



Anfov

Osservatorio Mobile VAS

14 marzo 2007

- ▶ Convergenza in mobilita'
- ▶ Trends nei Mobile VAS
- ▶ Come sviluppare valore aggiunto nel contesto della convergenza

Executive Summary

- La convergenza e' la base della ricerca Anfov da molto tempo, ma in un contesto di operatori e fornitori di servizi viene spesso sopravvalutata per l'impatto che potrebbe avere verso l'utente finale
 - Visione di convergenza e' basata su concetti astratti ma per divenire operativa occorre un lavoro di attenta analisi del mercato, e di sviluppo dei modelli di business
 - Analisi dello stato di fatto del mercato Mobile VAS aiuterà a delineare linee future di maggior sviluppo
 - Osservatorio si propone di fornire e agevolare questo processo di sviluppo
-

Trends nei Mobile VAS

- La fotografia analogica e' considerata nel contesto dell'offerta Mobile VAS, obsoleta, e la rivoluzione digitale nel mondo della fotografia e' gia' una realta'
 - Video risulta componente fondamentale anche in contesto mobile
 - I mezzi di storage tradizionali quali CD/DVD statici sono stati soppiantati dallo scambio di file musicali e dalla memorizzazione degli stessi. La musica rappresenta uno dei settori promettenti in mobilita'
 - Traffico generato sulla rete richiede sempre maggiore banda in mobilita' di qui lo sviluppo di sistemi a larga banda superiori al 3G per esempio HSPDA
 - La comunicazione persona vs persona (messanging, chat, PtoP, YouTube, myspaces) hanno avuto una diffusione con una crescita a due cifre.
 - Il contenuto viene creato dall'utente che poi lo utilizza e lo condivide
 - Usabilita' e semplicita' nell'utilizzo dei servizi
-

Come sviluppare valore aggiunto nel contesto della convergenza

- Un operatore nuovo del mercato del mercato mobile puo' indirizzarsi verso lo sviluppo di mercati di "nicchia" per segmenti specifici di utenza, garantendo servizi che altri grandi incumbent non considerano prioritari
 - Non si individua grosso valore aggiunto nello sviluppare mercati di rivendita di traffico voce oppure sms
 - Invece appare evidente che lo sviluppo servizi di contenuto o funzionalita' che generano traffico dati mobile consentono maggiori riscontri a livello di ARPU e a livello di sostenibilita' del modello di business
 - Nonostante commercialmente a livello di costi di implementazione, un servizio a valore aggiunto e' molto piu' oneroso che la semplice rivendita dei servizi
-