

“TV3 PLAY” SÈKMÈS ISTORIJA: ŽIŪROVŲ DÈMESIO INTERNETE ISTORIJOS PERRAŠYMAS

*Interviu su UAB "Tele – 3"
generaline direktore **Laura Blaževičiūte***

Justas Gavėnas, CMC

Justas Gavėnas,
EKT: "Galima drąsiai teigti, kad "TV3 Play" yra labiausiai išplėtotas ir profesionaliausias TV laidų archyvas internete. Kokios aplinkybės lėmė šios idėjos atsiradimą? Ar TV3 grupės savininkų iniciatyva, o gal pati idėja, kilusi Lietuvoje?"

Laura Blaževičiūtė: "Pasaulinės tendencijos rodo, kad TV internete vis labiau populiarėja. 2010 metų spalį 175 mln. Jungtinių Valstijų interneto vartotojų (84,1%) apie 15 val. per mėnesį praleido žiūrėdami įvairių filmuotą medžiagą internete, o tai vidutiniškai sudaro apie 30 minučių per dieną! (Šaltinis: Thinkbox).

Vis labiau skubanti visuomenė ieško galimybės savo mėgstamas laidas pasižiūrėti jai tinkamu metu, norimoje vietoje ir per pageidaujamą priemonę. Taigi internetinė TV tampa populiaria žiniasklaidos priemone. Kitaip tariant, profesionalios TV laidos, kurias anksčiau buvo galima pamatyti konkrečiu laiku tradiciniais televizijos kanalais, tapo prieinamos bet kuriuo metu, naudojantis bet kokiais prietaisais su interneto prieiga (kompiuteriais, išmaniaisiais įrenginiais).

"Pasaulinės tendencijos rodo, kad TV internete vis labiau populiarėja. 2010 metų spalį 175 mln. Jungtinių Valstijų interneto vartotojų (84,1%) apie 15 val. per mėnesį praleido žiūrėdami įvairių filmuotą medžiagą internete, o tai vidutiniškai sudaro apie 30 minučių per dieną" (L. Blaževičiūtė)

"TV3 Play" projektas startavo Skandinavijos šalyse. Projektui pasiteisinus bei augant interneto vartojimui Baltijos šalyse, nuspręsta šią paslaugą pristatyti Lietuvoje, Latvijoje ir Estijoje. "TV3 Play" Lietuvoje visai neseniai atšventė savo pirmąjį gimtadienį ir džiaugiasi, kad jau turi apie 300.000 unikalių vartotojų per mėnesį".

"Vis labiau skubanti visuomenė ieško galimybės savo mėgstamas laidas pasižiūrėti jai tinkamu metu, norimoje vietoje ir per pageidaujamą priemonę. Taigi internetinė TV tampa populiaria žiniasklaidos priemone" (L. Blaževičiūtė)

Justas Gavėnas, EKT: "Koks yra ["TV3 Play"](#) tikslas? Ar jis tiesiog papildo TV3 kanalą, ar labiau skirtas nespėjusiems pažiūrėti?"

Laura Blaževičiūtė: "Tinklapis yra skirtas TV3, TV6 ir TV8 televizijų žiūrovams, kurie dėl vieny ar kitų priežasčių praleidžia savo mėgstamą laidą, rodomą per TV. Šiuo metu jie gali savo laidas matyti jiems patogiu laiku, jiems patogioje vietoje ir nemokamai – svarbiausia turėti interneto ryšį.

Iki ["TV3 Play"](#) atsiradimo rinkoje buvo siūloma tik nekokybiška ir atsitiktinė filmuota medžiaga. ["TV3 Play"](#) pasiūlė interneto vartotojams profesionaliai, kokybiškai pateikiamas TV laidas, sąlygodama naujų įpročių atsiradimą: dėl ["TV3 Play"](#) žiūrovas daug daugiau naudojami internetu – pvz., populiariausio Lietuvoje TV3 serialo "Moterys meluoja geriau" serija trunka 40 min. Išlaikyti interneto lankytojo dėmesį puslapyje yra viena iš didžiausių visų interneto tinklalapių siekiamybių!

"Mūsų privalumas yra ir toks, kad daugiausia TV laidų į ["TV3 Play"](#) yra įkeliami iš karto – per 10 min. – po transliavimo per TV" (L. Blaževičiūtė)

Mūsų privalumas yra ir toks, kad daugiausia TV laidų į ["TV3 Play"](#) yra įkeliami iš karto – per 10 min. – po transliavimo per TV. ["TV3 Play"](#) turinys visuomet yra naujausias ir aktualiausias. Be to, ["TV3 Play"](#) yra vienintelė teisėta priemonė per internetą matyti TV3, TV6 ir TV8 televizijų laidas.

["TV3 Play"](#) neapsiriboja TV kanalų rodytomis laidomis. Ši internetinė TV pateikia naujos medžiagos iš populiarių TV3 laidų, projektų užkulisių, per TV dar nerodytų įdomybių. Pirmojo gimtadienio proga šią gegužę ["TV3 Play"](#) savo žiūrovams dovanojo išskirtinę galimybę pamatyti dar nerodytas laidas "Baimės akys", savaite anksčiau nei TV3 kanalo eteriye – filmo "Be namų" serijas. ["TV3 Play"](#) lankytojams šį mėnesį buvo pateikta ir daugybė išskirtinės TV3 žinių tarnybos sukurtos medžiagos – aktualijų Lietuvoje. Ateityje unikalių, tik ["TV3 Play"](#) skirtų dalykų planuojame dar daugiau".

Išsilavinimas:

- Stokholmo aukštoji ekonomikos mokykla Rygoje (2000). Strategija ir verslumas. Bakalauras
- Kauno "Varpo" gimnazija (1998)

Profesinė karjera:

- UAB "Tele-3" ir UAB "Tele-3" radijas generalinė direktorė, Lietuva (nuo 2008)
- Lietuvos radijo ir televizijos asociacijos (LRTA) prezidentė (nuo 2009)
- UAB "Tele-3" generalinio direktoriaus pavaduotoja, Lietuva (2005 - 2008)
- VIASAT 3 Hungary rinkodaros vadovė, Vengrija (2005)
- VIASAT Broadcasting Center stažuotoja, Didžioji Britanija (2004)
- TV3 Latvia rinkodaros vadovė, Latvija (2001 - 2004)
- TV3 Latvia direktoriaus asistentė (2001)

Pasiekimai:

- Parengė ir įgyvendino televizijos kanalų 3+ Latvijoje ir Estijoje verslo planą (2004)
- Įgyvendino "Tango TV" virsmo į TV6 (angl. rebranding) kampaniją, kanalo žiūrimumo rezultatai išaugo dvigubai, projektas tapo pelningas (2008)
- Parengė ir įgyvendino televizijos kanalo TV8 verslo planą Lietuvoje. Kanalas startavo 2011 m. 3 ketvirtį ir papildė jau esamų kanalų portfelį, išaugindamas grupės rinkos dalį Lietuvoje
- Startavo pirmoji internetinė televizija Lietuvoje "TV3 Play" (2011)
- Būdama LRTA prezidentė inicijavo Visuomenės informavimo įstatymo pataisas dėl privalomo retransliavimo panaikinimo Lietuvoje, iniciavo įvairias žiniasklaidos priežiūros institucijų reformas
- UAB "Tele-3" pirmoji televizija Lietuvoje įgyvendinusi vidinį etikos kodeksą ir jo priežiūros mechanizmą

**Laura Blaževičiūtė**

Justas Gavėnas, EKT:

"Kaip vertintumėte "TV3 Play" projektą balais nuo 1 iki 10 ir kodėl?"

Laura Blaževičiūtė: "9 balais. Tinklalapis sėkmingai atlaiko vartotojų srautus, gera vaizdo kokybė, laidos tinklalapyje atsiranda vos tik baigiamos transliuoti TV kanalu, mūsų klientų reklaminės kampanijos sėkmingai įgyvendinamos pasiekiant unikalią, kiek sunkiau TV pasiekiamą auditoriją. Kodėl ne 10? Visada tam tikras detales galima tobulinti iki begalybės (šypsosi)".

Bendra mūsų grupės auditorija Lietuvoje išaugo. Šį faktą savo klientams galime pateikti kaip privalumą. Kai Lietuva visiškai pereis į skaitmeninę erą, reklamos rinkoje laimės tie, kurie reklamdaviams galės pasiūlyti kuo plačiausią žiūrovų auditoriją" (L. Blaževičiūtė)

Justas Gavėnas, EKT:

"Kas yra tikslinė "TV3 Play" auditorija? Ar reali auditorija ir svetainės lankytojai atitinka suplanuotą auditoriją? Jei ne, tai kodėl?"

Laura Blaževičiūtė: "Lyginant su TV auditorija, ši šiek tiek jaunesnė, labiau miesto auditorija. Žmonės, kurių aktyvesnis gyvenimo būdas, kurie mažiau būna namie, ne visada gali žiūrėti savo mėgstamas laidas per TV, taigi sėkmingai jas gali pasižiūrėti "TV3 Play" jiems patogiu laiku. Tokia auditorija ir buvo mūsų tikslas. Bendra mūsų grupės auditorija Lietuvoje išaugo. Šį faktą savo klientams galime pateikti kaip privalumą. Kai Lietuva visiškai pereis į skaitmeninę erą, reklamos rinkoje laimės tie, kurie reklamdaviams galės pasiūlyti kuo plačiausią žiūrovų auditoriją".

Justas Gavėnas, EKT:

"Kokiais pasiekimais galite pasigirti nuo šio projekto starto?"

Laura Blaževičiūtė: "Lietuvoje "TV3 Play" žiūrimumas auga labai sparčiai. Startavęs prieš metus tinklalapis vidutiniškai per mėnesį sulaukdavo po 150.000 unikalų lankytojų, o šių metų pradžioje jų vidutiniškai buvo jau daugiau nei 330.000. Kalbant apie "TV3 Play" turinį – šiuo metu galime žiūrovams pasiūlyti net 780 val. jų mėgiamų kokybiškų laidų! Nuo "TV3 Play" starto į puslapį įkelta apie 3.000 TV3, TV6, TV8 televizijų laidų ir anonsų – ir šis skaičius nuolat auga!<...>".

Laura Blaževičiūtė: "<...> Lietuvos žiūrovai ["TV3 Play"](#) tinklalapyje dažniausiai ieško savo mėgstamų serialų, didžiųjų televizinių projektų bei žinių. Įdomu paminėti ir tai, kad ypač didelio dėmesio sulaukia TV kanalais dar nerodyti nauji serialai. O TV3 eteryje pasibaigus populiariausiam Lietuvoje serialui "Moterys meluoja geriau", paskutinė jo serija dar du mėnesius ["TV3 Play"](#) tinklalapyje laikėsi žiūrimiausių laidų penketuke!"

"Galime didžiulis, kad, anot Gemius, 17.30 – 22.00 val. TV3 Play televizija internete populiariumu pranoksta net populiariausius socialinius tinklus, el. paštą, naujienų portalus, radiją internete!" (L. Blaževičiūtė)

Justas Gavėnas,
EKT: "Kokias tendencijas, susijusias su vartotojų įpročiais internete, galėtumėte išskirti? Kokie įpročiai nustebino? Kokios Jūsų prielaidos nepasiteisino?"

Laura Blaževičiūtė: "Didelių netikėtumų nesulaukėme. Tokie tinklalapiai jau buvo kitose MTG šalyse, susipažinom su jų praktika, žinjom ko galima tikėtis. Internautų elgsena panaši visose šalyse. Lietuvoje viskas gal kiek vėluoja, bet elgsena panaši, gana prognozuojama. 2012 metų balandį ["TV3 Play"](#) svetainė pateko į šių televizijų internete sąrašą. "Gemius" tyrimai atskleidė, kad Baltijos šalių gyventojai grįžę namo po darbo vis dažniau įsijungia TV internete netrukdomai žiūrėti mėgstamiausių serialus, filmus ir laidas. Aktyviausias žiūrimumas – tarp 19 val. ir 22. val., t.y. visai kaip ir tradicinės televizijos. Iš "Gemius" tyrimų matyti, kad Lietuvoje, Latvijoje ir Estijoje šie skaičiai sparčiai auga. Įsijungti TV internete skatina dar nematytos laidų ištraukos ir komentarai, be abejo – ir galimybė jais čia pat pasidalinti su draugais socialiniuose tinkluose, juos komentuoti bei reitinguoti. ["TV3 Play"](#) labai populiarios specializuotos TV laidos: "Beatos virtuvė", "Vienam gale kablys", "Svajonių sodai" ir pan. Žiūrovams suteikiama galimybė laidą bet kada stabdyti, peršokti į priekį, žiūrėti patikusį epizodą vis iš naujo, ramiai užsirašyti dominančius faktus – tai ir traukia žiūrovus".

Justas Gavėnas, EKT:
"Kokias papildomas
galimybes suteikia
"TV3 Play"
reklamdaviams?"

Laura Blaževičiūtė: "Pirmiausia tai unikali galimybė vaizdo klipus internete planuoti šalia televizinio turinio. Interneto auditorija kiek kitokia nei TV – ji jaunesnė, aktyvesnė, sunkiau pasiekama televizijos, tad suteikiame galimybę praplėsti TV kampanijų pasiekiamumą (angl. reach). Anksčiau tai buvo galima padaryti kitomis internetinės reklamos formomis (reklaminiais skydeliais ir pan.), klipų transliavimas internete Lietuvoje buvo minimalus.

Antras labai aktualus privalumas – mažas reklaminis triukšmas. Atsižvelgdami į interneto vartotojų įpročius bei siekdami žiūrėjimo skaičių didėjimo, griežtai ribojame reklamos kiekius: nustatytoji maksimali galima reklamos trukmė prieš laidą yra 40 sek., o laidos metu – 60 sek. Mūsų klientai gali būti užtikrinti, kad jų reklaminiai klipai bus minimaliame reklaminiame triukšme, jų reklama tikrai bus pamatyta ir nekels internautams neigiamų emocijų dėl didelio reklamos kiekio.

Internetė TV medžiaga yra žiūrima "aktyviai", t.y. tam specialiai skiriant laiką ir dėmesį, todėl galime teigti, jog trumpiems reklamos intarpams internete žiūrovas skiria žymiai daugiau dėmesio nei reklamai TV kanalais.

Dar vienas esminis interneto reklamos užsakovams teikiamas privalumas yra interaktyvumas. Visos "TV3 Play" reklamos formos yra interaktyvios, t.y. turinčios paskyras į reklamos užsakovo interneto puslapį ar el. parduotuvę. Reklamos užsakovai turi galimybę inicijuoti tiesioginį žiūrovų įtraukimą (papildomos informacijos paiešką, registraciją, prekės/paslaugos pirkimą ir pan.).

Reklamos taisyklės internete yra kur kas liberalesnės nei televizijoje".

Justas Gavėnas, EKT: "Ar tokio pobūdžio projektams, kaip "[TV3 Play](#)", yra taikomi investicijų atsipirkimo skaičiavimo metodai? Jei taip, ar sudėtinga buvo įtikinti vadovybę / savininkus surizikuoti su šia iniciatyva Lietuvoje?"

Justas Gavėnas, EKT: "Ar turėjote planą B tam atvejui, jei "[TV3 Play](#)" nebūtų pateisinęs lūkesčių?"

Laura Blaževičiūtė: "Kiekvienas koncerno MTG vykdomas projektas vertinamas pagal atsipirkimą (net kiekviena TV rodoma laida, serialas, sporto transliacija). Todėl "[TV3 Play](#)" nebuvo išimtis. Analogiškiems projektams sulaukus sėkmės kitose MTG šalyse, startas Lietuvoje buvo natūralus, greitas, be diskusijų".

Laura Blaževičiūtė: "Tikėjome projekto sėkme ir apie planus B ar C negalvojome".

" Rinkodaros komunikacija yra gyvybiškai svarbi. Net ir pats įdomiausias tinklalapis, siūlantis žiūrimiausių programą, be komunikacijos yra pasmerktas likti internautų srauto nuošalyje" (L. Blaževičiūtė)

Justas Gavėnas, EKT: "Įmonių grupės mastu turite didelį privalumą – savireklamą TV kanaluose. Kiek svarbi, Jūsų nuomone, buvo savireklama ir interneto lankytojų srauto pritraukimas savireklamos būdu?"

Laura Blaževičiūtė: "Rinkodaros komunikacija yra gyvybiškai svarbi. Net ir pats įdomiausias tinklalapis, siūlantis žiūrimiausių programą, be komunikacijos yra pasmerktas likti internautų srauto nuošalyje. Natūralu, kad tam išnaudojame visas savo turimas žiniasklaidos priemones – tris TV kanalus (TV3, TV6, TV8), radiją – "Power Hit Radio", net keturis savo interneto puslapius (www.tv3.lt, www.tv6.lt, www.tv8.lt ir www.powerhitradio.lt), socialinius tinklalapius – savo paskyroje čia turime per 240.000 gerbėjų. Komunikacijai papildomai naudojame reklamą ir kitose žiniasklaidos priemonėse – daugiausia interneto portaluose, spaudoje, radijo stotyse. Įsitikinome, kad savireklama TV kanaluose šiandien yra efektyviausia, net ir internetiniam produktui".

Justas Gavėnas, EKT:

"Kokie ["TV3 Play"](#) planai ateičiai? Kuo žadate toliau stebinti žiūrovus?"

Laura Blaževičiūtė: "Artimiausioje ateityje planuojame ženkliai plėsti ["TV3 Play"](#) turinį: greta šiuo metu siūlomų Lietuvoje gaminamų laidų, dar šiemet pradėsime siūlyti ir užsienio produkciją, rodomą mūsų kanalais – tokius serialus kaip "Nusivylusios namų šeimininkės", "Daktaras Hausas", "CSI kriminalistai" ir kt. Ir toliau planuojame kurti išskirtinį turinį televizijai internete ["TV3 Play"](#)".

APIE INTERNETO TELEVIZIJĄ "TV3 PLAY"

- Nemokama ir visą parą veikianti internetinė televizija, priklausanti žiniasklaidos koncernui MTG (Modern times group)
- Lietuvoje startavo 2011 gegužės 25 d.
- "TV3 Play" - vienintelė teisėta priemonė internetu matyti TV3, TV6 ir TV8 televizijų laidas
- Interneto televizija yra skirta TV3, TV6 ir TV8 televizijų žiūrovams, kurie dėl vienu ar kitu priežasčių praleidžia savo mėgstamą laidą, rodomą per TV
- Dauguma TV laidų į "TV3 Play" įkeliamos iškart – 10 minučių po eterio, tiesioginės transliacijos – kitą dieną
- Didžiąją „TV3 Play“ žiūrovų dalį sudaro didžiųjų miestų ir rajonų centrų gyventojai, kurių amžius 15 – 44 metai
- "TV3 Play" šiuo metu siūloma 780 val. kokybiško turinio laidų, o nuo interneto TV starto pradžios į jį įkelta apie 3 000 įvairių TV3, TV6 ir TV8 laidų, anonsų ir specialių reportažų

EKT VADYBOS ĮŽVALGOS (1)

- **Už ką savo darbuotojams mokame algą?**

Interviu su UAB „Verozona“ direktoriumi [Rimantu Jankevičiumi](#)

- **Saulės energetika: alternatyva "Snoro" indėliams?..**

Interviu su UAB "SCHÜCO Lietuva" direktoriumi [Andriumi Mikšiu](#)

- **Kokybė kainų karuose nedalyvauja.**

Interviu su UAB "KG Knutsson" direktoriumi [Vyčiu Martinaičiu](#)

- **Sporto mėcenavimas Lietuvoje: ar viskas daroma tik iš naudos?..**

Interviu su verslininku [Antanu Guoga](#)

- **Kuriantys vertę darbuotojai: kaip atskirti "stakles" nuo "talentų".**

Interviu su UAB „Philip Morris Lietuva“ žmogiškųjų išteklių verslo partnere Baltijos šalims [Aukse Žukauskiene](#)

- **Kosmetikos rinkos partizanai: marketingo biudžetas – mąstymą ribojantis veiksnys.**

Interviu su UAB „BIOK laboratorija“ direktoriumi [Linu Čereška](#)

- **Efektyvi valdybos veikla – įrankis įmonės veiklos efektyvumui gerinti.**

Interviu su Lietuvos parodų ir kongresų centro LITEXPO valdybos pirmininku [Mariumi Horbačiausku](#)

- **Universitetas "debesyse": naujas iššūkis tradicinėms mokymosi formoms?**

Interviu su VšĮ „Gyvenimo universitetas“ ir UAB „Interprekyba“ vadovu [Augučiu Kučinsku](#) bei UAB „Interprekyba“ projektų vadovu [Jurgiu Gudausku](#)

- **Tiesos biuras: kai "teisingai" atliekamai paslaugai rinkoje ne visuomet yra poreikis.**

Interviu su UAB „Bureau Veritas Lit“ direktore [Gitana Bogužiene](#)

EKT VADYBOS ĮŽVALGOS (2)

- **Ekologiškumas: ilgalaikė tendencija ar atsitiktinė sveiko gyvenimo būdo moda?**
Interviu su UAB „Sveiki produktai“ valdybos nare [Guoda Azguridiene](#)
- **Kūryba marketingo veikloje: smulki vs. smulkiai maštanti įmonė.**
Interviu su kūrybinės agentūros TBWA\ Vilnius direktore [Agne Dulskiene](#)
- **Aprangos ir tekstilės sektoriaus iššūkis – profesijos rehabilitacija.**
Interviu su Lietuvos aprangos ir tekstilės įmonių asociacijos prezidentu [Linu Lasiausku](#)
- **Naujų automobilių rinka: pirmą automobilį parduoda pardavėjas, visus kitus – servisas.**
Interviu su UAB „Autojuta“ generaline direktore [Rasa Sinkevičiene](#)
- **Valstybės valdomos įmonės: kur slypi potencialas?**
Interviu su LR Ūkio ministru [Rimantu Žyliumi](#)
- **Mažmeninės prekybos plotų valdymas Lietuvoje: „miręs“ nuomininkas nuomos nemoka.**
Interviu su TK Development vadove Baltijos šalyse [Lina Paukšte](#)
- **Lietuvio išradimai būsto saugumui: nuo idėjos iki žmonėms reikalingų sprendimų.**
Interviu su išradėju, verslininku, UAB "Wallux Godram Group" direktoriumi [Ramūnu Stankevičiumi](#)
- **Efektyvūs ryšiai su visuomene: komunikacija ar santykiai?**
Interviu su UAB "Integrity PR" vadove [Daiva Lialyte](#)
- **Lazeris – kaip prieskonis pramonės pyrage.**
Interviu su UAB "Ekspla" generaliniu direktoriumi [Kęstučiu Jasiūnu](#)
- **Apsauginių plombų rebusas: kainuoja centus, išsaugo tūkstančius.**
Interviu su UAB „Plombos LT“ direktoriumi [Tomu Mačėnu](#)



Strategija. Efektyvumas. Vertė

UAB "Ekonominės konsultacijos ir tyrimai"

J. Jasinskio g. 16, Vilnius, LT - 01112

Tel.: (+370 5) 25 26 225

Faks.: (+370 5) 25 26 226

El. paštas: ekt@ekt.lt

www.ekt.lt