



La monetización de los contenidos multimedia para móviles

MIENTRAS QUE LOS BENEFICIOS DE VOZ SE MANTIENEN ESTABLES, LOS BENEFICIOS DE OTROS SERVICIOS CONTINÚAN AUMENTANDO



Mitch A. Lewis

VICEPRESIDENTE SENIOR DE LA UNIDAD DE NEGOCIO DE PROVEEDORES DE SERVICIOS Y DE MARKETING CORPORATIVO
DILITHIUM NETWORKS

La demanda de un uso más amplio de las páginas de vídeo compartido, comunidades de interés, redes sociales y personalización ha crecido exponencialmente en el último año. Mientras que el uso en minutos de los servicios multimedia está en alza, los proveedores de servicios y propietarios de los contenidos están aún ajustando los beneficios y los modelos de salida al mercado orientados a usuarios y empresas.

Redes / Dinamizadores de mercado

El número de suscriptores 3G se ha incrementado hasta 300 millones en todo el mundo. En 2007 se vendieron más de 1 billón de teléfonos móviles, y algo más de 200 millones de éstos

han sido de los denominados 3G. El número de terminales comercializados ha permitido una gran diversidad de modelos, con más funciones y de menor coste para los usuarios finales, con la premisa de ser terminales fáciles de usar como el Apple iPhone. Durante este año 2008, el lanzamiento de terminales innovadores de nuevos jugadores como Google continuará incrementando el uso de la voz, los datos y el vídeo a través de todas las redes, lugares y proveedores.

El número de suscriptores 3G se ha incrementado hasta 300 millones en todo el mundo

Un cambio fundamental será la instalación que se está llevando a cabo del sistema multimedia IP (IMS) en las redes de cable e inalámbricas. Las redes IMS permitirán la coexistencia de las redes IP y las redes de conmutación por circuitos así

como los servicios y podrán en última instancia simplificar la arquitectura de red y permitir nuevos servicios como presence y otros aún no imaginados. A pesar de que las redes IMS no son únicamente para el transporte de contenidos multimedia y vídeo, la mayoría de los operadores entienden la importancia de tener servicios preparados para IMS y redes IMS hoy para asegurar una migración sencilla en línea con los beneficios y los ahorros que se esperan en un futuro próximo.

Comportamiento del consumidor

Los consumidores han demostrado, y volverán a hacerlo, que adquirirán y asimilarán nuevos servicios móviles, de Internet y productos que les ofrezcan beneficios adicionales para su vida. Existirán, como de costumbre, los que adopten las tecnologías los primeros, pero hasta que los nuevos servicios estén listos para ser los principales, los proveedores de servicios no evaluarán realmente todas las posibilidades de su inversión.

En este mercado global, los consumidores también nos han demostrado que los servicios que



"video call completion to voice" (VCCV) y los timbres de llamada de vídeo (VRBT), se consigue que el uso del vídeo/voz mail y la vídeo telefonía logre una mayor tasa de llamadas 3G completadas. Los servicios VCCV y VRBT también permiten a los usuarios 2G y 3G acceder la misma red y servicios de una forma más sencilla. En mercados donde se han lanzado estos

Las redes IMS permitirán la coexistencia de las redes IP y las redes de conmutación por circuitos

servicios combinados de vídeo, vemos que las tasas de llamadas completadas se incrementan en 10 puntos, ARPU se incrementa en 15% y "churn" baja en un 10%.

Modos de pago

Diversos estudios e investigaciones realizados nos muestran una gran diferencia entre cuanto tiempo dicen los usuarios que usarían un servicio y lo que estarían dispuestos a pagar por él. Mientras que los beneficios de voz se mantienen estables, los beneficios de otros servicios no relacionados con la voz continúan aumentando.

En mercados en los que las vídeo-llamadas tienen la misma tarifa que las llamadas de voz el valor añadido y el beneficio se han incrementado. Los consumidores están más dispuestos a usar los servicios de vídeo cuando se incluyen en paquetes de minutos mensuales. En otros mercados, donde las llamadas están altamente reguladas y las tarifas se mantienen sin cambios, la adopción se está volviendo lenta y pesada.

comienzan en un país (BlackBerry, USA) pueden también encontrar su camino hacia otros mercados, mientras que otros servicios nunca llegan a sobresalir fuera de su propio segmento. Por ejemplo, mientras que el iMode ha sido un gran éxito en Japón, los aspectos culturales y los factores del comportamiento que incluye (largas líneas de metro por e.j.) no son fácilmente trasladables a otros mercados. Esto enfatiza la necesidad de ser capaces de ofrecer servicios de manera universal pero que se puedan adaptar a las distintas necesidades de los mercados locales.

Paquete de aplicaciones de vídeo

Tradicionalmente el vídeo mail, vídeo telefonía, vídeo portal y vídeo conferencia se vendían como servicios separados. Hoy en día, son un paquete de aplicaciones de vídeo que está permitiendo la adopción masiva de estos servicios de vídeo en el mercado. Mientras que menos del 10% de los clientes de telefonía móvil son usuarios 3G, los servicios combinados permiten a los operadores darse cuenta del gran beneficio y el potencial gracias al contenido, la mejor utilización de la red y la menor "churn". Combinando la



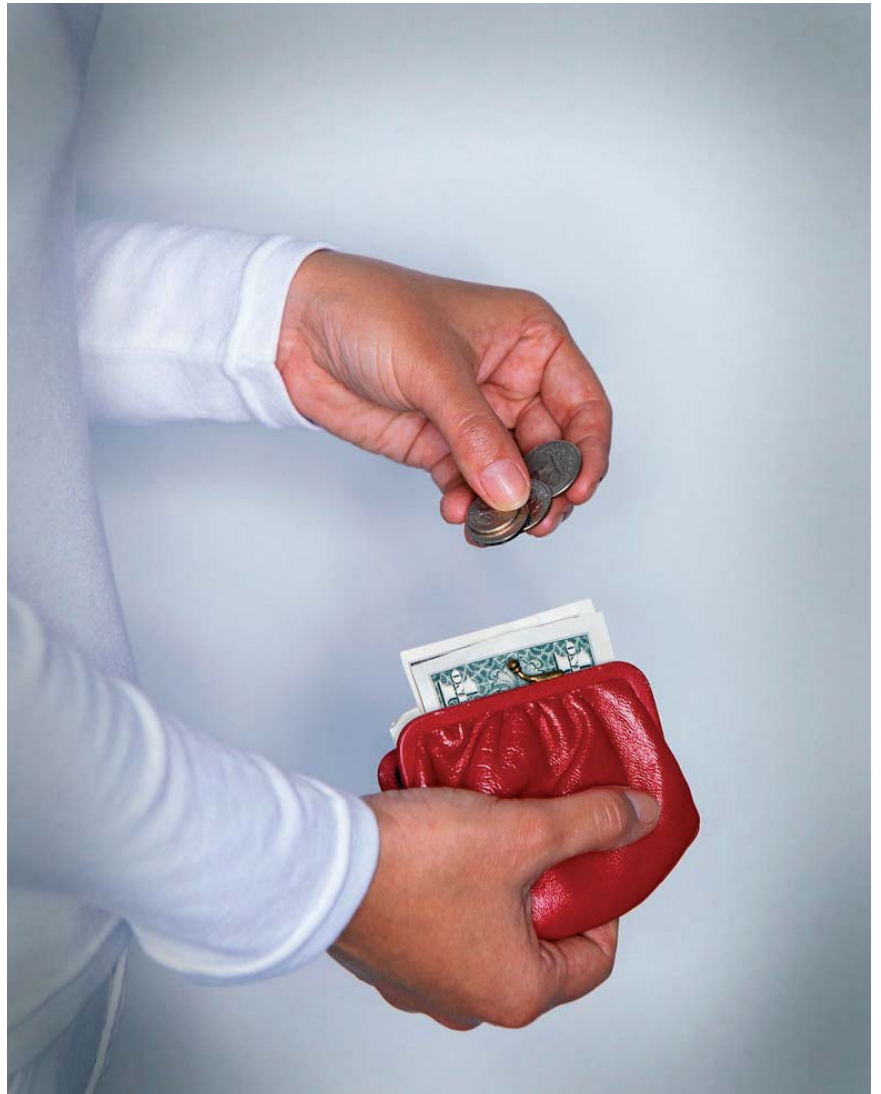
Nuevos modelos de negocio, junto con la bajada de los costes de la infraestructura de red, demuestran cómo los proveedores de servicios pueden permitirse económicamente los precios de las nuevas aplicaciones. Un modelo de negocio es el de los servicios multimedia móviles con anuncios como se han desarrollado en Internet. Por una suscripción mensual, los usuarios finales pueden decidir si pagar más o menos a cambio de ver anuncios en sus llamadas.

Actividades promocionales

Los nuevos servicios y aplicaciones necesitan generar un cash-flow positivo dentro del primer año y el ROI se debe basar en la realidad del mercado y en casos probados de negocio. Después del lanzamiento de nuevos servicios – incluso con precios altos en terminales y redes – se deben llevar a cabo actividades promocionales para educar, informar y motivar a los usuarios a usar el vídeo.

Partnership

Los proveedores de servicios vieron en un principio a los agregators, IASPs y a los creadores de contenidos como competidores. Hoy en día están firmando acuerdos que les permiten una mejor utilización de las redes y del ancho de banda. En algunas zonas de Europa, los pactos han evolucionado entre los proveedores de servicios, los emisores y los dueños de contenidos locales, para ofrecer servicios multimedia a través de SMS y portales de vídeo. La competencia de compañías de Internet como Yahoo, Google, Apple y Skype, están guiándonos a nuevas maneras de hacer negocio y crear propuestas de éxito, con grandes beneficios y unidas a actividades promocionales. Compañías como YouTube, se están moviendo a servicios



Los consumidores han demostrado que adquirirán y asimilarán nuevos servicios móviles que les ofrezcan beneficios para su vida

basados en móvil y han anunciado ya sus acuerdos con proveedores de servicios en un esfuerzo por evitar la duplicidad y usar los recursos de una forma más eficiente.

Conclusión

El año fiscal 2007 nos ha mostrado una explosión en el interés en el vídeo móvil y de banda ancha y el incremento de los beneficios pero esto es sólo un avance de lo que va a venir en este año 2008. Con la llegada de aplicaciones convincentes, la combinación del uso múltiple de servicios multimedia en redes convergentes y una tarificación justa así como las promociones, podemos esperar que la monetización seguirá conduciendo el crecimiento multimedia en los próximos años. ♦