

BRIEF
CASE STUDY COMPETITION 2018.

KOMPANIJA: HRVATSKI TELEKOM d.d.

PODRUČJE: Područje za privatne korisnike / Odjel za marketing TV usluga i sadržaja

KOORDINATOR: Eva Juraški (eva.juraski@estudent.hr)

KATEGORIJA POSLOVNOG SLUČAJA: Korisničko iskustvo

NAZIV POSLOVNOG SLUČAJA:

TV4YOU

Kako će izgledati televizija i TV sadržaj budućnosti?

OPIS TEME POSLOVNOG SLUČAJA:

Hrvatski Telekom (dalje HT) tehnološki je lider i vodeća kompanija na hrvatskom telekom tržištu te najveći privatni investitor u Hrvatskoj.

Kao prava digitalna kompanija kreiramo, stječemo i primjenjujemo najnovija znanja kako bismo korisnicima isporučili najkvalitetniju uslugu, usklađenu s njihovim komunikacijskim potrebama.

A kako vidimo svoju budućnost? I na koji način to želimo postići u idućih nekoliko godina?

U želji da postanemo **lider i na regionalnom tržištu telekomunikacija i digitalnih usluga**, intenzivno radimo na ostvarivanju strateških odrednica: kvaliteti usluga, zadovoljstvu korisnika i daljnjem razvoju širokopojasnog pristupa te usluga s dodanom vrijednošću vezanih uz širokopojasni pristup.

Međunarodno testiranje mreže kompanije P3 Communications pokazalo je da Hrvatski Telekom ima najbolju kvalitetu mobilnih glasovnih i podatkovnih usluga na testu, time smo ostvarili najbolje rezultate u povijesti P3 mjerenja u Hrvatskoj

HT danas nudi najveće brzine mobilne mreže do 350 Mbit/s, dok u Karlovcu započinje pilot-projekt gdje će korisnicima biti omogućen download do 550 Mbit/s. Riječ je o prvoj komercijalnoj primjeni tehnologije višestrukih antenskih sustava koja predstavlja temelj 5G mreža

Televizija je postala važan segment HT-ovog poslovanja i prošlo je 12 godina od kada je HT pokrenuo interaktivnu televiziju koja je drastično promijenila način na koji korisnici gledaju omiljene sportske, filmske, dokumentarne sadržaje, kao i sadržaj za djecu.

Interaktivne usluga Snimalice i Videoteke omogućile su korisnicima puno jednostavnije korištenje televizije. Kroz sve godine HT je kontinuirano investirao u ekskluzivni sadržaj i razvijao nove

funkcionalnosti (TV of Yesterday, Recommendation Engine, Red Button, interaktivne usluge vremenske prognoze, tečajne liste...) kako bi svojim korisnicima omogućio najbolje iskustvo gledanja televizije.

Prošle godine HT je lansirao televiziju nove generacije: s potpuno novim sučeljem prilagođenim korisničkim potrebama, personaliziranim preporukama sadržaja, gledanjem sadržaja na više ekrana i u pokretu, prebacivanjem sadržaja s mobilnog uređaja na veliki ekran, kvalitetniju sliku korištenjem HEVC kodeka.

No živimo u vrlo dinamičnom svijetu gdje se tehnologija i trendovi mijenjaju iznimno brzo i zato želimo da nam vi osmislite vašu televiziju budućnosti.

Prepoznali smo 4 osnovne skupine (persone) korisnika za koje je potrebno kreirati vašu viziju televizije budućnosti.

Svatko od nas može se pronaći u jednoj od persona, ali kako će izgledati televizija budućnosti:

- Hoćemo li glumiti u filmovima i serijama zajedno s našim omiljenim glumicama i glumcima?
- Hoćemo li razmotati svoje tablete do proporcija jednog velikog kino ekrana ili ćemo beamati sadržaj iz našeg mobitela na susjedovu zgradu točno u podne?
- Hoće li svi sportski fanatici 2022. godine doći na svoje i postati „trenerom svih trenera“ upravljajući igrom Hrvatske nogometne reprezentacije iz vlastitog dnevnog boravka?
- Hoćemo li ćemo sadržaj plaćati Bitcoinima ili svojom privatnošću?

Zadatak: Osmisliti sadržaj televizije budućnosti, televizije za novo digitalno doba, za korisnike podijeljene prema skupinama (personama), primjenjiv u razdoblju do 2025. godine.

- a) Istraživanje:
- Razvoj televizijskog sadržaja kroz godine?
 - Razvoj internetskog video sadržaja kroz godine?
 - Koji je sadržaj namijenjen kojim korisnicima? Koji je sadržaj preferiran od strane različitih korisnika?
 - U kojoj mjeri sadržaji odgovaraju potrebama i željama različitih ciljanih skupina korisnika?
 - Prema dostupnim podacima i analizama, koja su očekivanja korisnika – koji način sadržaja na televiziji bi najviše odgovarao njihovim potrebama?
 - U kojem smjeru ide razvoj televizije? Koja su danas razmišljanja o tome? Tko podržava?
- b) Razmotrite trendove i nove mogućnosti koje se otvaraju tehnološkim razvojem s ciljem detektiranja novih načina i/ili kanala koji bi se mogli razviti u budućnosti i koji bi više odgovarali potrebama korisnika.
- Primjeri tehnologija: AI (artificial intelligence), IA (intelligence assistance), machine learning, social media communication, video communication, predictive analytics. *Napomena: ovi primjeri služe za lakše razumijevanje zadatka no nikako nisu jedini niti obavezni za razmatranje a pri razmatranju treba uzeti u obzir vremenski period u kojem želimo primijeniti prijedloge – u sljedećih 7 godina tj. do 2025. godine.*
- c) S kojim sadržajem i prikazom sadržaja bi pojedine ciljane skupine korisnika bile zadovoljne u budućnosti? Koje su to komunikacijske aplikacije / tehnologije koje bi mogle zamijeniti i/ili nadopuniti sadašnji televizijski sadržaj? Primjer za lakše razumijevanje: AI, You Tube kanali, itd... *Kao i u prethodnoj točki, ovo su primjeri za lakše razumijevanje koji nisu jedini niti jedini obavezni za analizu.*
- d) Ciljane skupine (kronološki):
- Youth:** YouTube generacija, konzumiraju ogromne količine video sadržaja, podatkovni promet je ono što žele, no jesu li spremni platiti ekskluzivni sadržaj? – INTERNET JE NJIHOV ŽIVOT!

- **Digital:** TV je dio njihovog života: live ekskluzivni sportski sadržaji, filmovi, serije, dokumentarci, interesiraju ih najnoviji gadgeti, superbrzi pristup internetu - INTERNET IM POMAŽE U ŽIVOTU!
 - **Aspirers:** paze kako troše novac, traže najbolje ponude, nisu pretjerano zahtjevni, vole pogledati domaću seriju i utakmicu reprezentacije - NAUČILI SUNA INTERNETU ŠTO SU TREBALI!
 - **Laggards:** zapeli su u prošlosti, ne zanimaju ih nove tehnologije, najradije bi da se ništa ne mijenja, vole pogledati jutarnje i informativne emisije, emisije o zdravlju, vole pogledati emisije o uređenju vrtova i uzgoju bilja i emisije o kuhanju. – OFFLINE!
- e) Definirati način uvođenja novog prijedloga sadržaja na televiziji / novog oblika televizije – projektni pristup (business case)

DODATNE INFORMACIJE:

Na Internetu se mogu pronaći članci na temu trendova televizije budućnosti. Neka od njih mogu vam pomoći i u kreiranju vaših rješenja:

- <https://www-netokracija-com.cdn.ampproject.org/c/www-netokracija-com/youtube-video-trendovi-2018-145069/amp>
- <https://www.bcg.com/publications/2016/media-entertainment-technology-digital-future-television-impact-ott-video-production.aspx>
- <https://www.accenture.com/us-en/insight-outlook-eyes-have-it-who-controls-future-of-television-media>
- <http://www.t.ht.hr/press-centar/objave-za-medije/3656/Hrvatski-Telekom-predstavio-televiziju-buducnosti.html>
- <http://www.techradar.com/news/television/why-the-future-of-tv-isn-t-on-demand-or-live-but-a-bit-of-both-1308226>

FORMAT RJEŠENJA: (video, PPT, poslovni model + obavezno dodatno tablice i grafikoni koji su korišteni u video-u ili PPT prezentaciji u Excelu, PDF finalne prezentacije); preporučujemo korištenje Design Thinking metodologije za finalno rješenje zadatka.

OBAVEZNE STAVKE RJEŠENJA:

- analiza općih trendova i analiza trendova u telekomunikacijama i ICT industriji (točke a, b, c – str 3 ovog dokumenta)
- formuliranje rješenja prema svakoj od zadanih skupina / persona (točka d – str 3 ovog dokumenta)
- formuliranje preporuka za nova rješenja: novi TV sadržaji / nova TV-a i analiza utjecaja predloženih rješenja na poslovanje

KRITERIJ BODOVANJA: (primjer kriterija, potrebno prilagoditi slučaju i stavkama rješenja)

Kriterij	Ocjena	Doprinos ukupnoj ocjeni	Ukupno
Cjelovitost rješenja - posjeduje sve obvezne stavke rješenja	0-5	50%	
Izvedivost rješenja	0-5	25 %	
Ukupni monetizacijski potencijal	0-5	25%	
		UKUPNO:	

DODATNE POGODNOSTI: (molim dopunu)

- Organizacija Design Thinking radionice za prva tri pobjednička tima
- Vaučer MAXtv To Go za prva tri pobjednička tima – (3 mjeseca bez naknade)
- Sudjelovanje na organizaciji prijenosa sportskog sadržaja (npr. nogomet, košarka ili vaterpolo)
- Posjet Data Centru Hrvatskog Telekomu za prva tri pobjednička tima
- Predstavljanje pobjedničkog rješenja u Hrvatskom Telekomu (interni HT meetup „Znanje četvrtkom“, namijenjen svim zaposlenicima, gdje razmjenjujemo znanje i iskustva unutar kompanije, predstavljamo nove projekte, upoznajemo se s aktualnim temama iz gospodarstva. Predavači su stručnjaci iz Hrvatskog Telekomu, DT-a, ali i vanjski gosti – predavači)
- Mogućnost studentske prakse u HT-u (praksa na projektima vezanim uz digitalnu transformaciju, BData projektima, Smart City / Smart Home rješenjima, razvoju 5G mreže)

