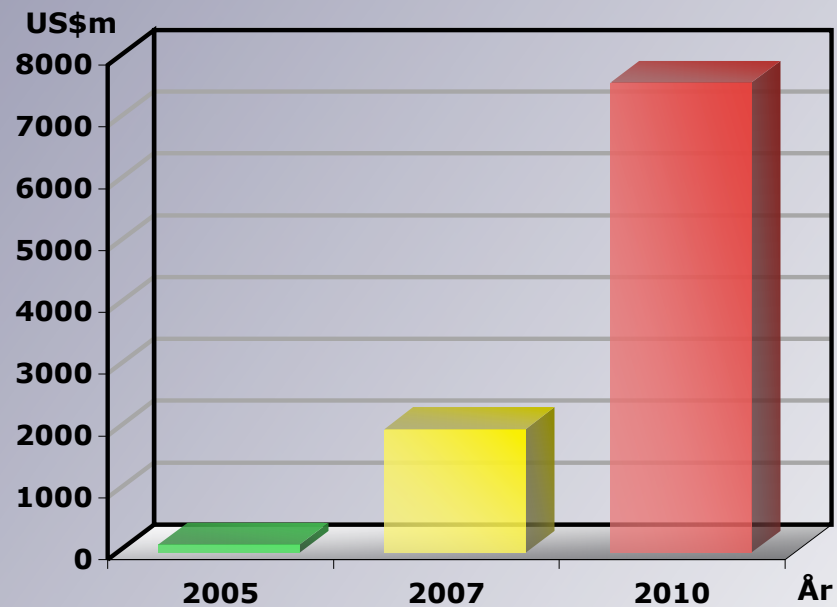
**Ericsson tror på tv-satsning
med Sony**

tevekanal i Stockholm
Tekniska Högskolan



I fokus:

Prognosticerade intäkter



Källa: *Juniper Research*

Handelshögskolan i Stockholm
Kungliga Tekniska Högskolan

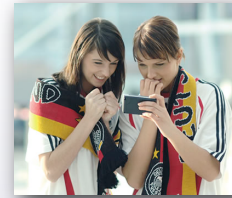


Frågeställningar:

- Vad efterfrågar konsumenterna? Hur värderar de olika “mobilTV-erbjudanden”?
- Hur anpassas affärsmodeller och marknadsstruktur till olika kunderbjudanden?
- Anpassning av och till de olika teknologierna?
Är de komplement eller substitut?

Handelshögskolan i Stockholm
Kungliga Tekniska Högskolan

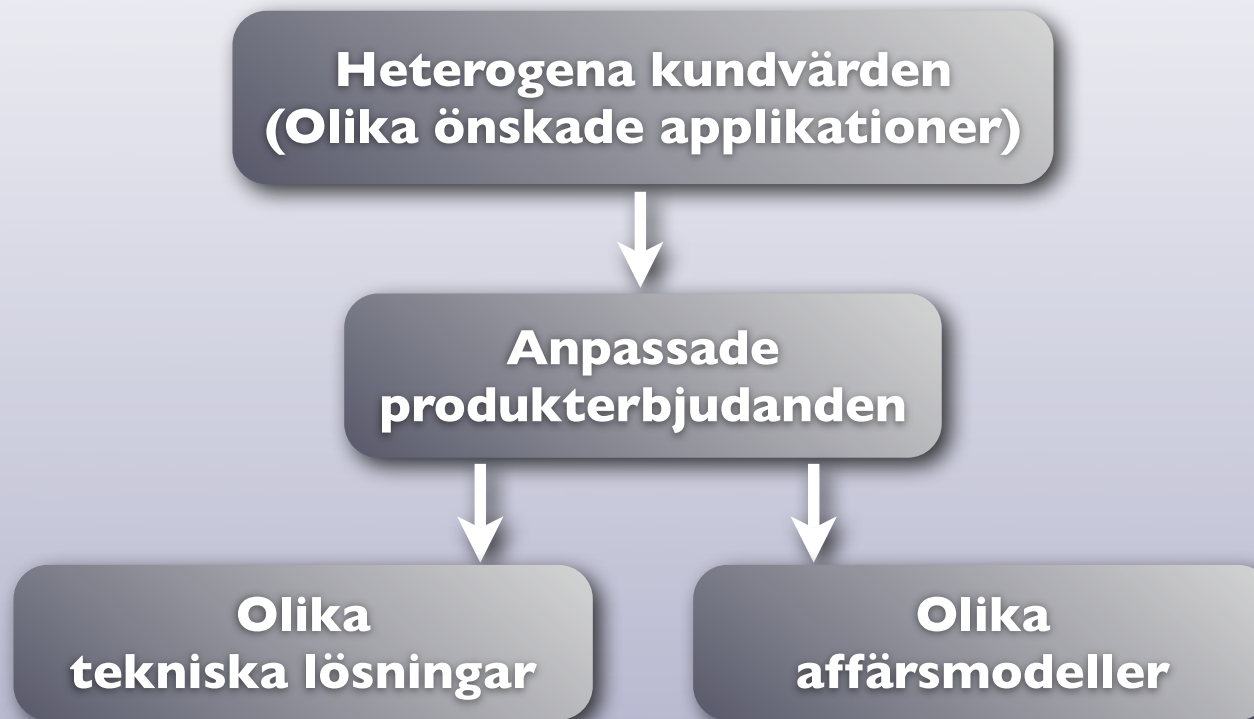




Handelshögskolan i Stockholm
Kungliga Tekniska Högskolan



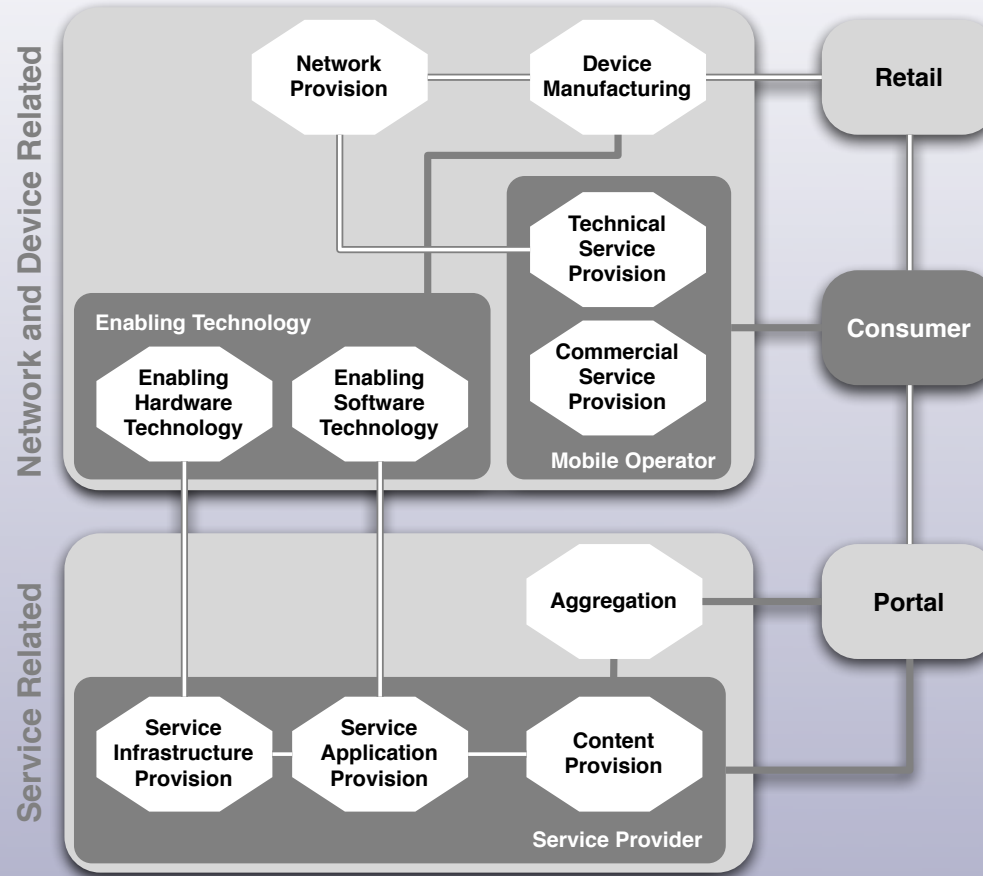
Utgångspunkt: kundvärden



Handelshögskolan i Stockholm
Kungliga Tekniska Högskolan



Vilka nya affärsmodeller för “mobilTV”? (Ex: mobil musik, nya kunderbudanden och nya affärsmodeller och samarbeten)



Handelshögskolan i Stockholm
Kungliga Tekniska Högskolan



Exemplet Sydkorea: framväxten av tre dominerande modeller

<i>Erbjudanden:</i>	<i>Teknologi:</i>	<i>Aktörer:</i>
subscription based services, retransmitted content from Korean television	S-DMB	TU Media, SK Telecom
services free of charge to all customers who own a T-DMB enabled device	T-DMB	KBS, MBC, SBS, YTN Korea
flat-rate subscription plans, competitive pricing	3G EV-DO "June" & "Fimm"	SK Telecom, KTF

Handelshögskolan i Stockholm
Kungliga Tekniska Högskolan



Tre integrerade delstudier

- Konsumentstudie
 - Studier för att beskriva och analysera vad slutkonsumenter (och företagskunder) prioriterar
- Marknadsstudie
 - Diskutera potentiella affärsmodeller
 - Analysera potentiella, samarbeten, rollförändringar och olika aktörers marknadspositionering
- Teknologisk studie
 - Teknologins utveckling i förhållande till det kunder och leverantörer efterfrågar

Handelshögskolan i Stockholm
Kungliga Tekniska Högskolan



Välkommen till våra workshops



INBJUDAN
WORKSHOP
MOBIL TV



Workshop I: 30 november

Workshop II: mars 2007

Workshop III: april 2007

Kontaktperson och projektledare:

Christoffer Fröberg

christoffer.froberg@hhs.se

Handelshögskolan i Stockholm
Kungliga Tekniska Högskolan

