



Pilottest av direktsänd TV i mobiltelefonen

MMS, Mediamätning i Skandinavien AB
Pontus Bergdahl
2007-03-28



Agenda

- Bakgrund och förutsättningar
 - Panel
 - Täckning
- Hur gick det
- Vad efterfrågas
- Sammanfattning



Ett öppet nät, ett brett samarbete

TERACOM

svt



SR

telenor



NOKIA
Connecting People

Konsumentundersökningen genomfördes av MMS, Mediamätning i Skandinavien på uppdrag av Teracom, SVT, UR, Sveriges Radio, Telenor, Boxer, ATG och Nokia.



Förutsättningar för pilottestet

- Pilottestet pågick från 7 oktober 2006 – 31 januari 2007

- 402 testpiloter rekryterades per telefon utifrån två kriterier:

- 1) Mellan 18-59 år

- 2) Bodde i täckningsområdet för tjänsten, d.v.s. Stockholms innerstad och Sundbyberg.

- I testet ingick 13 TV-kanaler och 3 radiokanaler

- Kanalutbudet var indelat i **friutbud** och **betalutbud**.

Friutbudet var tillgängligt under hela testperioden och betalutbudet kunde man köpa extra efter testets första 30 dagar.

- Betalkanalerna kunde köpas per kanal för 10 kr/mån eller som helt paket med tillgång till samtliga kanaler för 50 kr/mån.



Testpiloterna –precis de vi önskade

Panelsammansättning

	MÅL (ANTAL)	% AV PANELEN	AKTUELL PANEL (ANTAL)	AKTUELL % AV PANELEN
<i>Individer 18-29 år</i>	200	50%	199	49,3%
<i>Individer 30-44 år</i>	140	35%	141	35,4%
<i>Individer 45-59 år</i>	60	15%	62	15,3%
Totalt	400	100%	402	100%



Testpiloterna fick vid flera tillfällen under testets gång besvara frågor om deras upplevelser och erfarenhet av tjänsten.

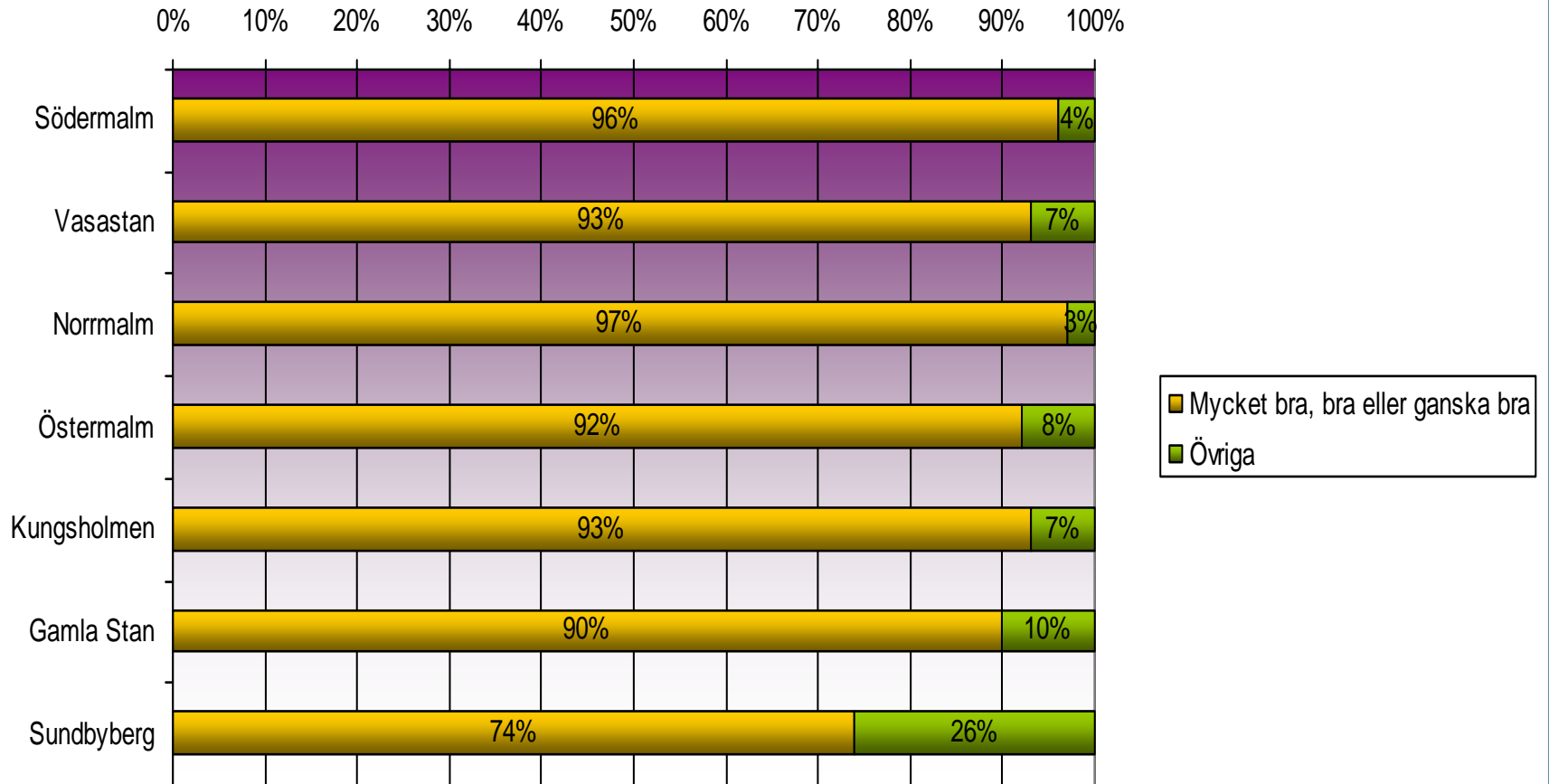
Undersökning	Antal svarande	%
Tre enkäter		
1) Startenkät - besvarades <u>före</u> teststart vid introduktionsmötet 7/8 oktober 2006	402	100
2) Mellantidsenkät - besvarades via web 14 november - 13 december 2006	382	95
3) Slutenkät – besvarades via web i 22 januari- 16 februari 2007	376	94
Telefonintervju Genomförd 14-22 december 2006	382	95

Tre fokusgrupper

Genomförda 30 januari + 8 februari + 12 februari 2007



Konsumenterna var generellt sett nöjda med mottagningen i hela området





Hur gick det?

Var tittade man?	<ul style="list-style-type: none">▪ 36% tittar flera gånger per dag, någon gång per dag eller flera gånger i veckan på TV i mobiltelefonen hemma ensam▪ 36% när de väntar på någon/något och 30% under sin pendling
När tittade man?	<ul style="list-style-type: none">▪ Drygt hälften av testdeltagarna tittar på TV i mobiltelefonen mellan måndag och fredag (53%).▪ Man tittar i första hand på TV i mobiltelefonen på kvällen och på morgonen.
Vad köpte man?	<ul style="list-style-type: none">▪ 35% av testdeltagarna valde att köpa utökat kanalutbud efter att friperioden var över. <p>För hela Boxerpaketet betalade man 50 kr/månad för enskilda kanaler betalade man 10 kr/mån.</p>
Varför tittade man?	<ul style="list-style-type: none">▪ Man tittar i första hand på TV i mobiltelefonen för att bli underhållen (13%), för att fördriva tiden (12%) eller för att hålla sig informerad/uppdaterad (8%).
Vilka tittade?	<ul style="list-style-type: none">▪ Åldersgruppen 30-44 år tittade mest på TV i mobiltelefonen men även den äldsta åldersgruppen i testet, 45-59 år tittade mycket.



Hur gick det?

Hur mycket tittade man?

- 62% tittar mellan 1-25 minuter per dag på TV i mobiltelefonen

Hur upplevde man kvalitén på tjänsten

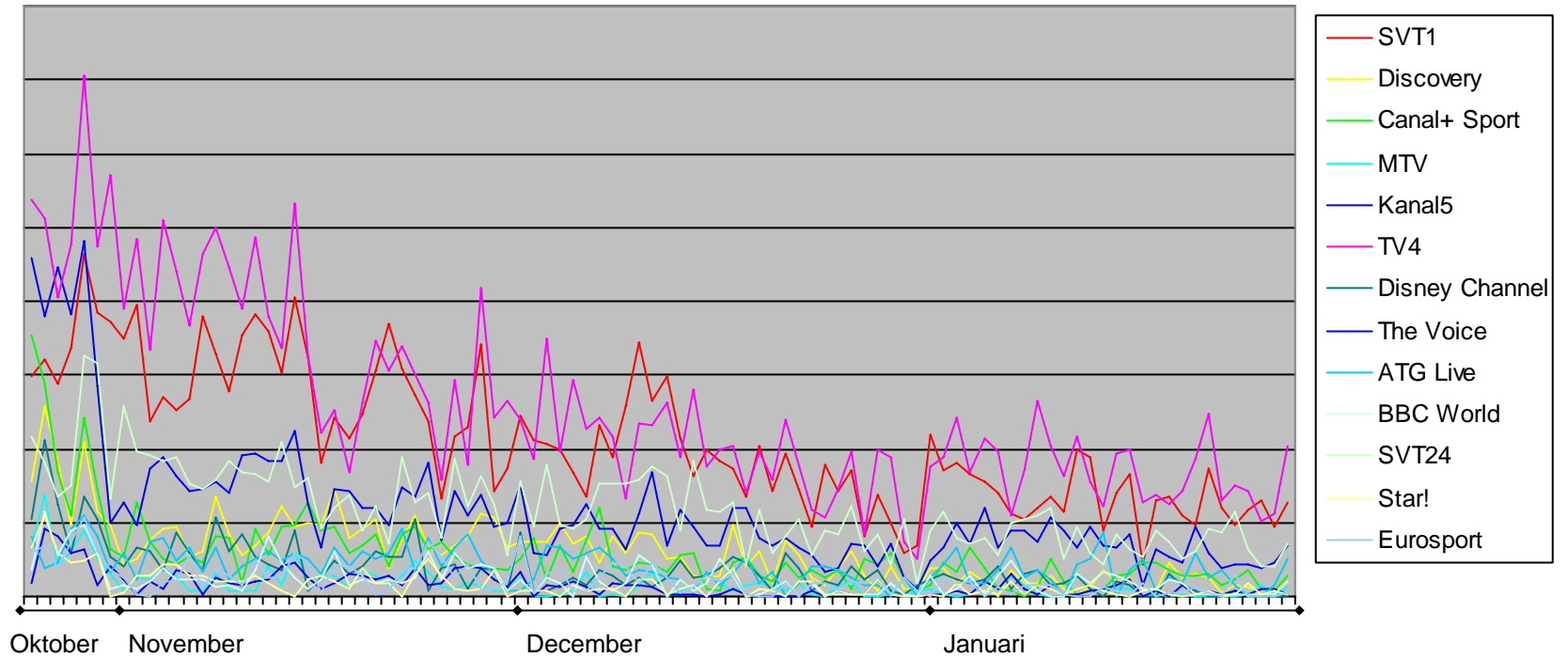
- 58% anser att det är lika bra eller *bättre* bildkvalité på TV-sändningarna i mobiltelefonen än hemma på "vanlig" TV
- 93% anser att ljudkvalitén är mycket bra eller bra på TV-sändningarna i mobiltelefonen
- 42% anser att det fungerar tillfredsställande att titta på TV i mobiltelefonen mellan 15-35 minuter. 13% anser den goda sändningskvalitén gör att man kan titta obegränsat på TV i mobiltelefonen.

Topplista populäraste program för hela pilottestet

1. SVT1: Tipssöndag
2. Canal+ Sport: Ishockey Färjestad-HV71
3. Canal+Sport: Fotboll Hammarby-Elfsborg
4. Canal+Sport: Fotboll IFK Göteborg-Djurgården
5. TV4: Nyhetsmorgon
6. TV4: Nyhetsmorgon
7. SVT1:Gomorrön Sverige
8. TV4: Nyhetsmorgon
9. TV4:Tipslördag
10. TV4: Idol 2006



Tittandet stabiliserades under pilotens gång



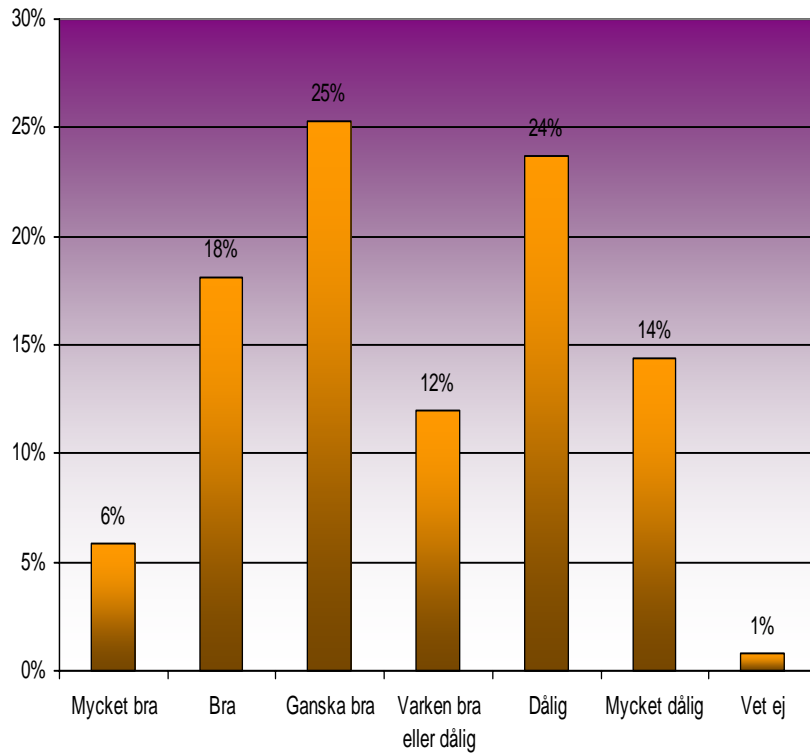


När och på vad lyssnade man

- 38% har med blandad regelbundenhet lyssnat på Sveriges Radios utbud via DVB-H under testet
- Man lyssnar mest på Sveriges Radios utbud på morgonen och under eftermiddagen.
- Den mest populära kanalen har varit P3 Star
 - I testet ingick Sveriges Radios kanaler P1, Sisu och P3 Star.



Mottagaren, Nokia N92



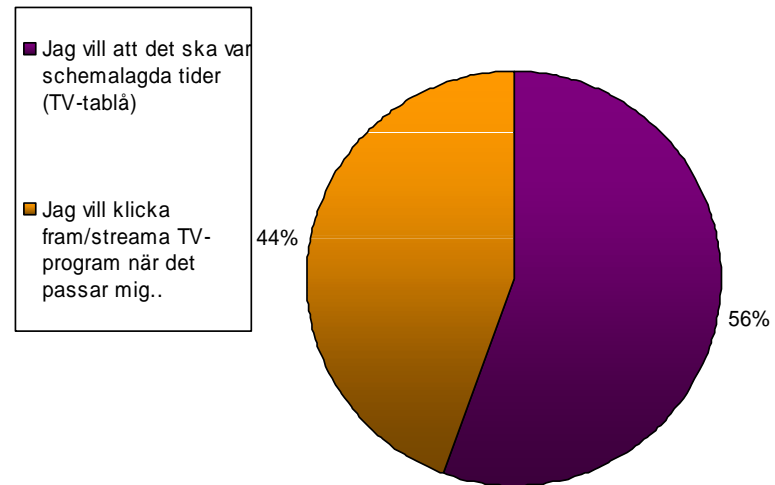
Nokias N92 anses av 24% vara mycket bra eller bra och 38% vara dålig eller mycket dålig.

- + Skärmens storlek och skärpa
- + Bild- och ljudkvalitén
- + Mobiltelefonens funktioner och tjänster
- Mobiltelefonens storlek
- Mobiltelefonens användarvänlighet
- Högtalarnas placering



Vad efterfrågas?

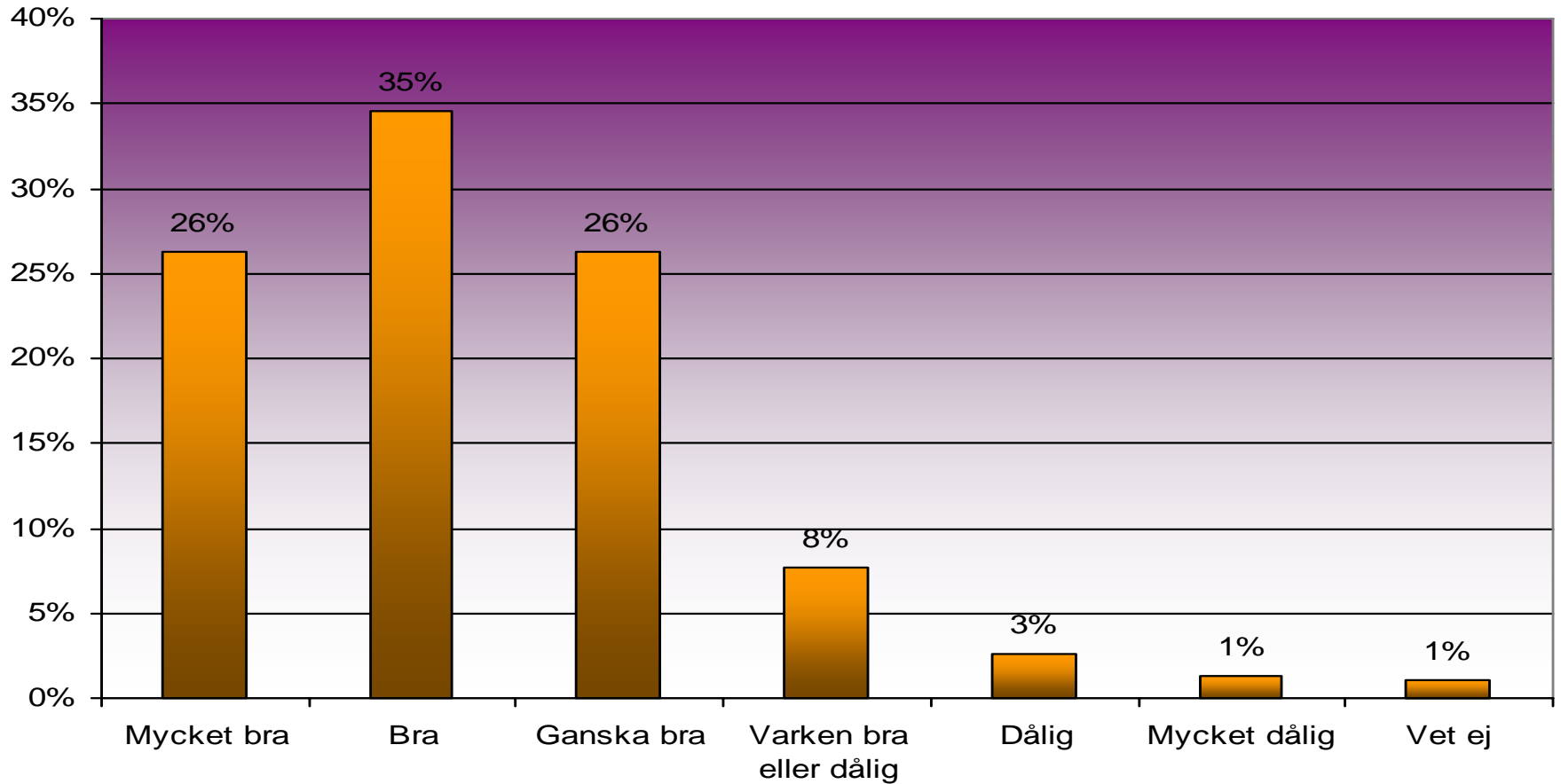
- Fler kanaler
- ”Jag skulle ha tittat mer om det var gratis”
- En kombination av traditionell TV-tablå och valfrihet att välja egna program är vad man vill ha
- Möjlighet att betala en summa per månad för obegränsad tillgång till utvalda TV-kanaler
- Stort täckningsområde generellt och täckning i tunnelbanan
- Måste man välja mellan tablålagd TV och framklickade/streamade TV program vill 56% hellre ha tablålagda TV-program





Inställningen till tjänsten är mycket positiv

Slutenkät: 87% anser att tjänsten är Mycket bra, Bra eller Ganska bra.

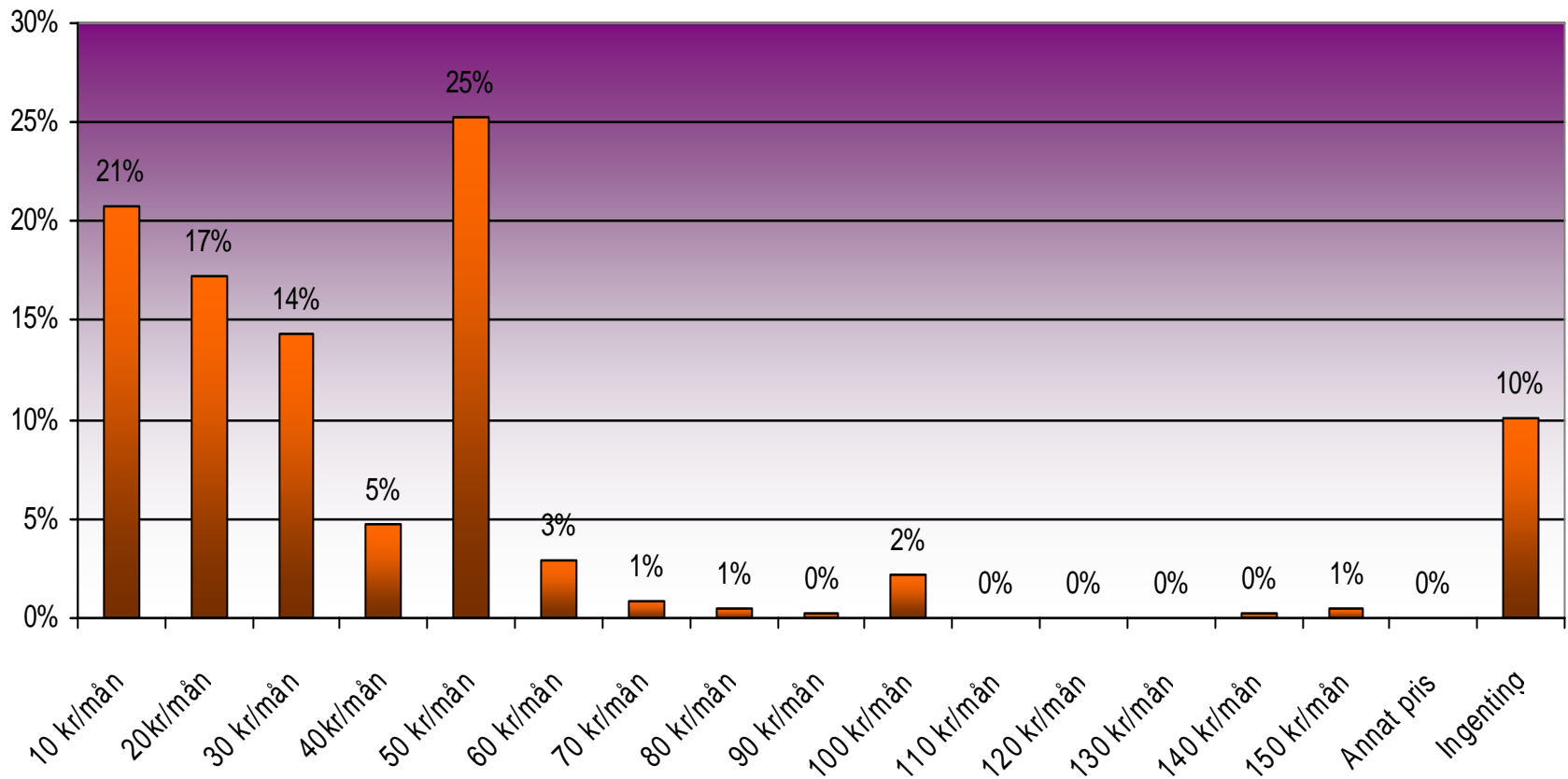




Betalningsviljan för direktsänd mobil tv

57% av konsumenterna är beredda att betala 10-40 kr per månad

32 % av konsumenterna är beredda att betala 50-100 kr per månad





Sammanfattning

- Inställningen till TV i mobiltelefonen efter att testet slutförts var mycket positiv, 87% anser att tjänsten är mycket bra, bra eller ganska bra.
- Resultatet visade att man i praktiken tittade mest på TV i mobiltelefonen hemma ensam på kvällen (18.00-24.00) under vardagar (måndag-fredag).
- Tre huvudsyften till varför man tittar på TV i mobiltelefonen:
 - 1) Bli underhållen
 - 2) Fördriva tiden
 - 3) Hålla sig uppdaterad/informerad.
- Testdeltagarna var positivt överraskade över den goda bild-, ljud och textningskvalitén på TV-sändningarna.
- Täckningen i det utsatta täckningsområdet har fungerat mycket bra. Hade täckningsområdet i testet varit större och om det funnits täckning i tunnelbanan hade man tittat mer.
- Man efterfrågar en kombination av traditionell TV-tablå och valfrihet att köpa egna program. För detta vill man betala en fast kostnad i månaden.
- Förväntningarna på TV-tjänsten man haft före teststart har infriats för en majoritet av testdeltagarna.
- 57% av konsumenterna är beredda att betala 10-40 kr per månad för att få tillgång till TV i mobiltelefonen, 32% av konsumenterna är beredda att betala 50-100 kr per månad. Endast 10% vill ha det gratis.