

# 2015

*Converged networks: A pitfall for telcos?*

*MSISDN as key driver for global B2C services*

-- WOUTER HAERICK --

Today

***Voice subscription fee***

***Voice traffic***

***Fix Data Connection***

***Mobile Voice subscription fee***

***Mobile Voice traffic***

***SMS traffic***

***Mobile Data Connection***

***How to substitute revenue loss?***

2020

***Fix Data Connection***

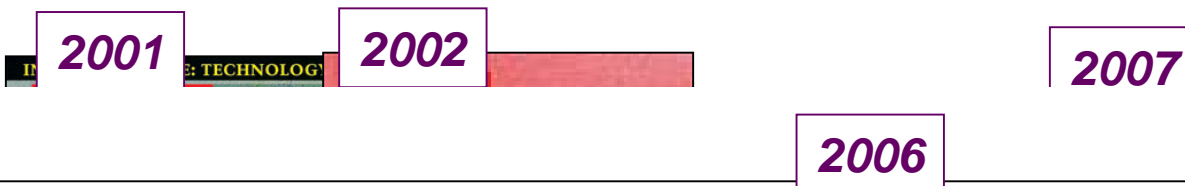
***Mobile Data Connection***

**LUXUREOUS**

Operate local network  
(Monopolist)

**NIGHT-MARE?**

Lost revenues  
Too high OpEx to compete



Are services in or on the network? This question will decide just how capital dollars are spent in the future, and whether service providers are more than bit pipes.

Telecommunications Magazine, July 2006

Top 10 Technology Trends

**EMBED SERVICES INSIDE THE NETWORK**

**TO COMPENSATE FOR LOST REVENUES**  
(Caller ID, SMS, email, TV Channels, ...)

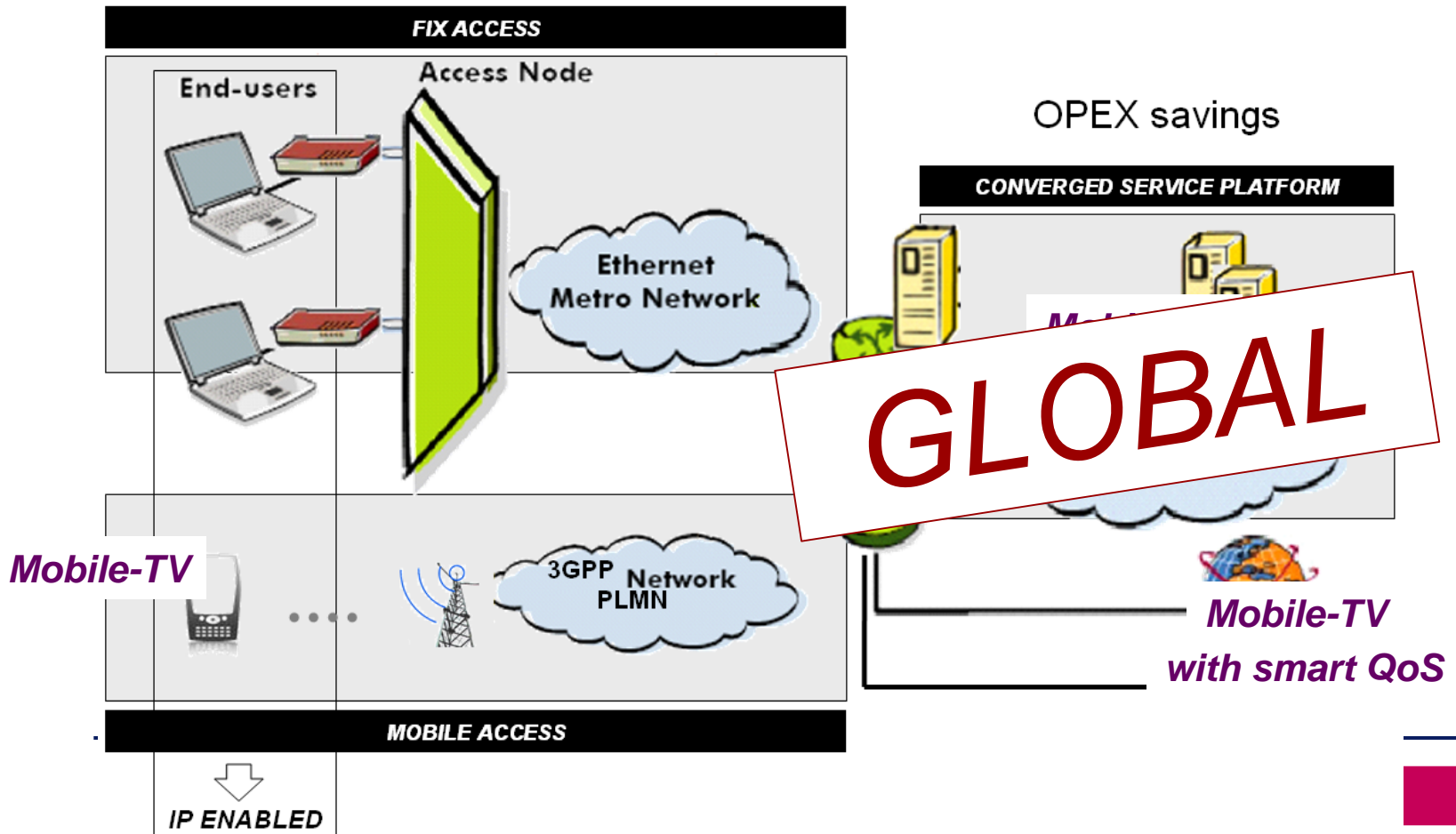
This paper



Belgacom

voor  
op

*Global competition will further increase,  
accelerated by convergence through IP (=standardization)*



- Surprise your competitors with a new service
  - Shape a “blue-ocean” where nobody else can come to swim ...
- .. and create additional barriers

## ‘Belgacom TV mocht iets kosten’

Belgacom TV is tevreden over het voorbije televisieseizoen. Alleen blijven de kijkers wat achter.

BRUSSEL. Vanavond wordt de laatste speeldag van de Belgische competitie afgehandeld, een jaar nadat Belgacom de voetbalrechten voor 36 miljoen euro voor de neus van Telenet heeft weggekaapt. Maar Belgacom TV, het digitale televisieplatform van de telefoonoperator, zou nu slechts zo'n 50.000 abonnees tellen. Hoeveel van hen ook maandelijks betalen voor het voetbalpakket, wil Belgacom niet kwijt. Het tijdschrift

Tendances schreef gisteren dat dat er maar 17.000 waren. Belgacom geeft voorlopig geen nieuwe cijfers en houdt het op de 33.000 abonnees die het eind vorig jaar telde. Jan Margot, de woordvoerder van Belgacom, maakt de vergelijking met de introductie van ads: toen had Belgacom achttien maanden nodig om 10.000 klanten te lokken. Belgacom is met andere woorden tevreden over het eerste jaar. „Toen we begonnen, moesten we laten zien dat we iets nieuws zouden lanceren en dat we het monopolie van de kabeltelevisie wilden doorbreken. Het voetbal was daar een dankbaar middel

voor.” Daarom is het volgens Margot ook niet helemaal correct om de rekensom te maken van wat de abonnees betalen (25 euro per maand voor alle matches) en wat het voetbal Belgacom kost. „Het voetbalcontract was een hefboom die veel publiciteit opleverde. Toen we meedongen naar dat contract, hebben we een kosten-batenanalyse gemaakt: Belgacom TV was nodig voor het overleven van het bedrijf en dat mocht iets kosten.” Belgacom krijgt ook geld van de VRT en de RTBF, die de voetbalrechten voor het open net afkochten. Bij de start van Belgacom

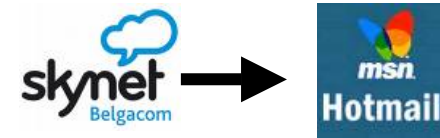
TV vorig jaar mikte men op 250.000 abonnees tegen eind 2006. Ondertussen is dat cijfer al teruggeschroefd tot 100.000. Die doelstelling zal Belgacom volgens Margot zeker halen. „Tegen dan is Belgacom TV al beschikbaar voor tachtig procent van de bevolking.” Ook nieuwe diensten en meer aanbod van televisiezenders en film op aanvraag moeten daarvoor zorgen.

VT4

VT4 en Vijftv zijn nog altijd niet te bekijken via Belgacom TV. Margot geeft toe dat dat een rem is op de groei van het

platform. „We onderhandelen nog, maar de bal ligt niet alleen in ons kamp. Telkens als we denken dat de zaak rond is, blijkt dat opens niet meer zo te zijn.” Voor de laatste speeldag haalt Belgacom extra middelen uit de kast. De negen matches worden gelijktijdig live en in beide landstalen uitgezonden. Tachtig camera's en honderd micro's moeten de ontknoping goed in beeld brengen. 410 medewerkers worden daarvoor ingeschakeld. Vanaf 14 mei zendt Belgacom TV ook de eindronde van tweede klasse uit. (db)

> www.1tonline.be



toepassingen die het meest gebruikt worden op het internet. De meerderheid van de e-mailadressen zijn dan

# GLOBAL

is staan de e-mailaccounts de werkgever. „Surfers kiezen vaak heel bewust welke ze voor welk doeleinde

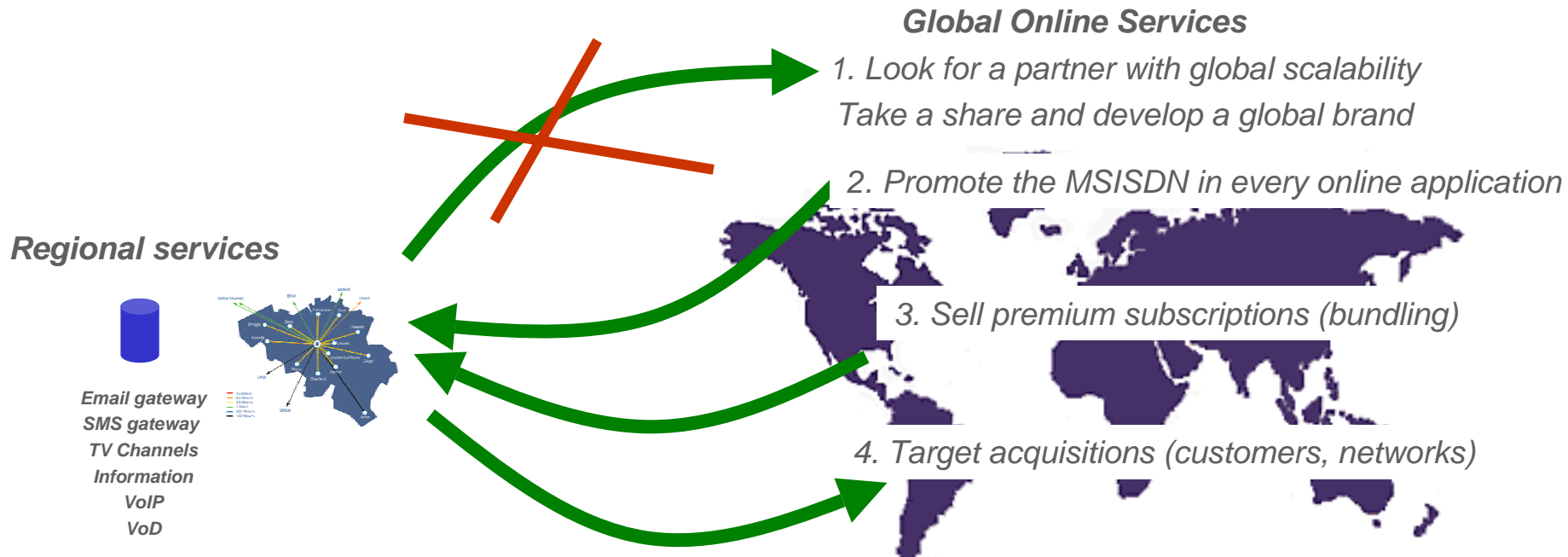
*Telcos introducing new services ....*

***Converged networks facilitate global competition***

***Customers tend to join the global “winner”***



## ■ A 4-step growth strategy with MSISDN as key competitive driver in global B2C services



*4-step growth strategy*

***DON'T LOOSE THE CUSTOMER CONTACT  
FOR NEW SERVICES TO ONLINE SERVICE PROVIDERS***

***COMBINE SERVICES **IN** AND **ON** THE NETWORK***

## ■ MSISDN as key competitive driver

+ 32 473 93 68 20

**EVERYONE KNOWS HOW TO USE IT**


### PROFITABLE



*Mobile telephony  
is profitable*

### SMS

*is extremely profitable*



76 sms/customer/month  
+39% growth

### NOT FULLY EXPLOITED YET TO WIN BATTLES

**Challenger for emailaddress (AUTHENTICATION)**

*(make subscription-confirmation-SMSs free)*



**Competitive advantage compared to SKYPE**

*(No change for end-user + ROAMING revenues)*



**Be prepared for mobile telephony over WIFI, WIMAX**

*(no MSISDN needed → dummy MSISDN to keep link with telco)*



**! Be smart to deal with privacy concerns !**

*4-step growth strategy*

# ***MSISDN AS NEUTRAL NUMBER TO IDENTIFY MOBILE USER***

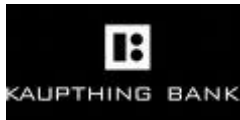
## ***MSISDN***

- Skype-Id***
- MSN-Chat***
- SIP-address***
- Authenticate user-apps***
- Send mail to phone-device***

## ■ Examples of potential partnerships



- Fring.com: MSISDN as credential
  - ◆ Go for a partnership + sell SMS bundles + sell VoIP



- Kaupthing Bank: MSISDN as credential
  - ◆ Sell SMS bundles



- FON WiFi hotspots – partnership with BT
  - ◆ Develop MSISDN-driven revenue models

- **Profitable businesses try to achieve a monopoly for their niche**
- **Inspiring businesses grow that niche globally**

***-- Wouter Haerick --***