Skład zespołu: Warszawa, 12.12.2018r.

Joanna Zalewska

Adam Krupa

Krzysztof Sajkowski

**STRATEGIA NA LATA 2019-2029**

**PLAY**

Spis treści

[1. Wstęp (Sajkowski) 3](#_Toc533671539)

[2. Charakterystyka podmiotu (Zalewska) 3](#_Toc533671540)

[3. Rozwój i inwestycje 4](#_Toc533671541)

[4.1. 5G i AirFiber (Krupa) 4](#_Toc533671542)

[4.2. Play TV Now (Zalewska i Krupa) 5](#_Toc533671543)

[4.3. VoLTE i WiFi Calling (Krupa) 5](#_Toc533671544)

[4. Zasięg i pojemność (Krupa) 6](#_Toc533671545)

[5. Prawo i pasmo (Zalewska) 6](#_Toc533671546)

[6. Marketing i akcje reklamowe (Sajkowski) 6](#_Toc533671547)

[7. Plany finansowe (Zalewska) 7](#_Toc533671548)

[8. Podsumowanie (Zalewska) 8](#_Toc533671549)

[9. Literatura (wspólna) 8](#_Toc533671550)

# Wstęp (Sajkowski)

Poniższy dokument jest przewidywaną strategią podmiotu PLAY na najbliższe dziesięć lat. Zawiera informacje o planowanych inwestycjach, odniesienie do regulacji prawnych, plany marketingowe oraz finansowe. Analizę oparliśmy o aktualną sytuację na rynku, perspektywy rozwoju branży telekomunikacyjnej i plany PLAY na następne lata.

* (w tym wzrost pokrycia kraju, zlikwidowanie „białych plam”)
* 3GHz (5G)
* Utrzymanie pozycji na rynku

# Charakterystyka podmiotu (Zalewska)

Play jest jedynym operatorem MNO na rynku polskim nie posiadającym telefonii stacjonarnej, stąd zagadnienie to pominęliśmy w strategii finansowej - nie planujemy wprowadzać tej usługi, ponieważ byłoby to dla nas nieopłacalne. Telefonia stacjonarna jest usługą starzejącą się, co oznacza, że próby inwestycji w jej rozwój byłyby marnotrawieniem posiadanych przez nas środków.

Ponadto obecnie P4 posiada największą liczbę użytkowników na rynku krajowym, co jednak nie jest powodem by spocząć na laurach i zrezygnować z akcji anty-churn - zwłaszcza ostatnio, kiedy klienci zaczęli opuszczać naszego operatora.

Na ten moment nie posiadamy żadnych zasobów światłowodowych i nie planujemy ich pozyskiwać - skupimy naszą uwagę na dotychczas funkcjonującym rozwiązaniu alternatywnym, tj. internecie bezprzewodowym - Air Fiber.

Postanowiliśmy również kontynuować inwestycje w infrastrukturę - stawianie własnych stacji bazowych i wdrażanie sieci 5G w celu całkowitego uniezależnienia się od roamingu krajowego i zlikwidowania tzw. “białych plam”.

S: duża liczba abonentów (najwyższa w kraju), rozpoznawalność na rynku (tj, charakterystyczne reklamy)

W: brak sieci światłowodowej, spadek liczby abonentów (pierwszy zarejestrowany)

O: wprowadzenie 5G, VoLTE, WiFi Calling, rozwój Air Fiber, ew. umocnienie pozycji naszej „poczekalni” dla klientów, tj. to coś jak Plush w Plusie – u nas chyba Red Bull Mobile???

T: utrata pasma 3GHz, wprowadzenie przez konkurentów dużo lepszej niż nasza oferty

5 Sił Portera:

Natężenie walki konkurencyjnej: Plus, Orange, T-mobile; MVNO – MVNO nie ma szans nam zagrozić, a pozostali operatorzy „podzielili tort” i względna równowaga nie powinna zostać zachwiana.

Groźba pojawienia się konkurentów: raczej nie pojawią się nowi, warci uwagi konkurenci nie-MVNO, ze względu na wysoki próg wejścia na rynek.

Groźba pojawienia się substytutów usług: OTT, które jednak nie jest aż tak popularne jak „klasyczne” usługi telekomunikacyjne, brak sieci światłowodowej, której substytutem jest nasz Air Fiber.

Siła przetargowa dostawców: dostawcy technologii, tj. zarówno infrastruktury telekomunikacyjnej, jak i sprzętu telefonicznego, mają dużą siłę, np. Apple ma konkretne żądania względem eksponowania ich produktów na reklamach (co nie dziwi, w końcu jako operator „wytwarzamy” jedynie usługi, sprzęt do ich obsługi musimy zakupić).

Siła przetargowa nabywców – klienci mogą odejść, jeśli nasze ceny będą zbyt wysokie w porównaniu do innych operatorów; *co z klientami strategicznymi? Mamy jakichś???*

Dodatkowa siła: regulacje – ustalone stawki na rynku, nowe rozdanie pasma 5G

# Rozwój i inwestycje

## 5G i AirFiber (Krupa)

Technologia 5G będzie najważniejszą kwestią, na której skupi się nasza firma. Podążamy w tym kierunku, ponieważ od zawsze byliśmy kojarzeni z Internetem mobilnym i nie planujemy z tego atutu rezygnować. Jako że Huawei - główny dostawca sprzętu naszego operatora - jest bliski oferowania stacji bazowych 5G możemy śmiało rozwijać się w tę stronę[[1]](#endnote-1). Będzie to bezpośrednia konkurencja dla łączy światłowodowych, które są znacznie bardziej kosztowne pod względem budowy lub dzierżawy niż Internet mobilny. Z tego powodu zainwestujemy do 800mln zł rocznie w rozwój sieci 5G. Ponieważ już w 2019 roku[[2]](#endnote-2) pojawiać się mają urządzenia mobile obsługujące tę technologię, zakładamy, że bardzo szybko rozpowszechnią się na rynku.

Ze względu na niski stan wiedzy użytkowników[[3]](#endnote-3), konieczne będzie dodatkowo przeprowadzenie kampanii uświadamiających o korzyściach - i braku skutków ubocznych - płynących z 5G, połączonych z akcją marketingową, na którą przeznaczyć planujemy ok. 65 mln. złotych, czyli szacowaną ⅓ wydatków na reklamy[[4]](#endnote-4).

Przydzielone zasoby pasma 5G powinny zostać jak najszybciej wykorzystane, w przeciwnym wypadku Orange i UKE mogą postulować o rewindykację zasobów[[5]](#endnote-5). W celu oferowania jak najlepszych usług w zakresie Internetu mobilnego musimy podtrzymać obecnie posiadane pasmo.

Oprócz tego, w celu zmaksymalizowania efektów wprowadzenia 5G wystartujemy w przetargu na kolejne częstotliwości, takie jak 28 i 60GHz. Dzięki nim będzie można uzyskać wysokie przepustowości. Mają one jednak niski zasięg, więc na próbę zostaną najpierw wprowadzone w centrach miast. Będą mogły przy okazji wypełnić braki zasięgu, na które skarżą się nasi klienci. Dodatkowo, ponieważ stacje bazowe pracujące na 60GHz mogą być montowane w lampach, będą dobrym polem do popisu dla marketingu.

Co więcej technologia 5G będzie musiała kompatybilna z innymi systemami, przez co propozycja budowy jednej sieci ogólnopolskiej nie jest nam na rękę[[6]](#endnote-6).

Dotychczasowa usługa NetBox zostanie zastąpiona przez Air Fiber. Jedną z niewątpliwych zalet takich rozwiązań jest ich cena - realne koszty to jedynie modem i jego montaż, zdecydowanie tańszy niż położenie światłowodów, wymagający również mniejszej liczby zgód prawnych. Jak pokazują wyniki testów firmy Huawei we Włoszech[[7]](#endnote-7), że wysokie przepustowości są możliwe do osiągnięcia - aż do 400 Mbit/s. Z jednej strony, nie jest to więcej niż oferuje światłowód, z drugiej - klientom indywidualnym w zupełności wystarczy. Wniosek z tego jest jednoznaczny – inwestycja w światłowody jest dla nas zbędna. Naszym celem będzie pokrycie zapotrzebowania gospodarstw domowych na poziomie nawet 50%.

## Play TV Now (Zalewska i Krupa)

Usługa Play TV Now jest dobrze odbierana przez użytkowników[6], stąd długofalowe plany opierają się na powiększaniu biblioteki dostępnych na żądanie treści, jak również na zwiększeniu liczby dostępnych dla abonentów kanałów.

Aktualnie współpracujemy z dostawcami usług Showmax, Tidal, Netflix, HBO, HBO GO. Opłaty za transmisję danych na rzecz tych serwisów są wliczone w opłaty abonamentowe, bez dodatkowych kosztów za korzystanie z nich. Zachęca to użytkowników danych usług do pozostania naszymi klientami, należy jednak pamiętać iż nie jesteśmy jednym operatorem oferującym te usługi, w związku z czym być może należałoby rozszerzyć ofertę na serwisy społecznościowe, takie jak Facebook, Twitter, czy usługi streamingowe, takie jak Spotify.

Z dniem 31 stycznia 2019 roku działalność Showmax w Polsce zostanie zakończona, w związku z czym zaoferujemy klientom korzystającym z tej usługi obniżkę abonamentu o X% lub zniżkę na któreś z pozostałych usług, na okres obowiązywania umowy na usługę Showmax.

## VoLTE i WiFi Calling (Krupa)

Kolejnym krokiem w przyszłość będzie wprowadzenie na szeroką skalę usługi VoLTE[[8]](#endnote-8). Usługa WiFi Calling została już wprowadzona. Dzięki nim będziemy mogli powoli odchodzić od technologii GSM, co pozwoli na redukcję kosztów –utrzymywanie kilku rodzajów nadajników nie będzie wymagane – jedynie tych wspierających technologię 4G. Kolejną korzyścią będzie lepsza jakość rozmów oraz zwiększony zasięg, ze względu na to, że czasami LTE jest dostępne tam, gdzie ani GSM, ani tym bardziej WiFi nie dosięga.

Niestety, obie te usługi mają swoje wady - póki co są kompatybilne głównie z nowymi, flagowymi telefonami[[9]](#endnote-9). Ponadto niewielka część społeczeństwa jest świadoma istnienia takich usług. Drugi problem możemy przezwyciężyć, sukcesywnie wspierając usługę VoLTE w tych telefonach, które już je obsługują i informując abonentów o możliwości korzystania z nich.

# Zasięg i pojemność (Krupa)

W temacie pokrycia obszaru kraju udało nasze wyniki są bardzo dobre – w większych miastach nasi abonenci mogą korzystać wyłącznie z sieci Play (bez roamingu krajowego)[[10]](#endnote-10). Do końca 2020r chcemy zapewnić pokrycie ogólnokrajowe - zakupienie dodatkowych stacji bazowych, tak by mieć ich dziewięć tysięcy do 2020[[11]](#endnote-11) [[12]](#endnote-12)[[13]](#endnote-13)rok, co pozwoli na redukcję kosztów długoterminowych i podniesienie jakości usług. Ten drugi aspekt jest o tyle ważny, że nasi klienci skarżą się na brak zasięgu lub niską szybkość w roamingu krajowym.[[14]](#endnote-14)

W perspektywie 10 lat znacznie podniesiemy dostępność sieci macierzystej, jako że największym problemem jest nie niska jej przepustowość, a wykorzystanie nadajników podmiotów obcych lub całkowity brak dostępności usługi. Ze względu na spadek wartości rynku opartego tylko o rozmowy telefoniczne, nie będziemy inwestować zbytnio w tę technologię - licząc na szybki rozwój technologii, uporamy się z niską jakością/dostępnością usług telefonicznych  korzystając z VoLTE i WiFi Calling.

# Prawo i pasmo (Zalewska)

Ze względu na posiadanie koncesji na pasma w zakresie 3,6-3,8GHz, nie na rękę jest nam ponowne rozdanie ich, w wyniku którego moglibyśmy je utracić. W związku z tym będziemy starać się o przedłużenie koncesji na posiadane przez nas pasmo zamiast ponownej licytacji po roku 2019.

Mamy zastrzerzenia co do wprowadzenia jednej sieci ogólnopolskiej ze względu na wykorzystanie przez nas technologii AirFiber.

Ponadto planujemy silnie naciskać na zwiększenie limitów PEM do poziomu UE, tj. maksymalnie 10W/m[[15]](#endnote-15).

# Marketing i akcje reklamowe (Sajkowski)

W ramach akcji reklamowych będziemy kontynuować naszą serię dziejącą się w salonach, ale też dodamy akcje uświadamiające o VoLTE i braku szkodliwości 5G.

Ponadto w miarę wprowadzania 5G będziemy rozszerzać naszą ofertę o usługi z tego zakresu, trzymając się naszych ofert “rodzinnych”. Na pewno nie będziemy rezygnować z dotychczasowych usług, kładąc większy nacisk na możliwość wykupienia ubezpieczeń.

Planujemy również kampanię uświadamiającą o nieszkodliwości transferu danych oraz częstotliwości 5G.

Oferujemy również usługę konwergentną z Netflixem, która w tym momencie sprowadza się do sprzężenia rachunku za usługę z  rachunkiem Play (użytkownik opłaca pełny abonament Netflixa wraz z opłatami na rzecz operatora). Planujemy rozszerzenie współpracy z Netflixem na wzór takiej, jaką mieliśmy z Showmaxem, co miałoby zaowocować zniżką dla użytkowników sieci Play. Towarzyszyć temu będzie kampania reklamowa, w której postaci z seriali będą prezentować naszą ofertę, na wzór reklamy serialu *Orange Is The New Black* z udziałem Magdy Gessler[[16]](#endnote-16).

Ze względu na rozwiązanie umowy z Showmax, proponujemy abonentom tejże usługi 10% zniżki na abonament od zakończenia dostarczania tej usługi do końca okresu użytkowania jej zawartego w umowie.

Aby zachęcić młodych ludzi do przedłużania umów oraz przenoszenia numerów do naszej sieci, planujemy nawiązać współpracę z największymi producentami gier opartych na mikropłatnościach (np. FIFA, Fortnite, World of Tanks etc.). W rezultacie tej współpracy zaproponujemy naszym obecnym i potencjalnym klientom otrzymanie pewnej ilości wirtualnej waluty w grze wybranego z naszych partnerów. W grach tych mikropłatności są bardzo często wykorzystywane[[17]](#endnote-17) co powoduje, że oferta będzie zachęcająca dla młodych ludzi.

Sposób reklamowania naszych usług będzie dostosowany do oferowanego produktu i wyprofilowany w kierunku grupy docelowej. Planujemy korzystać z następujących mediów: billboardy, reklamy telewizyjne, radiowe, internetowe - zarówno na stronach informacyjnych, mediach społecznościowych, jak i na platformie YouTube - w postaci krótkich skeczy reklamowych wyświetlanych przed/w trakcie trwania filmu, jak i wykorzystanie filmów sponsorowanych. Filmy sponsorowane dotyczyć będą przede wszystkim ofert dedykowanych osobom młodym (poniżej 30 roku życia), takich jak AirFiber czy mikropłatności w grach. Angażować do nich będziemy twórców treści skierowanych właśnie do tej grupy wiekowej, z założeniem że wspomaganie mikropłatności jest nakierowane na osoby młodsze, a AirFiber na starsze z tej kategorii wiekowej.

Wraz ze zwiększającą się liczbą aparatów obsługujących technologię VoLTE i WiFi Calling, zwiększymy nakład środków finansowych przeznaczanych na kampanie reklamowe promujące ich wykorzystanie przez naszą sieć.

# Plany finansowe (Zalewska)

Bazując na danych z poprzednich lat, przewidujemy następujące wydatki:

* 170mln zł rocznie przeznaczone na kampanie reklamowe[[18]](#endnote-18) - rozkład środków pomiędzy poszczególne usługi będzie zmienny;
* 800mln zł rocznie przeznaczone na rozwój własnej sieci 5G oraz zakup nadajników mających zapewnić niezależność od roamingu krajowego, w efekcie czego po 2020 roku przewidujemy oszczędności rzędu 100mln zł rocznie.

Potencjalnym zagrożeniem dla utrzymania/zwiększenia naszych przychodów byłoby wprowadzenie przez naszych konkurentów ofert dużo korzystniejszych niż nasze, jednak ze względu na oligopol rynku MNO w Polsce, ceny jednostkowe usług prawdopodobnie utrzymają się na stałym poziomie.

# Podsumowanie (Zalewska)

# Literatura (wspólna)

1. <http://www.speedtest.pl/wiadomosci/internet-mobilny/t-mobile-play-swiatlowody/> [↑](#endnote-ref-1)
2. <https://www.t3.com/news/best-5g-phones> [↑](#endnote-ref-2)
3. <https://www.24gliwice.pl/wiadomosci/szykuje-sie-protest-przeciw-testom-5g-w-gliwicach-bedziemy-smazeni-przez-mikrofale-jak-parowki/> [↑](#endnote-ref-3)
4. <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/wydatki-reklamowe-play-dane-za-2016-rok-i-2017> [↑](#endnote-ref-4)
5. <https://www.telko.in/rynek-zrecenzowal-plany-dla-5g-w-polsce> [↑](#endnote-ref-5)
6. <https://www.telko.in/debata-jak-wdrazac-5g-w-polsce,2> [↑](#endnote-ref-6)
7. <http://www.speedtest.pl/wiadomosci/5g/huawei-testy-5g-wlochy/> [↑](#endnote-ref-7)
8. <https://antyweb.pl/volte-dostepne-juz-play-niestety-jeszcze-dla-wszystkich/> [↑](#endnote-ref-8)
9. <http://wificalling-volte.pl/> [↑](#endnote-ref-9)
10. <https://antyweb.pl/play-zasieg-nowe-nadajniki/> [↑](#endnote-ref-10)
11. <https://gsmonline.pl/artykuly/play-wylacza-roaming-krajowy-koniec> [↑](#endnote-ref-11)
12. <https://www.parkiet.com/Technologie-i-IT/308149982-Play-Communications-obniza-zalozenia-na-2018-rok-i-tnie-dywidende.html> [↑](#endnote-ref-12)
13. <https://komorkomat.pl/play-zasieg-eksperyment-poznan/> [↑](#endnote-ref-13)
14. <https://antyweb.pl/roaming-krajowy-play-predkosc-sieci/> [↑](#endnote-ref-14)
15. <https://www.telepolis.pl/wiadomosci/prawo-finanse-statystyki/prezes-uke-o-pem-i-5g-zwiekszamy-normy-promieniowania-albo-stawiamy-wiecej-nadajnikow> [↑](#endnote-ref-15)
16. <https://www.youtube.com/watch?v=g4OuyPBjnoA> [↑](#endnote-ref-16)
17. <https://www.gry-online.pl/S013.asp?ID=109987> [↑](#endnote-ref-17)
18. <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/play-wyniki-2017-rok-ilu-ma-klientow-i-abonentow-jaki-zysk-dlug-i-przychody-w-2017-roku-a-15-2-mln-klientow-w-tym-9-4-mln-abonentow> [↑](#endnote-ref-18)