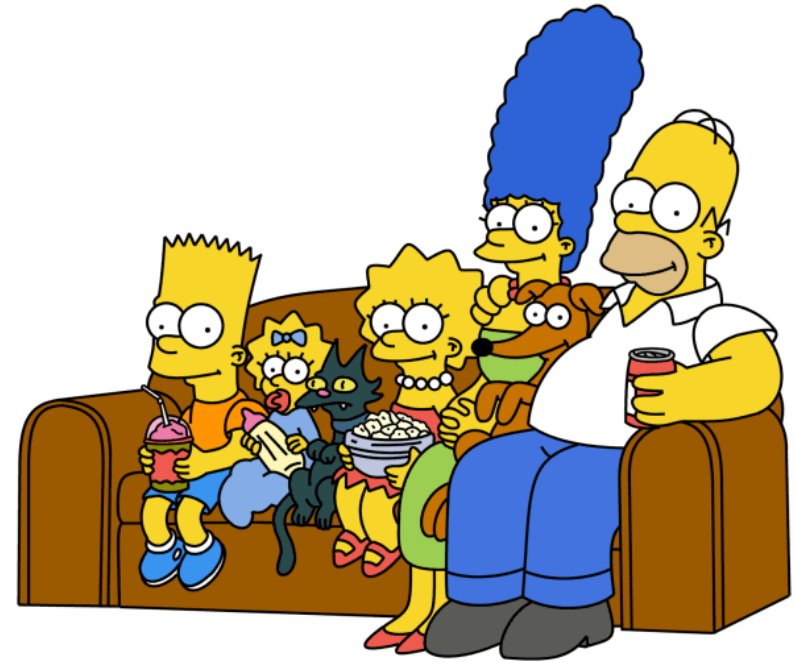


Цифровое ТВ & Новый Дом

Качественное исследование потребителей
в Швеции, Великобритании, Италии, Эстонии и
Бразилии, сентябрь 2008



Светлана Скворцова

Старший менеджер по маркетингу

Эрикссон Восточная Европа и Центральная Азия

Содержание

IPTV & Цифровой Дом

- Вступление
- Портреты респондентов
- Просмотр ТВ
- Цифровой контент
- Выводы и рекомендации

Обзор

Описание, цели и методы

Определения

Определение принадлежности к ЦА (скринер)

- Опытные пользователи цифрового ТВ
 - IPTV (e.g. FastWeb, BBB, Telia)
 - Кабельное ТВ (e.g. Comhem)
 - Спутниковое ТВ (e.g. BSkyB, DirecTV)
 - Пользователи Web-TV (e.g. iPlayer или Joost)

- Доступ к ШПД из дома

- Частые пользователи мобильной связи
 - Более одного вызова в день
 - Доступ в Интернет с мобильного телефона (не менее раза в неделю)

- Обладатели не менее одного устройства «цифрового дома» (кроме мобильного телефона)
 - Игровая приставка (e.g. PS3), портативное игровое устройство (e.g. PSP), внешний жесткий диск, MP3-плеер и т.д.

Цель и аудитория исследования

ЦА: Опытные пользователи цифрового ТВ

В разнообразных жизненных ситуациях

Сегменты:

Сегмент	Жизненный цикл	Цель
Холостые	Возраст: 18-55 Мужчины и женщины	Понимать использование цифрового ТВ индивидуалистами, которые хотят потреблять медиа в своем режиме
Пары без детей	Возраст: 18-55 Мужчины и женщины	Понимать динамику просмотра цифрового ТВ, когда двое должны приспособливаться к потребностям и пожеланиям друг друга
Семьи	Возраст: 35-55 1 или 2 взрослых ≥ 1 ребенок	Понимать динамику семейного просмотра цифрового ТВ. Каковы следствия новой технологии и кто является «хозяином» телевизора.

Методология исследования

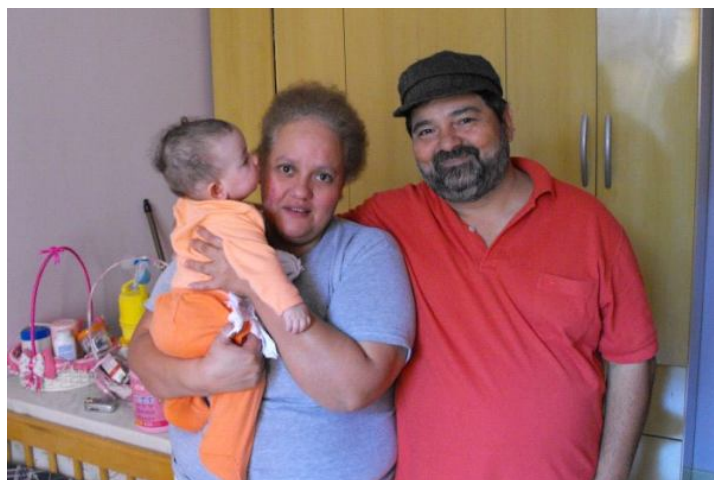
Интервью по месту жительства респондентов

Домашние интервью

- Тесная взаимосвязь между просмотром ТВ и домашним окружением
- Проще обсуждать привычки и предпочтения
- Сама по себе организация пространства является важной информацией

Несколько респондентов в каждом домохозяйстве дополняют общую картину

- Большинство интервью включали несколько членов семьи
- Информация о динамике семейного просмотра ТВ



География

Выборка из 5 рынков – всего 54 семьи



Особенности рынков

ТВ в Бразилии

Эфирное

Аналоговое ТВ

- 6 коммерческих каналов

Digital TV

- Отсутствует

В домах респондентов:



- Net: 6



- SKY: 3



- TVA: 3

Платное

Наземное

- Отсутствует

Кабельное

- Net (HDTV optional)
- TVA

Спутниковое

- SKY

IPTV

- Отсутствует



Переход на цифровое ТВ

- 20 июня 2016

Особенности рынков

ТВ в Италии

Эфирное

Аналоговое ТВ

- Государственное: Rai1, Rai2, Rai3
- Italia 1, Canale 5, Rete 4
- La7
- MTV и другие нишевые каналы

Цифровое ТВ

- Государственное: Rai1, Rai2, Rai3
- Italia 1, Canale 5, Rete 4
- La7
- MTV и другие нишевые каналы

В домах у респондентов:



- SKY: 10



- Alice: 2

Платное

Наземное

- Digital Terrestre

Кабельное

- Отсутствует

Спутниковое

- SKY

IPTV

- Alice TV (6 мес.)
- Fastweb (9 мес.)



Преимущества цифрового ТВ :

1. Выбор каналов
2. Новизна
3. Международные программы на иностранных языках

Переход на цифровое ТВ

- 2012

Особенности рынков

ТВ в Великобритании

Эфирное ТВ

Аналоговое

- BBC

Цифровое

- BBC
- Freeview
- Freesat от Sky (£150 единовременный платеж)

В домах у респондентов:



- SKY: 10



- Virgin: 2

Платное

Наземное

- Freeview

Кабельное

- Virgin Media

Спутниковое

- SKY Digital

IPTV

- Tiscali TV
- BT Vision



Переход на цифровое ТВ

- 2012

Source: Qualitative, conceptual IPTV study, 2008
Base: 12 respondents/country, in 5 countries (Brazil, Estonia, Italy, Sweden, UK)

Особенности рынков

ТВ в Эстонии

Эфирное

Аналоговое

- Esti TV: 2 канала

Цифровое

- Esti TV: 2 канала + дополнительный канал

В домах респондентов:



- Elion: 12

Платное

Наземное

- Zuum

Кабельное

- Starman
- STV
- Elion

Спутниковое

- ViaSat

IPTV

- Elion



Дополнительные функции Elion (редко используются несмотря на рекламу) **broad advertising**

- Video-On-Demand
- Обмен фотографиями

Особенности рынков

ТВ в Швеции

Эфирное

Аналоговое уже выключено

Цифровое ТВ TV

- Boxer

В квартирах респондентов:



- ComHem: 3



- Bredbandsbolaget
3

Платное

Наземное

- Boxer

Cable

- ComHem
- Tele2

Спутниковое

- Canal Digital

IPTV

- Telia
- Bredbandsbolaget



Reasons for Digital TV:

1. Analogue TV shutdown
2. Three-in-one package

Переход к цифровому ТВ

- Завершен в 2007!

Портреты респондентов

Модели потребления глобальны и не зависят от страны проживания

Портреты респондентов

Свен, 32: шведский супер-стример

Свен, 32

- Живет в однокомнатной квартире с подругой. Работает финансовым консультантом, увлекается кулинарией.
- Интересуется футболом, смотрит его по ТВ с друзьями.

ТВ & стерео = ПК

- Владелец старого ТВ в большом дисплее, подключенного к стационарному ПК.
- Стереосистема также подключена к ПК и является основным музыкальным проигрывателем.

ТВ всегда работает

Телевизор всегода включен, но используется как фон, например при проготовлении блюд.



«Компьютер всегда подключен к телевизору. Если я хочу посмотреть игру в Интренете, просто нажимаю кнопку и мы смотрим это на большом экране»



Портреты респондентов

Свен, 32: шведский супер-стример

Вечеринка YouTube

- Обсуждение клипов на YouTube – обмениваются ссылками по email
- YouTube всегда в центре внимания, когда приходят гости.

Завсегдай Pirate Bay

- До ближайшего проката DVD-дисков всего 50 метров, но Pirate Bay всегда предпочтительней

Стриминг всех матчей

- Свен часто платит за просмотр отдельных матчей в Интернете
- Есть доступ к бесплатному стриминг-сайту различных локальных матчей. Качество не очень, но привлекает эксклюзивность контента



- *“Я предпочитаю платить за стриминг своему провайдеру, потому что это более удобно и качество лучше.”*

Свен, 32



Портреты респондентов

Семья Вестон: полный дом народа

Мери, Стив и пятеро детей

- Мери сидит дома с сыном Томом, муж работает в автосервисе. В семье еще четверо детей (3, 6, 7 и 16 лет)
- В 4-комнатной квартире **5 телевизоров**, 2 DVD, 1 Playstation, несколько игровых приставок и ноутбук

Каждому нужно что-то свое

- Основной стимул – дать каждому то, что ему нужно, чтобы избежать ссор (решения принимает Мери)
- Основное преимущество – тишина и спокойствие в доме

ТВ присутствует всегда

- День начинается с пробуждения под ТВ
- Когда дети в школе, Мери смотрит свои любимые передачи
- Когда дети приходят, они занимают основной ТВ (Мери готовит ужин)
- Когда у Мери и Стива гости, они играют в Playstation



“Мы можем смотреть что хотим в любое время.”

Стив

“Мне это не нравится, но хотя бы они не ссорятся.”

Мери



Портреты респондентов

Семья Вестон: полный дом народа

Вместе, но каждый в своем мире

- Основной телевизор – место сбора всей семьи
- Дети предпочитают быть в гостиной

Ноутбуком пользуются все

- У каждого свои собственные привычки (Word, сообщества, MSN etc.)

Телевидение делает жизнь более интересной

- Основная причина подписки на Sky – футбол, “У Sky он лучший”
- Привыкли в большом количестве каналов

Цифровое ТВ – удобно и полезно

- Запись и отложенная трансляция помогают справиться с непредсказуемостью семейной жизни



“Всегда включаю ТВ, даже когда его не смотрю. Люблю спорт и комедии, смотрю макс. 20 мин., потому переключаяю”

Стив

“Дети любят быть в гостиной – им там удобнее и веселее. Когда они наверху, им кажется, что они что-то пропускают.”

Мери



К основному ТВ подключают Playstation, ноутбук - никогда, “Ни разу не задумывался об этом”

“Когда они приходят из школы, начинается сумасшедший дом. Но после ужина они отправляются наверх. В гостиной должно быть тихо.”

Мери



Просмотр ТВ

...интегральный аспект глобальной культуры

Просмотр ТВ

Просмотр ТВ – неотъемлемая часть жизни

Интенсивный просмотр ТВ делает каждого зрителя знатоком

- ТВ встроено в нашу жизнь, что выражается в устойчивых, сложных и разнообразных моделях поведения ТВ-пользователей
- ТВ значит миллион вещей для каждого отдельного зрителя
- Просмотр ТВ зависит от настроения и социальных установок
- Просмотр ТВ зависит от того, смотрит ли его 1 человек или более одного



Просмотр ТВ

Особенности и преимущества одиночного просмотра

Ситуация	Поведение	Преимущества
ТВ идет фоном Фактор комфорта	Телевизор работает, пока респондент занят другими делами	Телевизор создает компанию и помогает избавиться от чувства одиночества
Пассивный просмотр Больше нечего делать	Переключение между каналами или промотр «вполглаза». Начинается, когда мы усаживаемся на диван с пультом в руке	ТВ позволяет расслабиться, забыть о стрессе и делах. Усилия минимальны, не требуется принимать решения или давать ответ.
Активный одиночный просмотр То, что я хочу посмотреть	Просмотр предпочтительного контента: новости, сериалы, фильмы. Часто – запланированный просмотр. Зритель хочет посмотреть конкретную программу или планирует посмотреть ТВ в определенный момент (ищет что-то интересное)	Информация, расслабление, развлечение, как для одного зрителя, так и для совместного просмотра. Молодые зрители часто используют ТВ для смены обстановки или между использованием компьютера

Просмотр ТВ

Особенности и преимущества коллективного просмотра

Ситуация	Поведение	Преимущества
Фон для общения	ТВ включен, хотя внимание сфокусировано на социальном взаимодействии присутствующих людей.	ТВ обеспечивает фон для взаимодействия и предоставляет дополнительные темы для разговора.
Улучшает социальное взаимодействие	Фокус смещается между ТВ и общением Для сравнения можно привести пример общения с друзьями в кафе, где шум и люди на заднем плане создают атмосферу единения для компании	Если общение начинает требовать большего внимания, ТВ уходит на задний план.
Активный коллективный просмотр	Просмотр обоюдоинтересного контента: «Живые» мероприятия как наиболее типичный пример, также как и фильмы, сериалы и программы.	Информация, расслабление и развлечение. Поверхностное непритязательное общение.
Something we want to watch together	Просмотр часто запланирован и люди приспособливают свое расписание к коллективному просмотру	Молодые зрители часто используют ТВ для смены обстановки и или между использованием компьютера
ТВ-няня Контроль за детьми	Дети с интересом смотрят детские телепрограммы.	Родители знают, что дети заняты и могут заниматься своими делами, тишина и покой

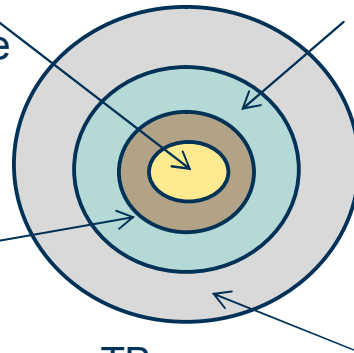
Просмотр ТВ

Социальный контекст телесмотрения

Цель ТВ-смотрения меняется в зависимости от социального окружения

Вы

- Одиночный просмотр – частое явление
- Телевизор используется как компания



Семья и близкие друзья

- Главный социальный контекст для ТВ
- Частая тема для разговоров
- Планы просмотра конкретных телепрограмм также формируются в первом круге

Другие друзья

- По специальным случаям, например финалы Еврокубка или Евровидения,
- Разговоры о ТВ – распространенная тема (как погода)

Знакомые

- Разговоры о ТВ – распространенная тема (как погода)



ТВ смотрят по одному или в 1-м круге

Телесмотрение -
неформальное
рекреационное
занятие,
сознательный
выбор «ничего
не делать»

Просмотр ТВ

Модели потребления: микс старых и новых

Старый подход: Просмотр, основанный на вещании

- «Линейное» ТВ
- Просмотр по программе передач
- Планирование просмотра в собственном расписании
- Коллективный просмотр с семьей и друзьями
- Переключение между каналами – приятное времяпрепровождение вне зависимости от того, интересно ли то, что происходит на экране

Новый подход: Просмотр, основанный на Интернете

- Основан на Интернет-подходе “По запросу”
- Программа телепередач не оказывает влияние на планирование личного времени
- Просмотр телесериалов или фильмов на компьютере с DVD или скачанных из Интернета
- Частый просмотр Интернет-роликов
- Коллективный просмотр Интернет-роликов

Участники продемонстрировали разное сочетание старого и нового подходов



Потребление медиа-услуг

В большинстве квартир – несколько ТВ-приемников



Основной экран



Дополнительные экраны

В большинстве домохозяйств – несколько телеприемников

- У разных телевизоров – разные функции: для коллективного просмотра (в гостиной и на кухне), для индивидуального просмотра (в детской или спальне)

Дополнительные телеприемники используются для персонального контента

- Видео игры, детские передачи

Один из телевизоров считается основным

- Основной телеприемник – по определению, основное место для социальных контактов в доме

*“У нас 4 телевизора.
Основной – в гостиной,
дети используют свой для
видеоигр, еще у нас есть
небольшой на кухне для
просмотра во время еды, и
большая плазменная панель*

*Далтон, 44, двое детей,
Бразилия*

Потребление медиа-услуг

Основной ТВ-приемник – это медиа-центр цифрового дома

- Видео-развлечения развиваются и включают новые типы медиа и каналов (загрузка видео, стриминг и web-ролики)
- Фундаментальная роль ТВ-приемника как центра домашних развлечений остается неизменной.



Цифровой Дом

Широкие возможности подключений

Цифровой дом

Широкие возможности подключений

- Уже сегодня огромные возможности для подключения устройств
 - Проводных и беспроводных
- Кабель – основное средство подключения
- Многие жалуются на беспорядок



Надежность и простота – основа для выбора подключения

Большинство респондентов из множества вариантов выбрали

- Wi-Fi для доступа в Интернет
- Подключение устройств кабелем



Цифровой Дом

Подключение устройств для перемещения контента

Большинство устройств подключается кабелем

- Кабель – знакомый метод
- Альтернативы воспринимают как
 - Требующие дополнительного обучения
 - Ненадежные
 - Не предоставляющие достаточных преимуществ.
- Портативные устройства подключают от случая к случаю (e.g. MP3-плеер)
- Стационарные устройства подключают раз и навсегда (e.g. телевизор и DVD-плеер)

Кабели выглядят уродливо и неаккуратно

- Огромное количество кабелей – это проблема
- Кабели «гнездятся» за основным экраном («пылесборники»)

Респонденты хотели бы получить беспроводные альтернативы, но более простые

- Большинство мечтает о беспроводном доме



Подключение ТВ и ПК

Выбор правильного инструмента для каждого случая обращения к медиа-услугам

ТВ на ТВ <=> ТВ на ПК

ТВ дает больше релаксации, но меньше интерактивности



ТВ дает оптимальную релаксацию

- Просмотр ТВ – основной способ отдыха
- ТВ смотрят в удобном положении
- Просмотр «живых» мероприятий – самая активная форма телесмотрения
- Переключение между каналами – самая пассивная форма телесмотрения

- *“Всегда включаем телевизор, когда приходим домой. Это как сигнал, что уже можно отдыхать.”*

Филип, 32, женат, Швеция

“Смотрю новостные ролики на ПК, но все остальное – на ТВ. Насколько удобней расположиться на диване напротив большого экрана”

Маргит, незамужем, Эстония

“Телевизор – неплохая вещь, потому что часто он объединяет семью, например, когда мы вечером смотрим что-нибудь все вместе.”

Роберта, 1 ребенок, Италия

- **ТВ остается оптимальным способом релаксации**

- **Однако опыт просмотра ТВ на ПК влияет на желание получать более персонализированный контент и на телевизор**

- **Привычка расслабляться при просмотре ТВ накладывает высокие требования к удобству на новые услуги и функциональность**

- То, что просто сделать на ПК, сложнее сделать на телевизоре

- Высокие требования к интерфейсам, управляемым пультом

ТВ на ТВ <=> ТВ на ПК

ПК дает больше интерактивности, но меньше релаксации



- *“Мне удобнее смотреть ТВ на ноутбуке. Мне лень смотреть любимые шоу на ТВ, их показывают на разных каналах и в разное время. С ноутбуком, я знаю, где их найти и могу сам выбрать, когда их смотреть.”*

ТВ на ПК – больше интерактивности *Серджио, 44, 2 детей, Бразилия*

- Ассоциируется с
 - работой
 - поиском
 - управлением информацией
 - общением
- Используется, сидя за столом
- Лучше подходит для коротких роликов
- Удобная клавиатура
 - Проще искать видео-контент
- Доступ к контенту, прежде недоступному на ТВ

“Люблю сидеть в Интернете, можно сказать, я интернето-зависима. Но у меня всегда на заднем плане работает ТВ. Он – моя компания, чтобы я ни делала”

Сильвия, 37, замужем, Италия

- *“Я вообще все смотрю на компьютере, а телевизор только пыль собирает”*

Йохан, 25, аналитик, Швеция

ТВ на ТВ <=> ТВ на ПК

Опытные пользователи подключают телеприемники к ПК



Поведения вокруг ТВ и ПК влияют друг на друга

- Отношение к просмотру ТВ изменяется под влиянием видео-функций на ПК
- У каждого устройства есть свои относительные преимущества

Подключение ТВ к ПК создает новые привычки

- Продолжают смотреть эфирное ТВ
- Избегают неинтересные передачи
 - сохраняя, загружая, просматривая потоковое видео
- Легко просматривать интернет-ролики

Вопросы удобства остаются открытыми

- Видео на ПК все еще воспринимается как сложность
- Требуется большая концентрация внимания, чем в удобном положении перед ТВ
- Подключение ПК к ТВ создает еще больший беспорядок в уже и так захламленном медиа-центре квартиры



Медиа ПК

- Респонденты согласны с преимуществами медиа-ПК в доме
- Но только самые опытные в состоянии его настроить под свои нужды
- Медиа ПК недостаточно удобны с т.зр. расслабленного просмотра ТВ



Цифровой Дом

Этапы подключения ТВ

Этап подключения влияет на просмотр ТВ

- Отношения, поведения и привычки зависят от опыта



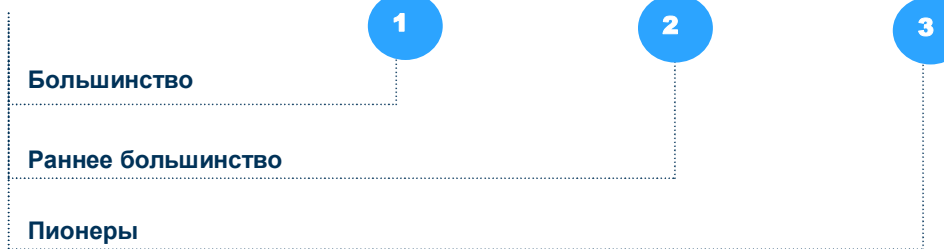
Цифровое ТВ



ПК



Телефон



Как только этап пройден, поведение меняется навсегда

- После успешного соединения двух устройств, в потреблении медиа-услуг могут произойти необратимые изменения

Типы пользователей

Большинство

- Смотрят эфирное ТВ
- Записывают контент на PVR
- Пользуются телетекстом



Ранее большинство

- Потоковое видео: BBC, SVT
- Web-ролики: YouTube
- Интернет видео по запросу
- Загрузка контента из Интернета: (фильмы, сериалы)
- Просмотр фотографий на ТВ
- Использование ПК для поиска информации об офлайновом ТВ-контенте



Пионеры

- Транскодируют видео-файлы для портативного использования на телефоне или плеере
- Подписываются на подкасты
- Из эфирных программ предпочитают только «живые» мероприятия



Тестирование концепций

Реакция респондентов в Швеции, Эстонии, Италии, Великобритании и Бразилии

Тестирование концепций

Концепции обслуживания

A. Напоминание и удаленная запись



Возможность пролсмотреть программу передач и выбрать телепрограмму для записи

B. Интернет-контент на ТВ



Выбор из различных категорий например, 5 топ-новостей от CNN, BBC и т.д.

C. Мои видео, фото, музыка и ТВ – любое устройство



Любое цифровое устройство в доме позволяет просматривать видео-контент

D. Мои видео, фото, музыка и ТВ - ВЕЗДЕ



Удаленный доступ к контенту

E. Коммуникации Дом-Дом



Абонент может отправлять контент на устройства другим людям

F. Персональные теле-профили



Загрузка на персонализированный телепортал при помощи отпечатков пальцев

Тестирование концепций

Концепции обслуживания

G. Удаленный родительский контроль



Дети просят разрешения у родителей посмотреть программу или взять в аренду видео

J. Интерактивный контент



На экране отображается ссылка на дополнительную информацию (исполнитель, история создания фильма и т.д.)

H. Вызовы на ТВ



Зрители получают SMS-сообщения и телефонные вызовы и могут ответить, прочесть, переслать и удалить

K. Целевая/персонализированная реклама



Зритель выбирает темы по интересам и получает соответствующую рекламу

I. Активная адресная книга



Телефонная книга хранится на внутренней домашней сети, с доступом со всех цифровых устройств

L. Домашняя камера для безопасности/наблюдения



Удаленное наблюдение за домом

Тестирование концепций – Top 3

Основные стимулы и барьеры

D *Мои видео, фото, музыка и ТВ - ВЕЗДЕ*

Полезно в спонтанных ситуациях:

- Например, когда переполняется память видеокамеры

Расширение домашней среды

- Польза связывается с возможностью получить доступ к видео-контенту

Молодежь-пионеры наиболее заинтересованы

C *Мои видео, фото, музыка и ТВ – любое устройство*

Раздражают шнуры и кабели!

- Преимущества беспроводного дома – в основном эстетического свойства

Дает свободу

- Концепция позволяет пользователям свободно перемещать контент между устройствами

J *Интерактивный контент*

Процесс просмотра ТВ становится более увлекательным

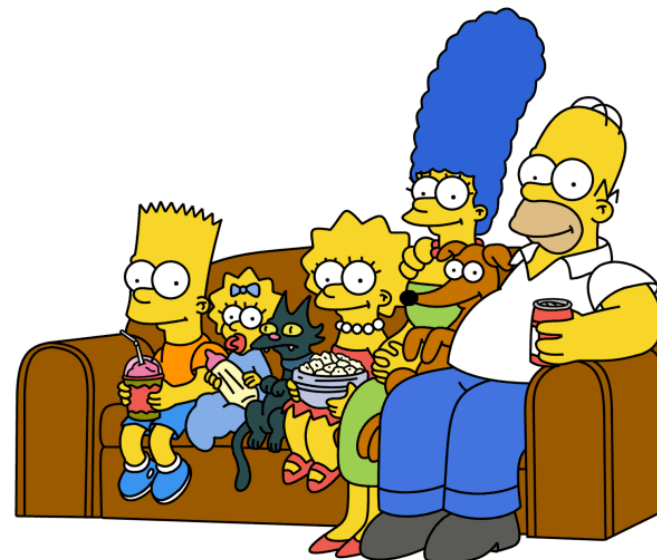
- Развитие концепции телегида сегодняшнего цифрового ТВ

Сомневаются в своем моментальном отклике на коммерческие предложения

- Сначала хотели бы изучить альтернативы
- В основном привлекает возможность приобретения билетов

Выводы и Рекомендации

Множество возможностей при устранении барьеров



Выводы

Позитивная реакция на новые опции

Телевизор становится центром домашних развлечений

- Основной ТВ-приемник – место наибольшего потребления услуг
- ТВ = активное + пассивное развлечение
- Более опытные респонденты дополнительно используют загрузку видео, потоковое видео и Интернет-ролики

2 отличных телевизионных поведения

- Старое и новое
- Участники демонстрируют микс того и другого

Большой интерес к дополнительным опциям

- Улучшение опыта просмотра и управления ТВ-функциональностью
- Особенно когда они:
 - Не требуют изменения модели потребления
 - Не заставляют менять поведение



Выводы

Простота – ключ к успеху

Простота – основное в потреблении медиа на диване

- Диван - это:
 - Зрительный зал для ТВ
 - Место релаксации
- Даже самые незначительные барьеры способны блокировать принятие

Простота создает значительные изменения в потреблении

- С каналом Sky+, даже неподготовленные пользователи усваивают новые модели потребления

Простота создает перегрузку

- Перегрузка у основного экрана
 - Каждый член семьи хочет его использовать
- Изобилие контента = Необходимость управлять контентом

Простота стоит дополнительных трат

- Пример: SKY+



ЦА категорически против делать какие-либо усилия, связанные с просмотром ТВ

Выводы

Функциональность Цифрового Дома

Эта функциональность предоставляется

- Поставщиками цифрового ТВ:
 - SKY+
 - Virgin+
- Игровыми платформами:
 - PlayStation3
 - Xbox360
 - Nintendo Wii
- Видео-платформами:
 - Slingbox
 - AppleTV
 - Microsoft Media Center PC
- ПК-платформами:
 - Joost
 - Видео-стриминг в Интернете

Уже сделанный выбор влияет на предпочтения

- Пользователь PlayStation предпочтет предложения Playstation
- Любитель Apple выберет AppleTV



Рекомендации

Усовершенствовать «живые» трансляции доп. опциями

Дополнительный опции

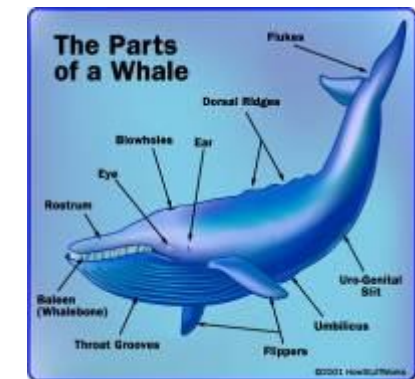
- «Живые» трансляции остаются кульминацией ТВ-смотрения
- Желание платить за дополнительный контент к «живым» трансляциям

Предложение дополнительных опций

- **Интерактивная статистика:** Статистика индивидуальных игроков в Чемпионате
- **Дополнительные видео-потoki:** отдельный стрим с гитаристом во время концерта
- **Дополнительная информация:** детали о животных, фигурирующих в передаче о природе

Интерактивная реклама

- Реклама, напрямую связанная с показываемым контентом, воспринимается скорее как полезная информация



Рекомендации

Интеграция мобильных телефонов и ТВ

Пользователи рады помощи в управлении контентом

- Все более сложная среда устройств
- Телефон – хорошо знакомое и часто используемое устройство



Пользователей интересуют возможности телефонов следующего поколения!

- Большие экраны
- Функциональность touch screen
- Инструмент управления телевизором



Пульты управления и интерфейсы практически не изменились при усложнении услуг !

Пользователи ожидают простой и понятный интерфейс и минимальным нажатием кнопок



Рекомендации

Предложения по хранению информации

Доступное решение для хранения/бек-апа

- Цифровые библиотеки персонального контента постоянно увеличиваются в размерах
- Необходима надежная служба бек-апа для хранения персональных данных

Приоритет доступности

- Доступность – главный барьер

Надежность и конфиденциальность тоже важны

- Конфиденциальность важна при хранении контента вне дома

Необходим доступ с ПК

- ПК все чаще используются как персональные медиа-центры
- ТВ-решения должны подразумевать доступ для ПК



Особенности рынков

ТВ в Бразилии

ТВ играет центральную роль в бразильских домах

- Сериалы, футбол, Formula 1 – самые популярные программы.
- Мыльные оперы смотрят широкие слои населения. О них много говорят, не только дома или на работе, но даже с незнакомыми людьми из разных социальных слоев
- Есть специальные журналы, посвященные мыльным операм.

ТВ оборудование обновляется быстро, а модели потребления - медленно

- Средний класс уже перешел на плазмы, системы surround, DVD-плееры и магнитофоны.
- Удивительно малое количество зрителей используют продвинутые функции оборудования (например, функция записи на DVD-плеере или системы surround для прослушивания музыки).



Source: Qualitative, conceptual IPTV study, 2008

Base: 12 respondents/country, in 5 countries (Brazil, Estonia, Italy, Sweden, UK)

ERICSSON

