

MERRE MEGY A MÉDIA?

DÓBÉ SÁNDOR
STRATÉGIAI IGAZGATÓ

HTE MEDIANET KONFERENCIA, 2017. OKTÓBER 5.

TARTALOM

- **MÚLT ÉS JÖVŐ**
- **A TÉVÉZÉS JÖVŐJE**
- **VÁLTOZÓ FOGYASZTÓI SZOKÁSOK**
- **ÉRDEKESEBB PÉLDÁK**

10 ÉVE...

those were the days....

8.00AM



8.00PM



Falls to the floor



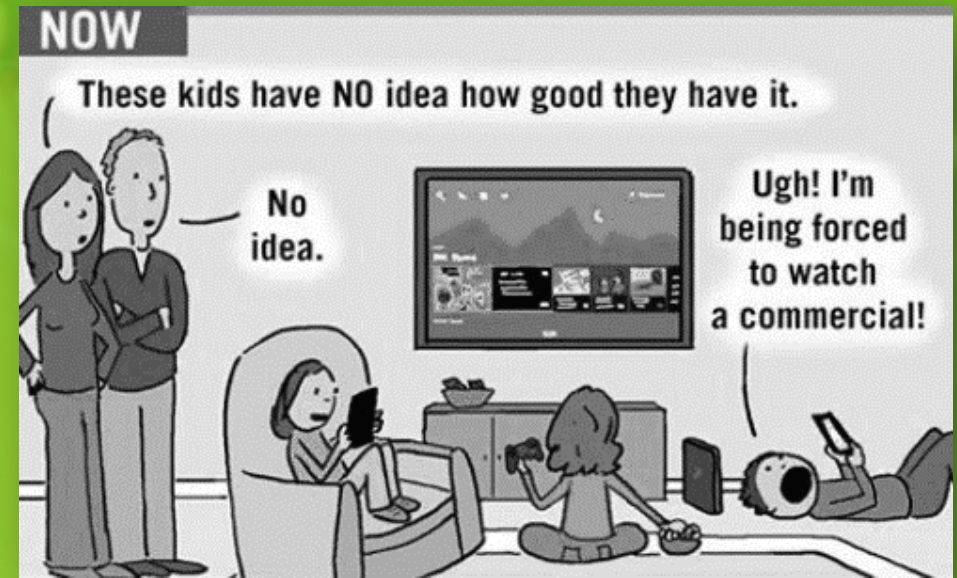
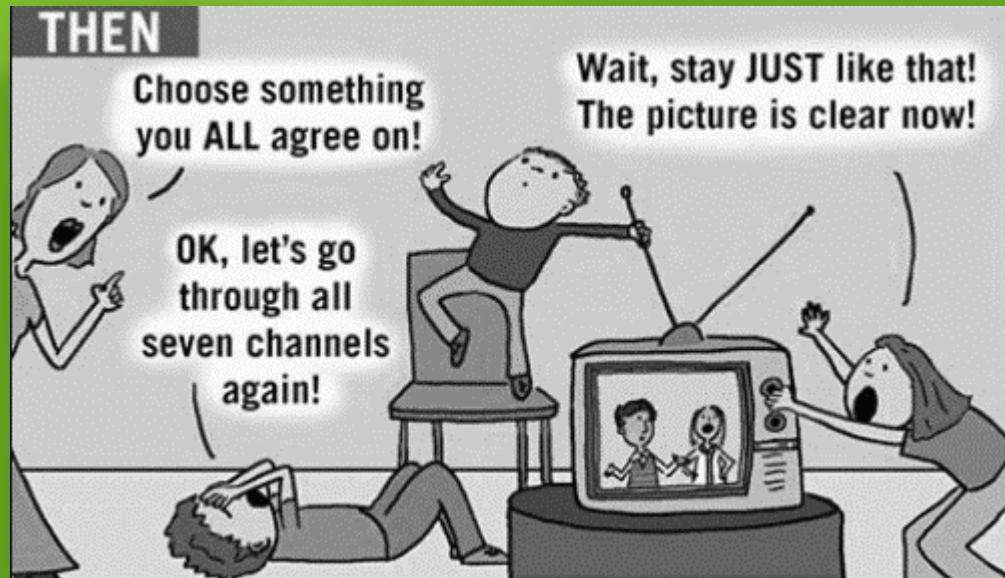
Screen breaks

Falls to the floor



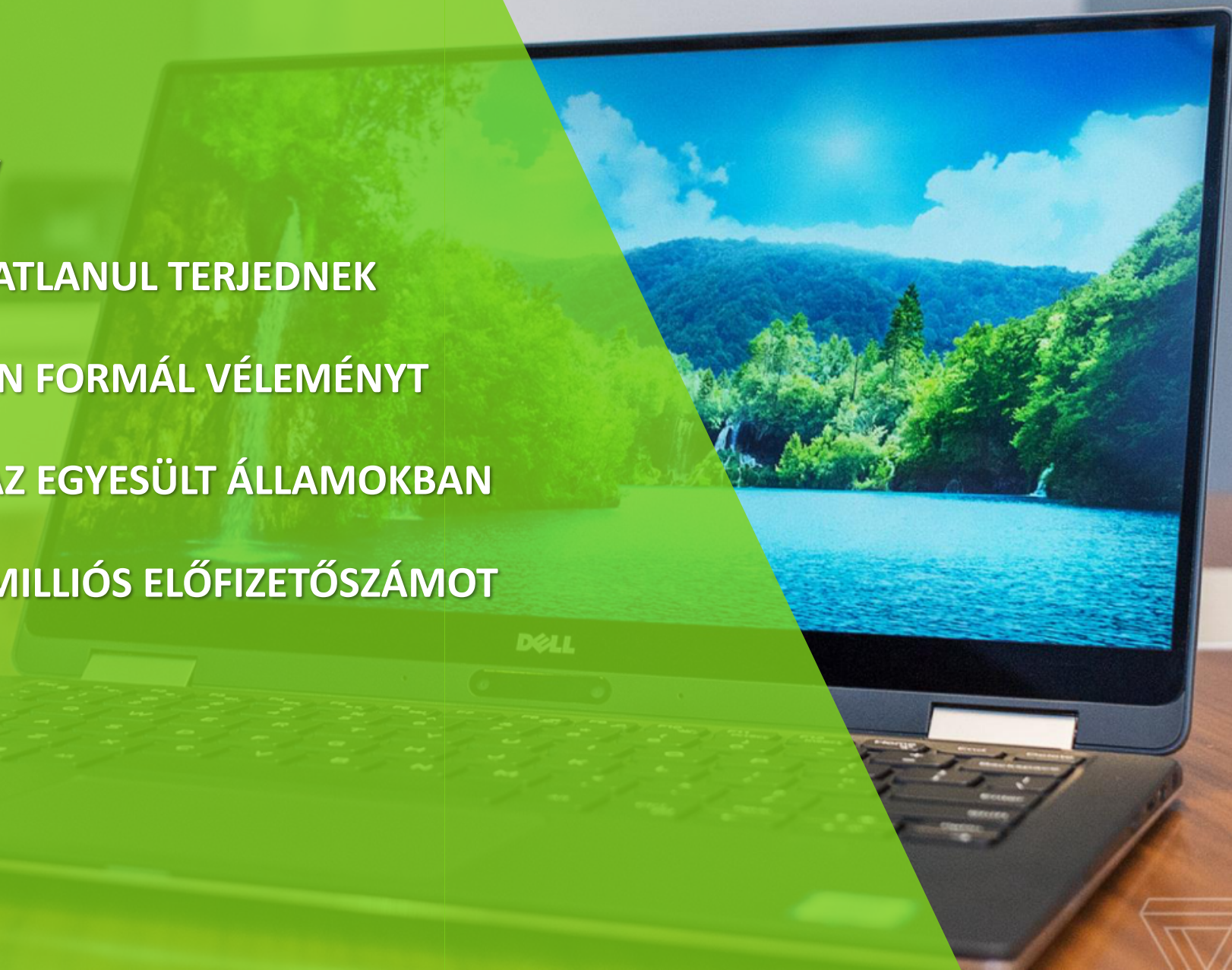
Floor breaks

AKKOR ÉS MOST...



AZ ELMŰLT ÉV...

- ELINDULT A FACEBOOK- TV
- AZ ÁLHÍREK MEGÁLLÍTHATATLANUL TERJEDNEK
- AZ USA ELNÖKE TWITTEREN FORMÁL VÉLEMÉNYT
- ELINDULT A YOUTUBE TV AZ EGYESÜLT ÁLLAMOKBAN
- A NETFLIX ÁTLÉPTE A 100 MILLIÓS ELŐFIZETŐSZÁMOT
- ...



A close-up photograph of a young boy with light brown hair and blue eyes. He has a shocked or surprised expression, with his mouth wide open and his hands pressed against his cheeks. The background is a plain, light color. Overlaid on the image is the text "WHAT'S NEXT" in a bold, black, sans-serif font. The word "WHAT'S" is on the top line, and "NEXT" is on the bottom line, both centered horizontally.

WHAT'S
NEXT

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA TERJESZKEDÉSE

- 2021 → Több, mint 3 mrd felhasználó
- Facebook → 3,4%-os visszaesés a fiataloknál
- De elindult a Facebook TV!

I'm not a "stalker". I prefer the term
Social Media Analyst.

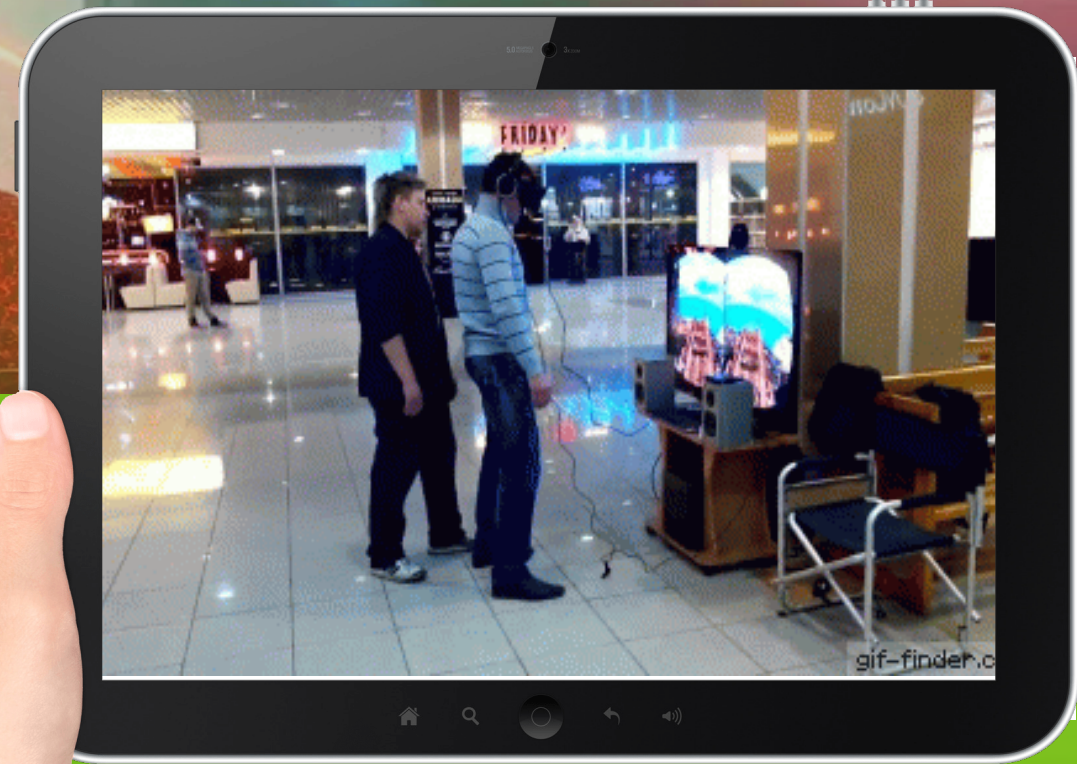


A KÖZÖSSÉGI MÉDIA VÁLHAT A TELEVÍZIÓS TARTALOMFOGYASZTÁS ELSŐDLEGES PLATFORMJÁVÁ



VR ÉS AR, A JÖVŐ PLATFORMJA?

- A mozgatórugó a tartalom
- Jelenleg domináns terület a Gaming
- Lehetőségek: VR közösségi média, több szereplő szemszögéből nézhető film, VR mozi



ELTERJEDHET A TÖMEGEK KÖRÉBEN AZ VR/AR, VAGY A 3D SORSÁRA JUT 

VISELHETŐ MÉDIAESZKÖZÖK

- 2020 → Viselhető médiaeszközök száma várhatóan megduplázódik
- Legnépszerűbb felhasználási terület: sport, egészségügy
- Jövő: gombkamera, okos kontaktlencse, okos ruha



A JELENLEG FUTURISZTIKUSNAK TŰNŐ MEGOLDÁSOKÉ A JÖVŐ ?

AZ INTERKATIVITÁS ELŐTÉRBE KERÜL

- Az új generáció megszólítása nehezebbé válik



- Az interaktivitás felkelti az emberek figyelmét, és képes lekötni az olvasókat/nézőket.



HOGYAN VÁLTOZTATJA MEG A TELEVÍZIÓZÁST AZ INTERAKTIVITÁS



TARTALOM

- MÚLT ÉS JÖVŐ
- A TÉVÉZÉS JÖVŐJE
- VÁLTOZÓ FOGYASZTÓI SZOKÁSOK
- ÉRDEKESEBB PÉLDÁK

HOGY FOG KINÉZNI A JÖVŐ TELEVÍZIÓZÁSA?

PONTOSAN MI IS A
KÉRDÉS?



**DON'T
PANIC!**
BECAUSE
**THE ANSWER
IS 42**

FOGALOMZAVAROK –
ALMÁT A KÖRTÉVEL?



VS



TV KÉSZÜLÉKEN VAGY „TELEFONON”?



VS



LINEÁRIS VAGY ON DEMAND



VS

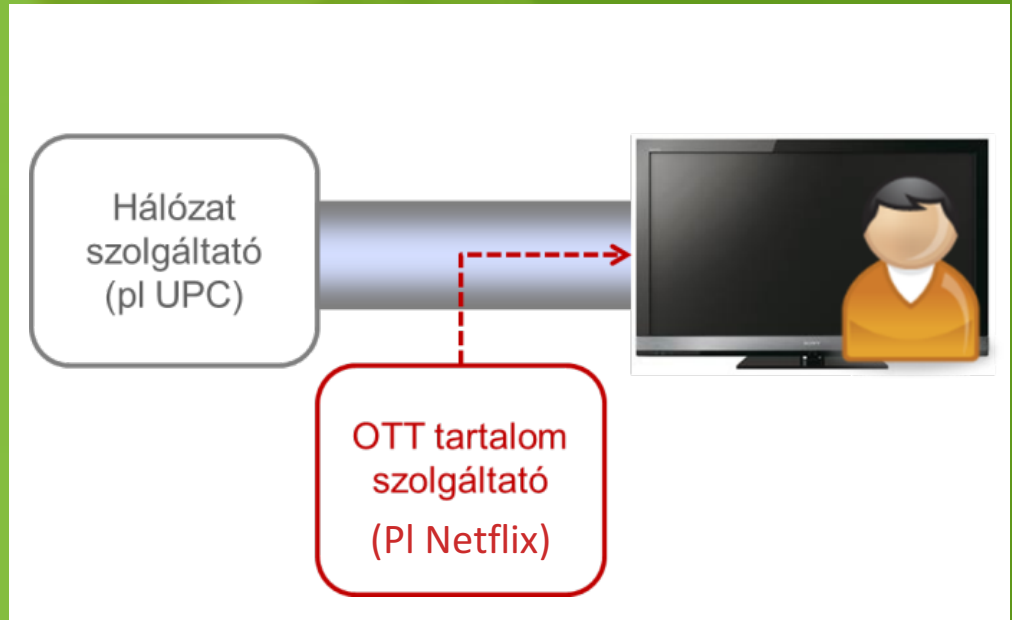


HAGYOMÁNYOS TERJESZTÉS VAGY OTT

A
T



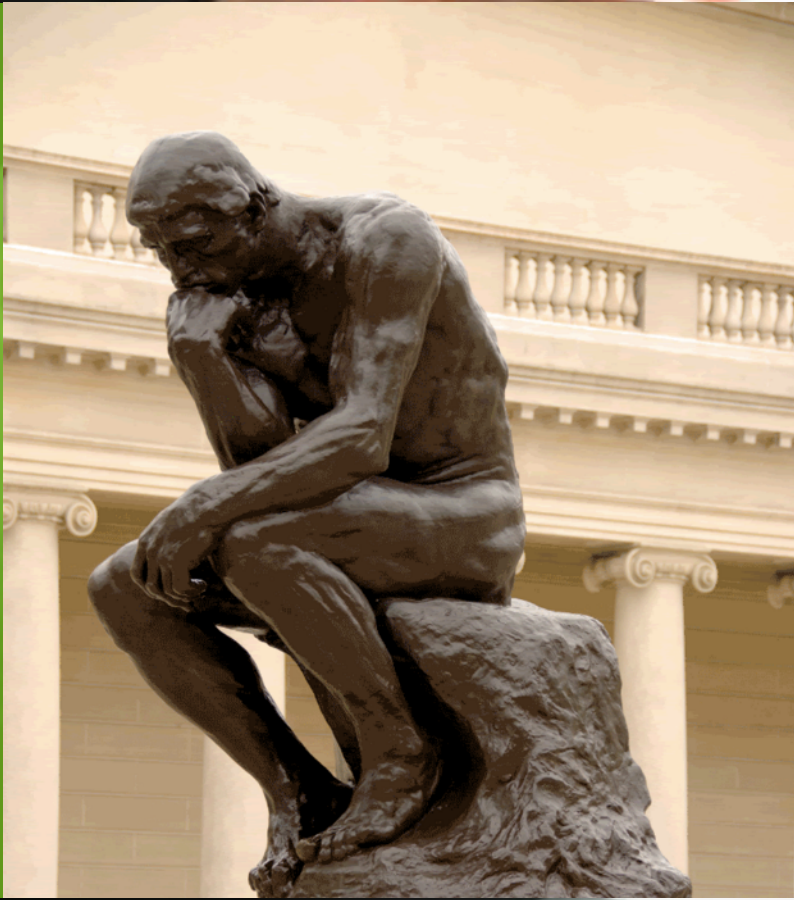
MULTICAST



UNICAST

MIÉRT GONDOLJUK?

ELMÉLETI
MEGFONTOLÁSOK



STATISZTIKAI
MEGFIGYELÉSEK

MÉRLEGEN A FUNKCIONALITÁS

HAGYOMÁNYOS TV



„Passzív fogyasztás kényelme”



OTT



Interaktivitás



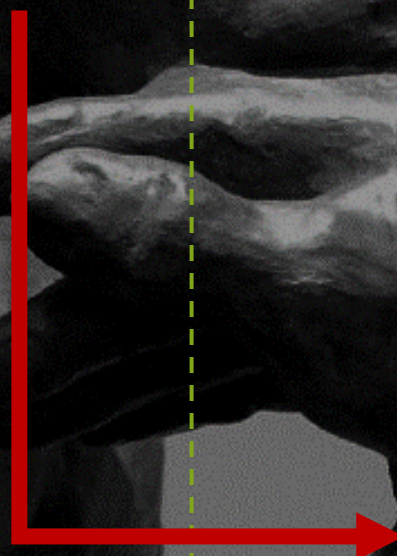
Értéknövelt kényelmi funkciók



Rétegtartalmak



Replikálható és szimulálható



A HAGYOMÁNYOS TV-T A LENDÜLET VISZI TOVÁBB



VONZERŐ
←



↑
LENDÜLET

ÜZLETI MODELL

FOGYASZTÓI SZOKÁSOK

INTERNET PENETRÁCIÓ

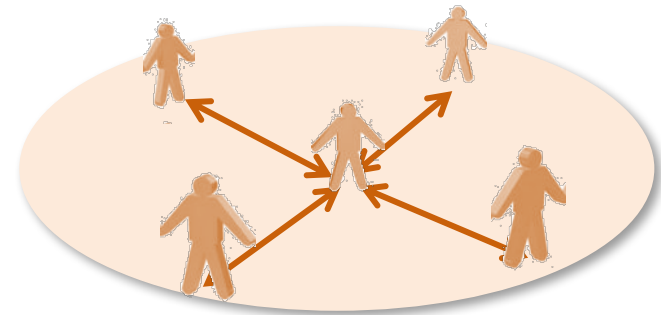
AZ UNICAST HÁTRÁNYA

MULTICAST



Egy-végtelen kapcsolat, a tartalomtovábbítás költsége nem függ a nézők számától

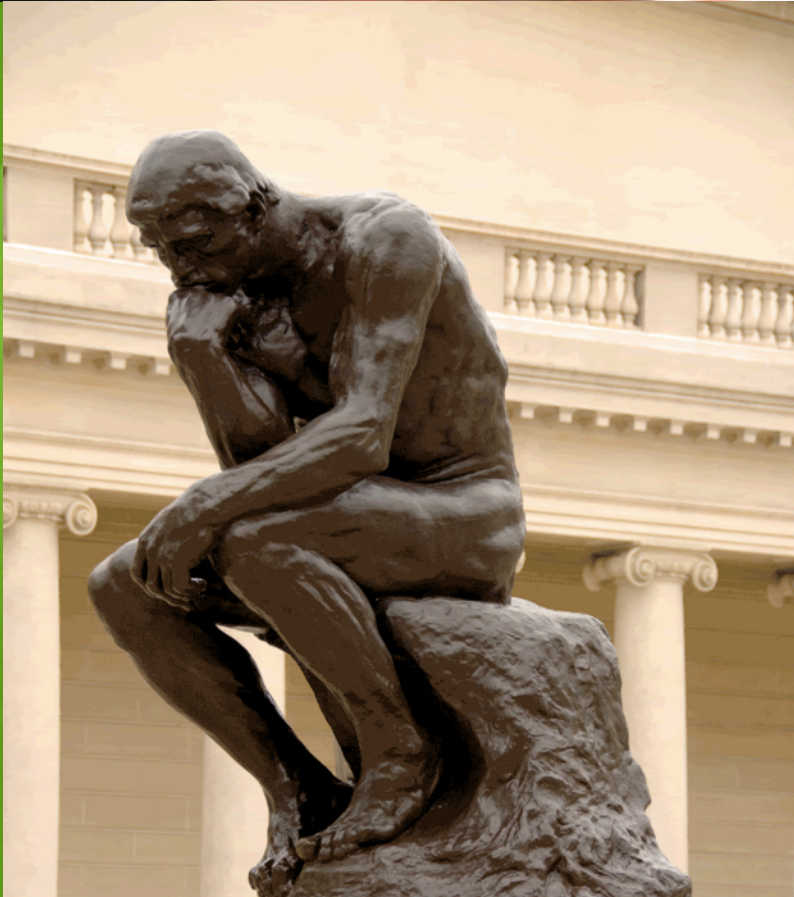
UNICAST



Egy-egy kapcsolatok, a tartalomtovábbítás költsége arányos a nézők számával

MIÉRT GONDOLJUK?

ELMÉLETI
MEGFONTOLÁSOK

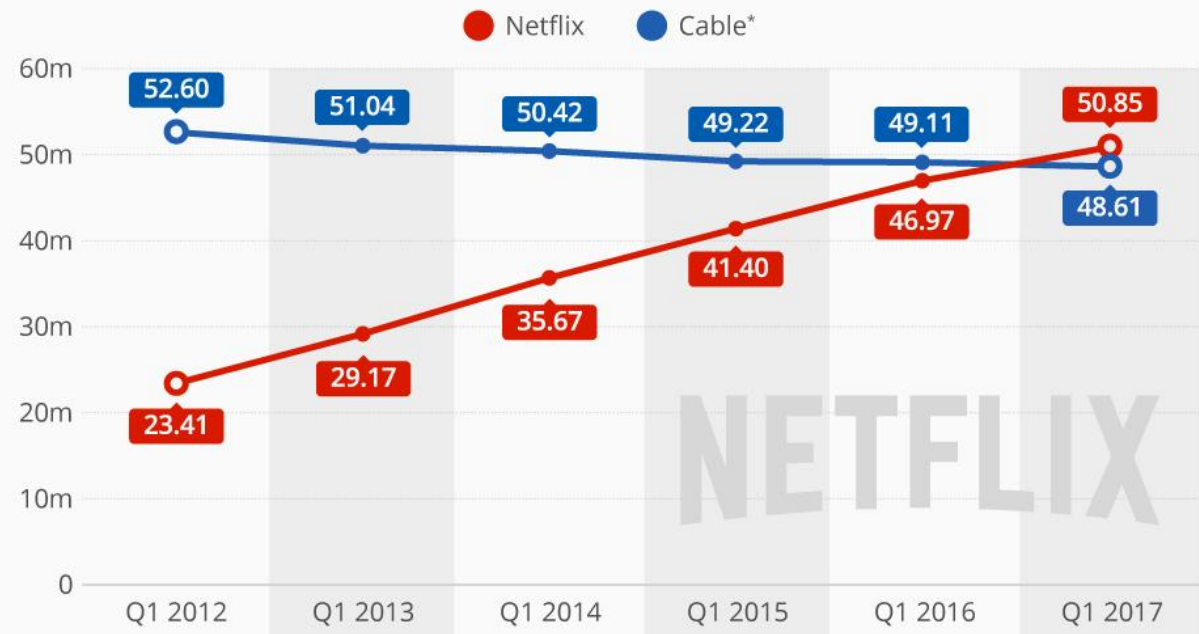


STATISZTIKAI
MEGFIGYELÉSEK

EGY STATISZTIKA AZ IDEI ÉVBŐL...

Netflix Surpasses Major Cable Providers in the U.S.

Number of Netflix subscribers vs. cable pay-TV subscribers in the U.S. (in millions)



* includes major cable providers accounting for roughly 95% of cable subscribers and slightly less than half of all multichannel pay-TV subscribers



@StatistaCharts

Sources: Netflix, Leichtman Research Group

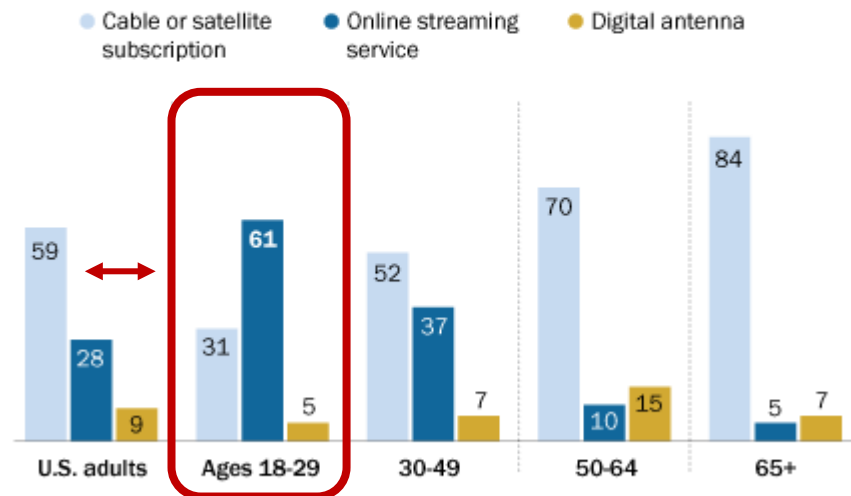
statista

- Netflix felhasználók száma > kábel TV-s előfizetések száma (USA)
- 100 milliónál is több előfizető
- Netflix a magyar piacon: az online videótékában ma már 112 sorozat és film érhető el magyar felirattal.

GENERÁCIÓS KÜLÖNBSÉGEK

Young adults use streaming services most to watch TV

% of U.S. adults who say ___ is the primary way they watch television



Source: Survey conducted Aug. 15-21, 2017.

PEW RESEARCH CENTER

A fiatalabb korosztály számára a TV nézés elsődlegesen online streaming szolgáltatás használatával történik, míg az idősebb generációk esetében egyértelműen a hagyományos PayTV előfizetések dominálnak.

A hűséges PayTV előfizetők az idősebb generációból kerülnek ki

A „Pay-Never” arány nő (2017-ben +5,8%)

A millenniumi generáció az új előfizetések csupán 10 %-át adják (50% X gen.)

A millenniumi generáció új PayTV előfizetőinek 25 %-a a következő egy évben lemondja az előfizetést

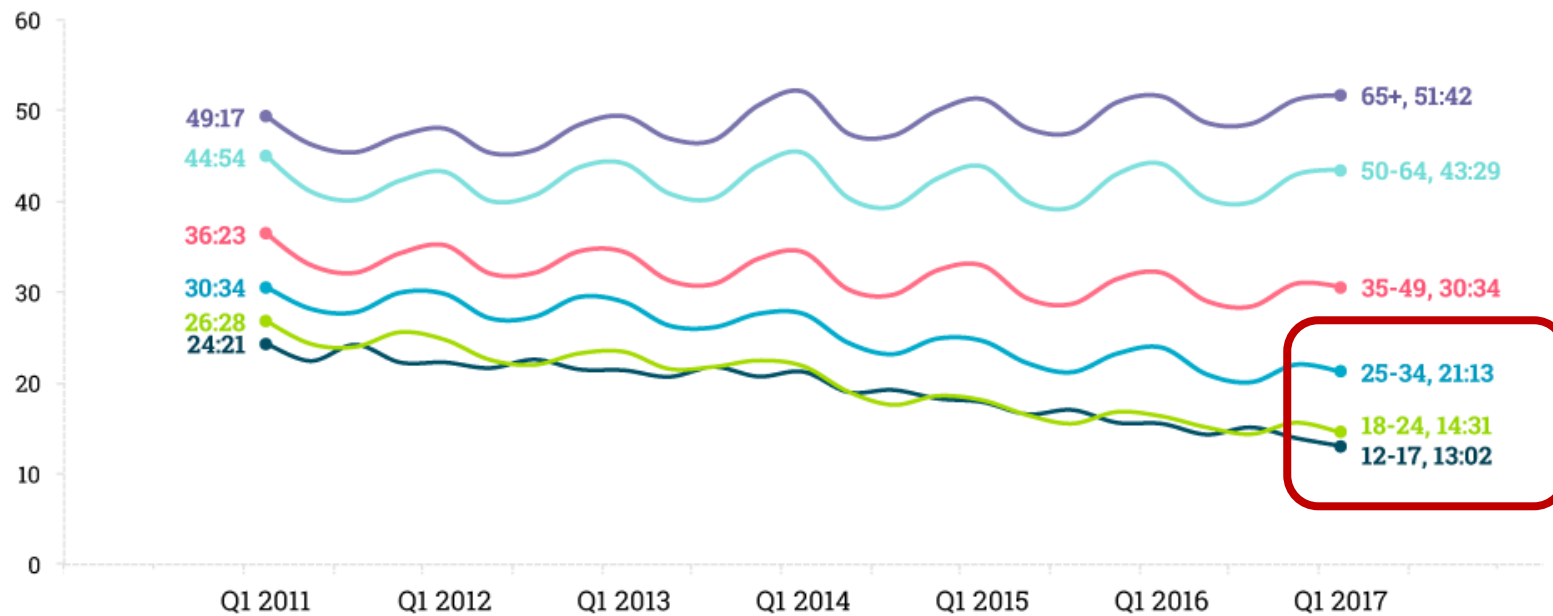
A generációváltás miatt csökken a kereslet

A fiatal generáció az internetes tartalomfogyasztást részesíti előnyben

A FIATALOK HAGYOMÁNYOS TV NÉZÉSI IDEJE CSÖKKEN

Traditional TV* Viewing Trends, by Age Group
Q1 2011 - Q1 2017 (weekly hh:mm)

marketing
charts

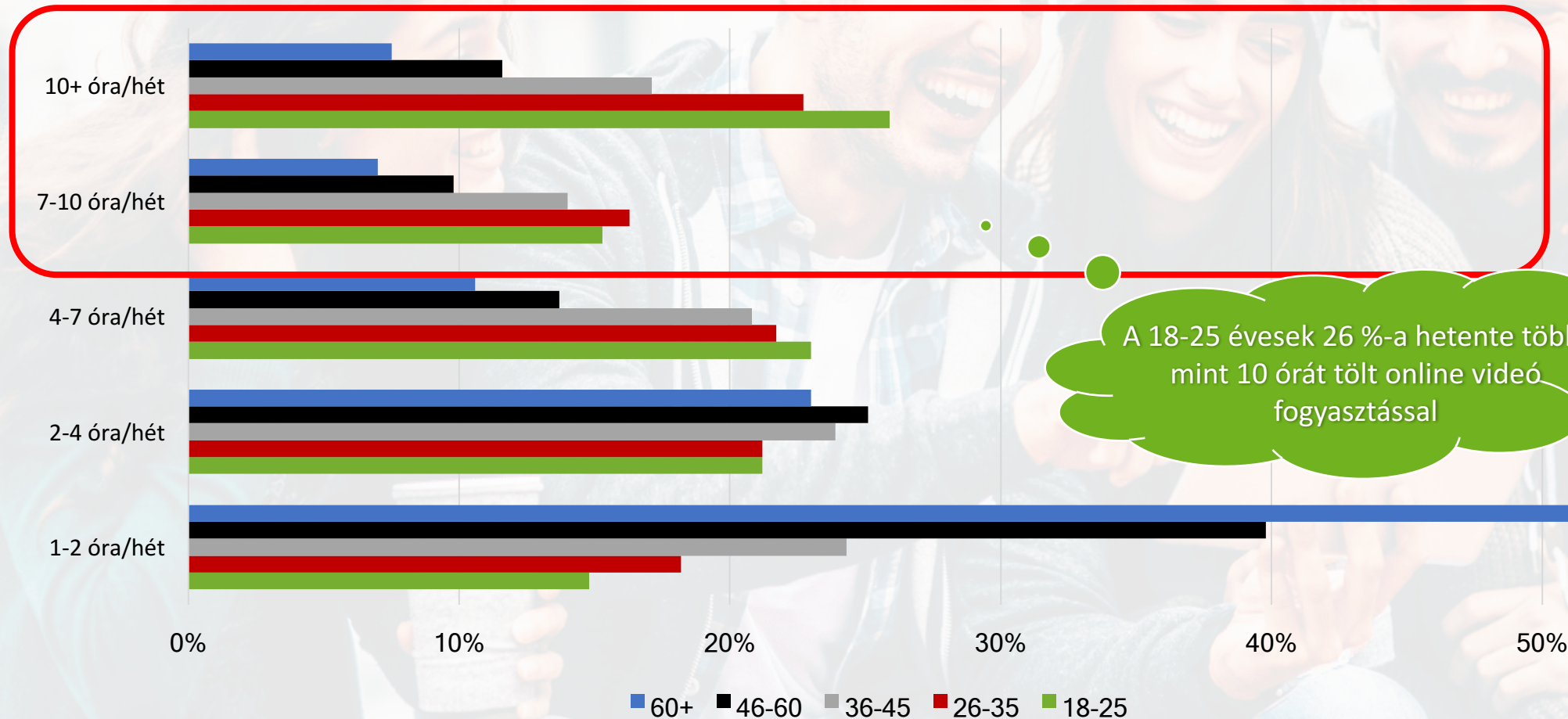


Published on MarketingCharts.com in July 2017 | Data Source: MarketingCharts.com analysis of Nielsen data

*Traditional TV refers to all live + DVR/time-shifted TV viewing during the quarter for the total population

In Q1 2017, live viewing averaged 27:08 per week for the 2+ population and DVR/time-shifted TV 3:33 per week.

MIKÖZBEN AZ ONLINE VIDEÓFÓGYASZTÁSI IDŐ NŐ



A 18-25 évesek 26 %-a hetente több, mint 10 órát tölt online videó fogyasztással

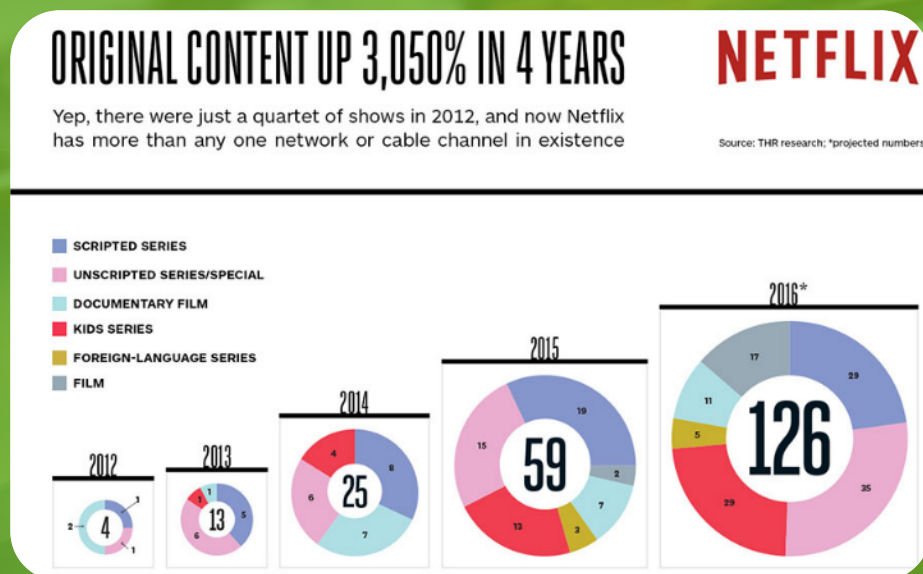
TARTALOM

- MÚLT ÉS JÖVŐ
- A TÉVÉZÉS JÖVŐJE
- VÁLTOZÓ FOGYASZTÓI SZOKÁSOK
- ÉRDEKESEBB PÉLDÁK

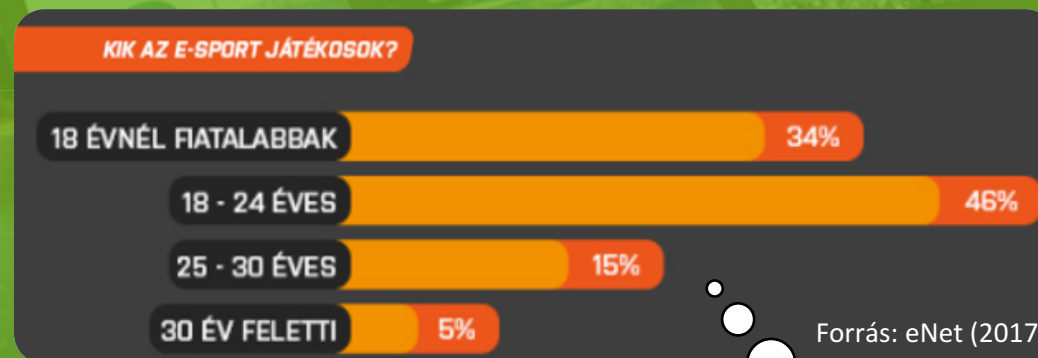
1. EGYEDI, EXKLUZÍV, NICHE TARTALOM

Millennials choose the “food” that is most readily available and will quickly and efficiently satiate their hunger. But in order for them to keep coming back to this “dish,” they need to be able to associate it with being “high-quality,” “reliable,” and ultimately “something that works for them.”

Hussain Manawer at #ThinkContent London, 2016



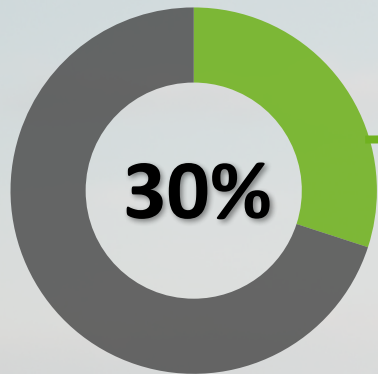
Forrás: THR Research(2016)



Az exkluzív, saját gyártású műsoroknak köszönhető egyes OTT szolgáltatások népszerűsége. A Netflix az utóbbi években folyamatosan növelte költségét az egyediség megőrzése érdekében.

A fiatalok körében az egyik legnépszerűbb niche tartalom az e-sport

2. AMATŐR ÉS FÉLPROFI FELHASZNÁLÓI TARTALOM



A millenniumi generáció médiafogyasztásának **30 %-át User Generated tartalom** nézése teszi ki.

35 %

A millenniumi generációs számára a UGC tartalom más tartalomhoz viszonyítva 35%-kal emlékezetesebb

50 %

A UGC tartalomban 50%-kal jobban bíznak, mint más médiában

86 %

A millenniumi generáció 86 %-a szerint a UGC pozitívan hat a benne megjelenő márkákra.

10 X

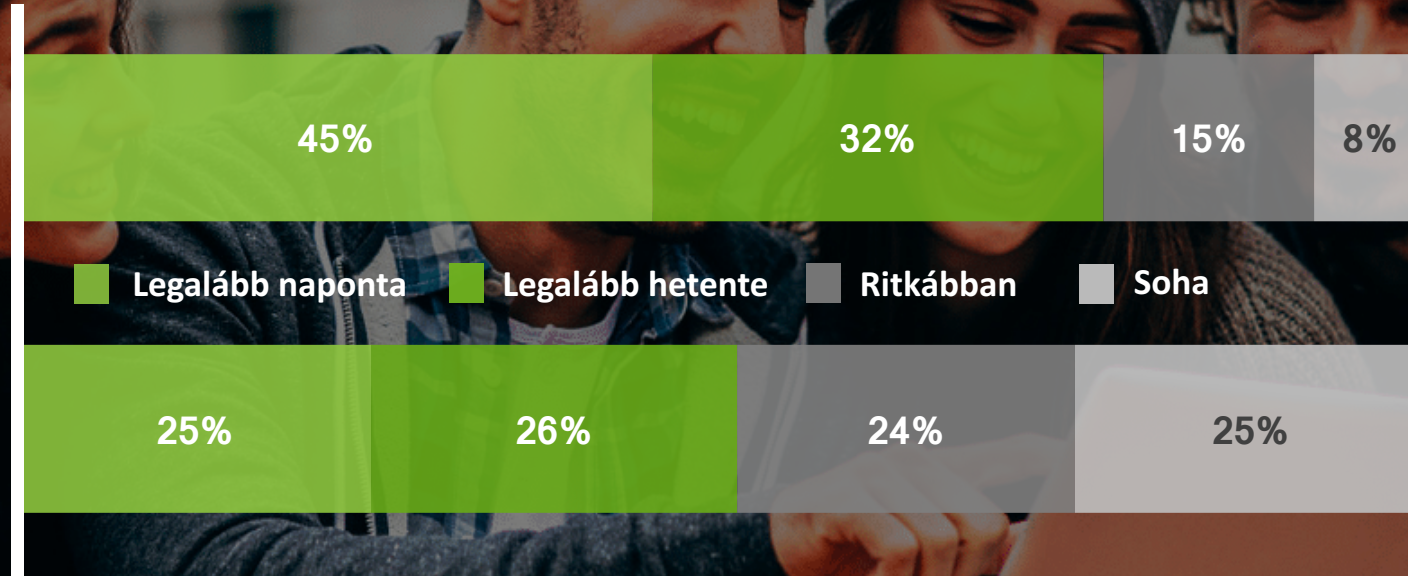
A User-generated videók megtekintéseinek száma 10x több, mint az adott márka által feltöltött videóé.

3. KIEGÉSZÍTŐ TARTALMAK ÉS MULTITASKING LEHETŐSÉG

Második képernyő használata a TV tartalomhoz kapcsolódóan

Millenniumi generáció

35+



Forrás: Ericsson ConsumerLab (2016)



Internetes böngészés a nézett tartalomhoz kapcsolódóan

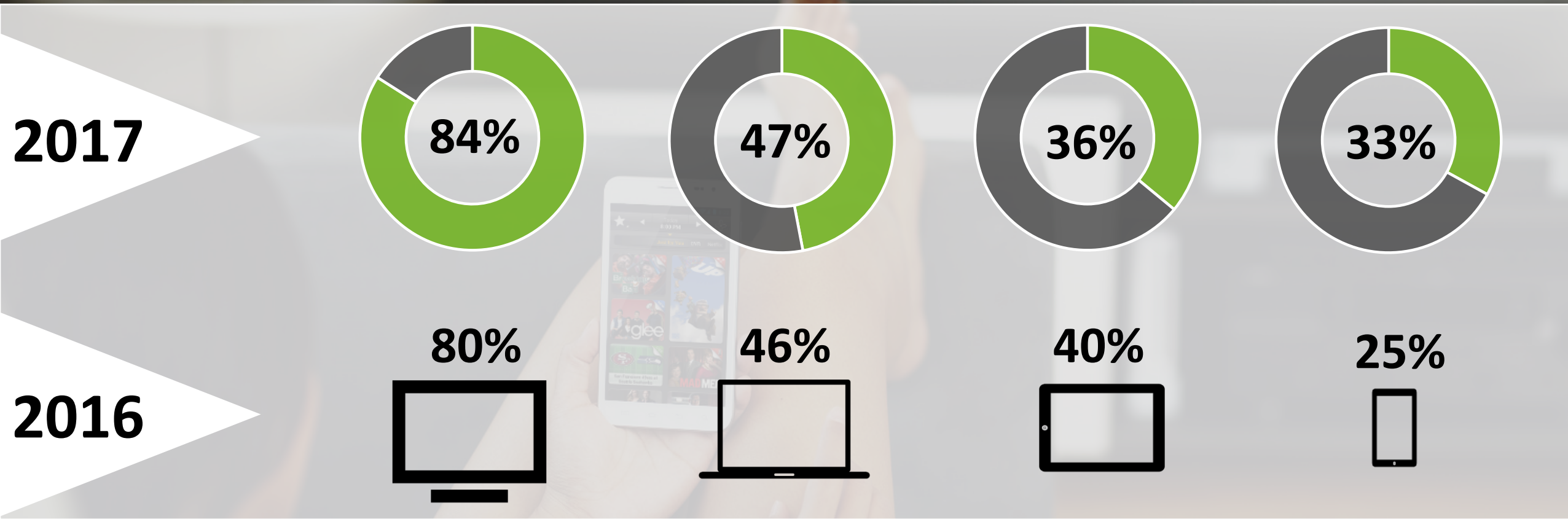


Online csevegés a nézett tartalomról



2 vagy 3 műsor párhuzamos nézése

4. PLATFORMFÜGGETLEN TARTALOMFOGYASZTÁS



5. FIATALOS, JÓL HASZNÁLHATÓ DESIGN

A fiatalos UI jellemzői:

- Könnyen kezelhető felület
- Live /on-demand tartalmak közötti gyors váltás
- Trendkövető design



A megkérdezettek **59%-a** a szépen megtervezett felületeket preferálja az érdektelen designnal szemben



A megkérdezettek **38%-a** elhagyja az oldalt, ha nem találja vonzónak és könnyen kezelhetőnek a felületet.

6. INTERAKTIVITÁS ÉS JÁTÉKOSSÁG



88%

of 18- to 24-year-olds play a digital game more than once a month



A fiatal generáció nyitott a játékos, interaktív tartalomfogyasztásra (pl. pontgyűjtés, szerkeszthető tartalom), amely jelentősen növeli elköteleződésüket egy szolgáltatás mellett.



7. KÖZÖSSÉGI MÉDIA KAPCSOLÓDÁS

A közösségi médiához való kapcsolódás (tartalom FB „like”-olása, megosztása, kommentelése) vagy maga a közösségi funkció (belső chat) már elengedhetetlen a fiatalokat (is) célzó OTT szolgáltatásokban.

Ugyanakkor ez a funkció a szolgáltatónak is jó és könnyen elérhető visszajelzést ad a felhasználókról (reklám), a használati szokásokról, a népszerű tartalmakról és az általános megítélésről.



A millenniumi generáció 89%-a a barátok és családok ajánlásainak jobban hisz, mint a márka állításainak

CHAT

LIKE

MEGOSZTÁS

AJÁNLÁS

8. ÚJ TÍPUSÚ REKLÁMOK

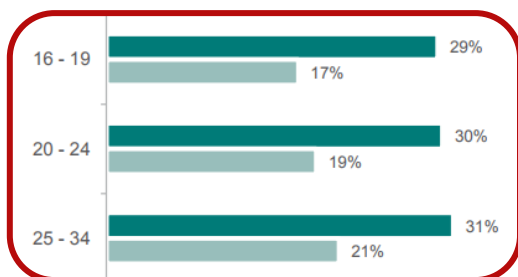


Forrás: Ericsson ConsumerLab (2016)

Egyik generáció sincs oda a reklámokért, a fogyasztók **60 %-a fontosnak tartja a reklámok nélküli tv-nézés élményét.**

A nézők 45 %-a hajlandó extra pénzt fizetni a reklámmentes élményért.

De az új generációk nyitottabbak a personalizált reklámokra



- Feel very comfortable
- Do not feel comfortable

Forrás: Ericsson ConsumerLab (2016)

Tipikus viselkedés nem átugorható hirdetések alatt (megnézi a hirdetést):

X generáció

31%

Y generáció

31%

Z generáció

43%

Megosztott egy hirdetést valakivel:

X generáció

19%

Y generáció

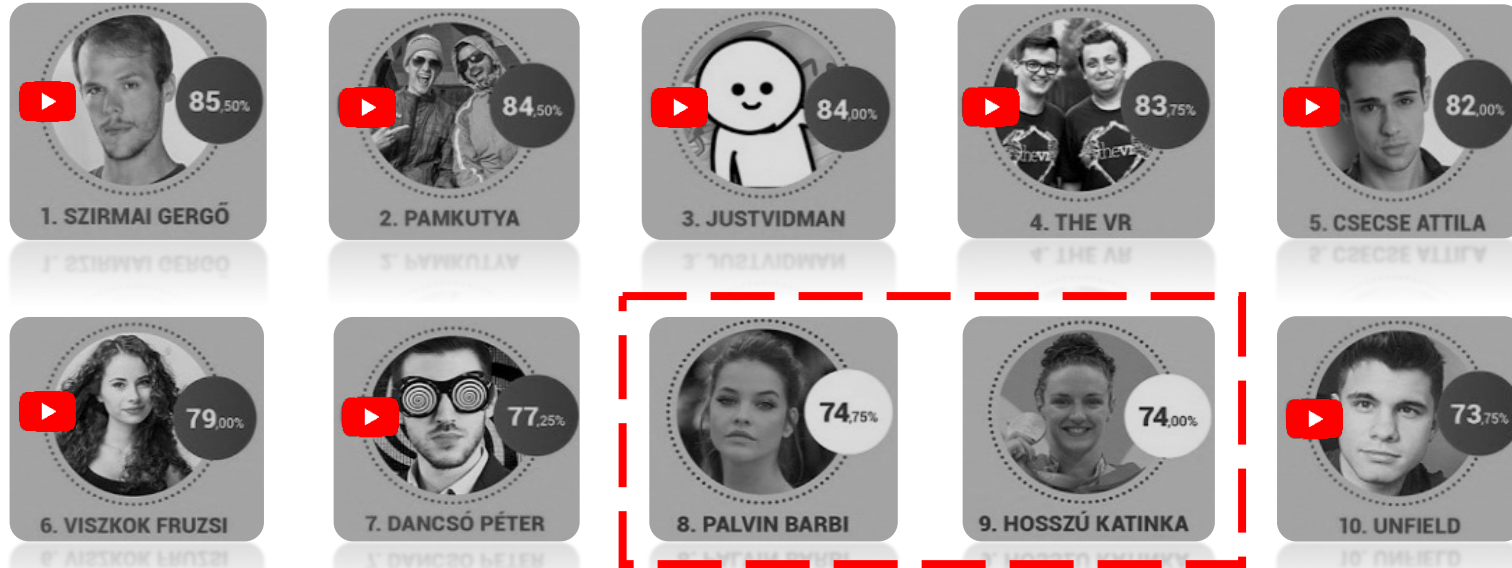
30%

Z generáció

40%

Forrás: Tremor video, Hulu (2017)

9. MÁΣ „CELEBEK” ÉRDEKLIK A FIATALOKAT



A YouTube-sztárok menőbbek itthon, mint a többi híresség:

- A legkedveltebb 10 hírességből 8 YouTube sztár.
- Naponta átlagosan fél órával több időt töltenek YouTube-videók megtekintésével, mint a TV előtt.

BEST OF YOUTUBE
Popular on YouTube

TARTALOM

- MÚLT ÉS JÖVŐ
- A TÉVÉZÉS JÖVŐJE
- VÁLTOZÓ FOGYASZTÓI SZOKÁSOK
- ÉRDEKESEBB PÉLDÁK

TWITCH

FUNKCIÓ

Élő stream (online esetén 2 perc késleltetéssel), VoD, eseményközvetítés, live chat

TARTALOM

Kompetitív online játékok, felhasználó generált streamek, fejlesztők csatornái, videójátékok végigjátszása

CÉLCSOPORT

Fiatalok, videójátékosok

ESZKÖZ

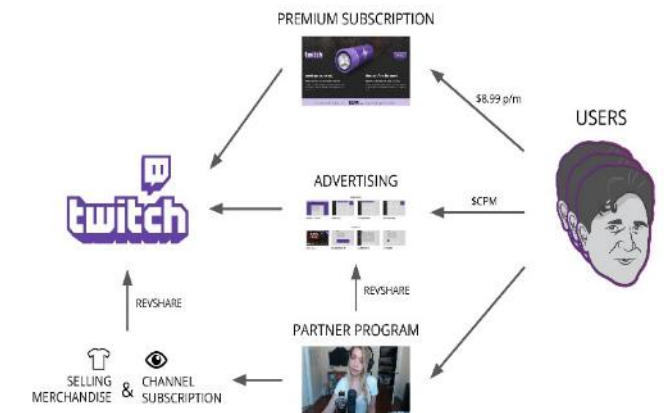
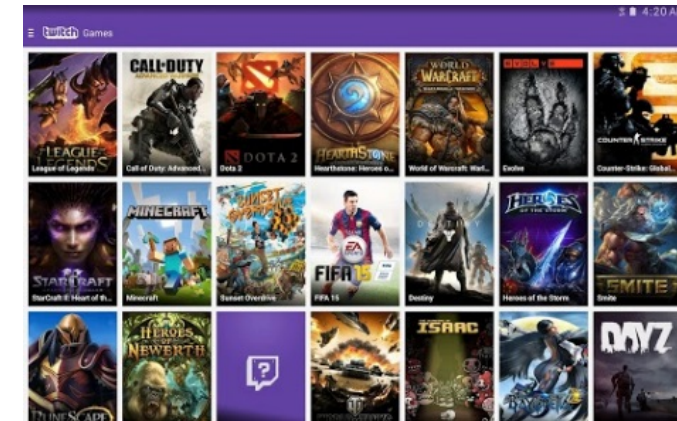
PC, okostelefon, tablet, konzolok

ÜZLETI MODELL

Ingyenes ad-based, premium, donation, subscribe

USP

Trükkök ellesése profiktól, szórakoztató streamerek, közösségi média



FLOSPORTS

FUNKCIÓ

Eseményközvetítés, VoD

TARTALOM

Niche sportágak (birkózás, cheerleading, falmászás, stb.) eseményei, összefoglalói, videók, riportok, interjúk

CÉLCSOPORT

Exkluzív sportok kedvelői

ESZKÖZ

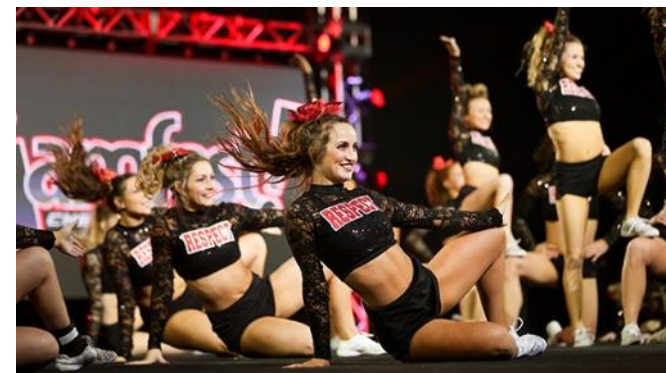
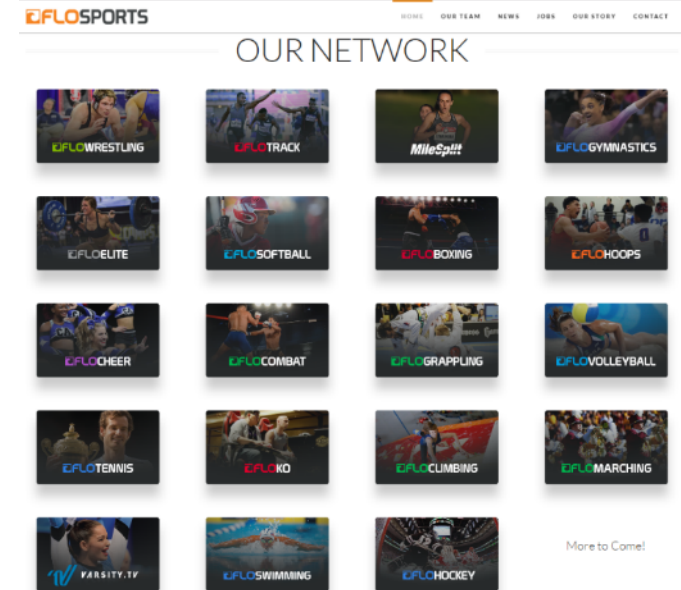
PC, okostelefon, tablet

ÜZLETI MODELL

A tartalom 80%-a ingyenes, a többi előfizetéshez kötött

USP

Sok különleges niche sportágat felölelő hálózat, melyeket máshol nehéz megtalálni



PERISCOPE

FUNKCIÓ

Eseményközvetítés, VoD, live chat, hashtag és csatornaalapú kategorizálás

TARTALOM

Élő streamek, archivált videók a felhasználók közvetítik, épp mit látnak, mi történik velük, ezáltal „az ő szemükkel láthatjuk a világot”

CÉLCSOPORT

Fiatalok, extrovertáltak (közvetítők) - kulturálisan érdeklődők (nézők)

ESZKÖZ

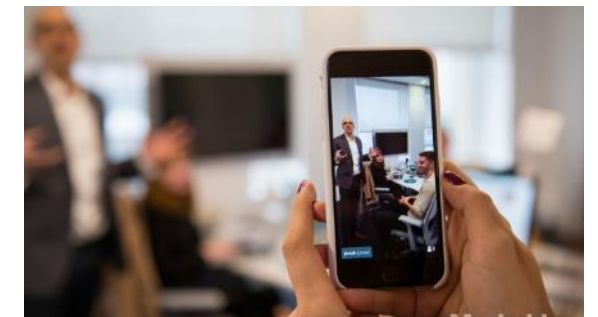
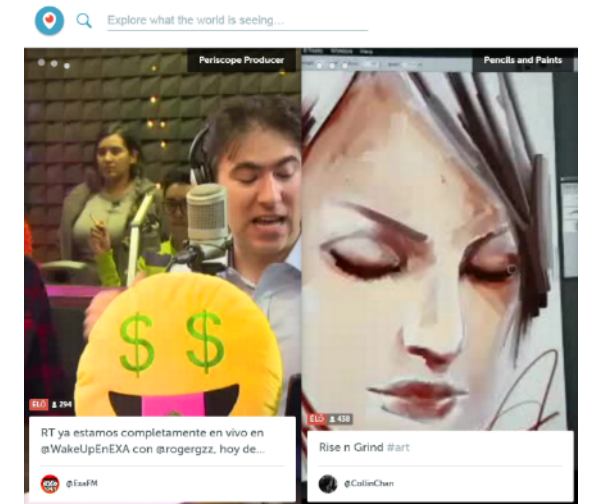
PC, okostelefon, tablet

ÜZLETI MODELL

Ingyenes

USP

Megoszthatom a világgal az élményeimet, más szemüvegén keresztül látok eseményeket – non-biased média



VERIZON- GO90

FUNKCIÓ

Élő tv, VoD

TARTALOM

Realityk, sport, vígjátékok, technika, állatok, sztárok, stb témájú műsorok (itthonról nem elérhető, de filmeket, sorozatokat ír az internet)

CÉLCSOPORT

Fiatalok (90-es évek gyermekei)

ESZKÖZ

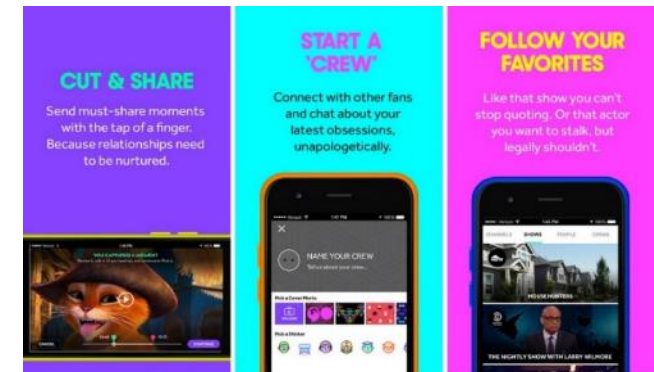
PC, okostelefon, tablet

ÜZLETI MODELL

Ingyenes
Csak az USA-ból elérhető

USP

Specifikus, korcsoportra szabott tartalom, előtérben az interaktivitás



PLEX

FUNKCIÓ

VoD, Tartalmi strukturálás

TARTALOM

A felhasználó tartalmát rendszerezi átlátható, igényes, dekoratív formába

CÉLCSOPORT

Aktív életet élők

ESZKÖZ

PC, okostelefon, tablet

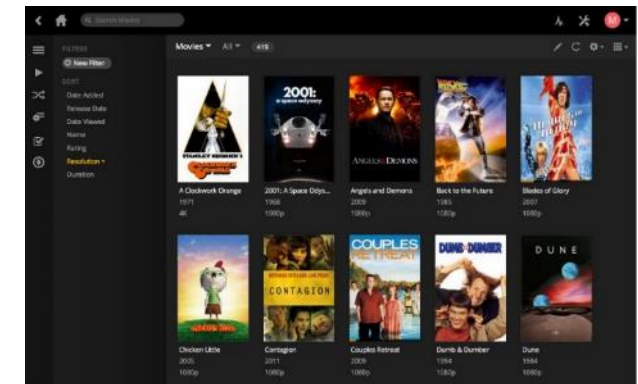
ÜZLETI MODELL

Ingyenes, előfizetéssel a későbbiekben megoszthatóvá tennék a saját tartalmat

USP

User-interface tekintetében nagy segítség

PLEX



YOUTUBE RED

FUNKCIÓ

VoD, chat, komment

TARTALOM

Rengeteg különböző témájú videó YouTube sztárok közreműködésével

CÉLCSOPORT

Fiatalok

ESZKÖZ

PC, okostelefon, tablet

ÜZLETI MODELL

Előfizetéses

USP

Közösségi médiastárok követése, tartalmaik elérése

You Tube Red



VESSEL

FUNKCIÓ

VoD
Csatornák integrálása közös platformon

TARTALOM

Exkluzív videó- és zenecsatornák
Ismeretterjesztő, szórakoztató, stb.

CÉLCSOPORT

Fiatalok
Reklámok alapján tehetősebbek

ESZKÖZ

PC, okostelefon, tablet

ÜZLETI MODELL

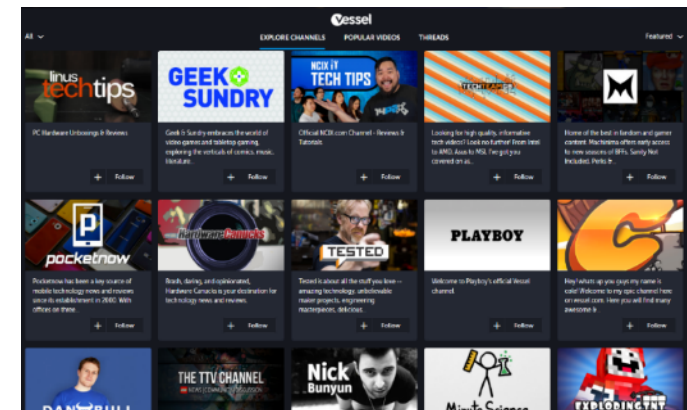
Ingyenes és előfizetéses reklámalapú
Alkotóknak magas reklámbevételek

USP

Követett alkotók munkái elsőkénti megjelenítése

Vessel

Vessel provides a critical, missing piece for those currently distributing content on the free web



MEGOGO

FUNKCIÓ

VoD, TV everywhere, 3D, gamifikáció

TARTALOM

Filmek, sorozatok
Gyűjthető pontok pl. hasznos komment írásáért, bizonyos számú tartalom megtekintéséért

CÉLCSOPORT

Fiatalok
Többnyire orosz nyelvterület

ESZKÖZ

PC, okostelefon, tablet

ÜZLETI MODELL

Előfizetéses, tranzakcionális
Ad-based

USP

Gamifikáció

MEGOGO.NET

ОНЛАЙН-КИНОТЕАТР

Bonuses and gifts

Watch your favorite MEGOGO movies and share your impressions gain bonuses and get presents. Thanks for being with us!

MEGOGO FILMS TV ... [Q Search](#) [EN](#) [Login](#) [Register](#)

How to get bonuses?

Each time you pay for premieres and subscriptions you will get bonuses depending on the purchase amount. Paying with saved card and AutoPay brings double points. Moreover, each day you will earn bonuses for performing actions on the website.

- | | | | |
|--|--|--|---|
| 25 bonus
Register
Once only | 20 bonus
Fill all fields in your profile
Once only | 25 bonus
Connect Smart TV or media player
Once only | 25 bonus
Pay with linked card for first time
Once only |
| 25 bonus
Rate 5 movies
Once only | 10 bonus
Recommend movie using social networks
Once a month | 5 bonus
Helpful comment
Once a month | 25 bonus
Spending points
At first spending |
| 1 bonus
Visit MEGOGO
Everyday | 5 bonus
Visit MEGOGO
5 days in a row | 10 bonus
Visit MEGOGO
In a month | 20 bonus
Visit MEGOGO
In 2 months |
| 30 bonus
Visit MEGOGO
In 3 months | 40 bonus
Visit MEGOGO
In 4 months | 50 bonus
Visit MEGOGO
In 5 months | 75 bonus
Visit MEGOGO
In 6 months |

MOLOTOV

FUNKCIÓ

Élő tv, VoD, kereső, könyvjelző, színész/rendező követése

TARTALOM

Tv csatornák tartalma
Francia nyelvű túlsúly

CÉLCSOPORT

Lineáris TV nézők, cord-cutters

ESZKÖZ

PC, mobil, tablet, smart TV, TV

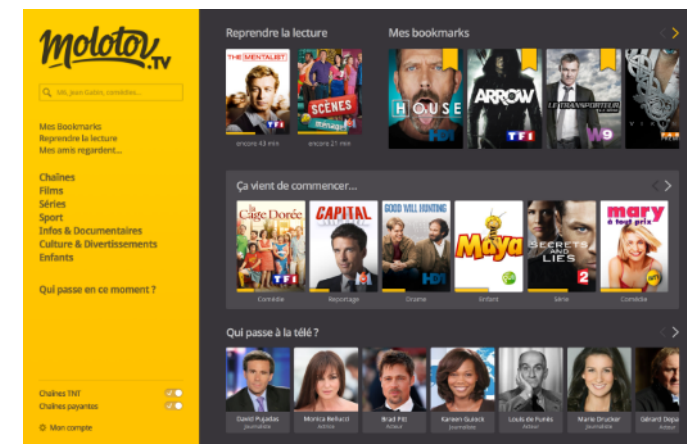
ÜZLETI MODELL

Ingyenes, fizetős – bővíthető csomag

USP

TV műsor interaktívá, rugalmassá, likvidé tétele

Molotov.TV



A tévézést nem stock típusú szórakoztatásként (adott pillanatban adott műsor nézhető), hanem flow típusúként (a csatorna műsorfolyamában szabadon lépkedhetünk) fogja fel

TOVÁBBRA IS NÉZÜNK TV-T DE MÁSHOGYAN



A collage of winter sports images including ice skating, snowy mountains, and the Olympic rings.

**KÖSZÖNÖM A
FIGYELMET!**