



**MOBILE
WORLD CAPITAL
BARCELONA**

Plan de Acción 2013

Jueves, 13 de Diciembre 2012

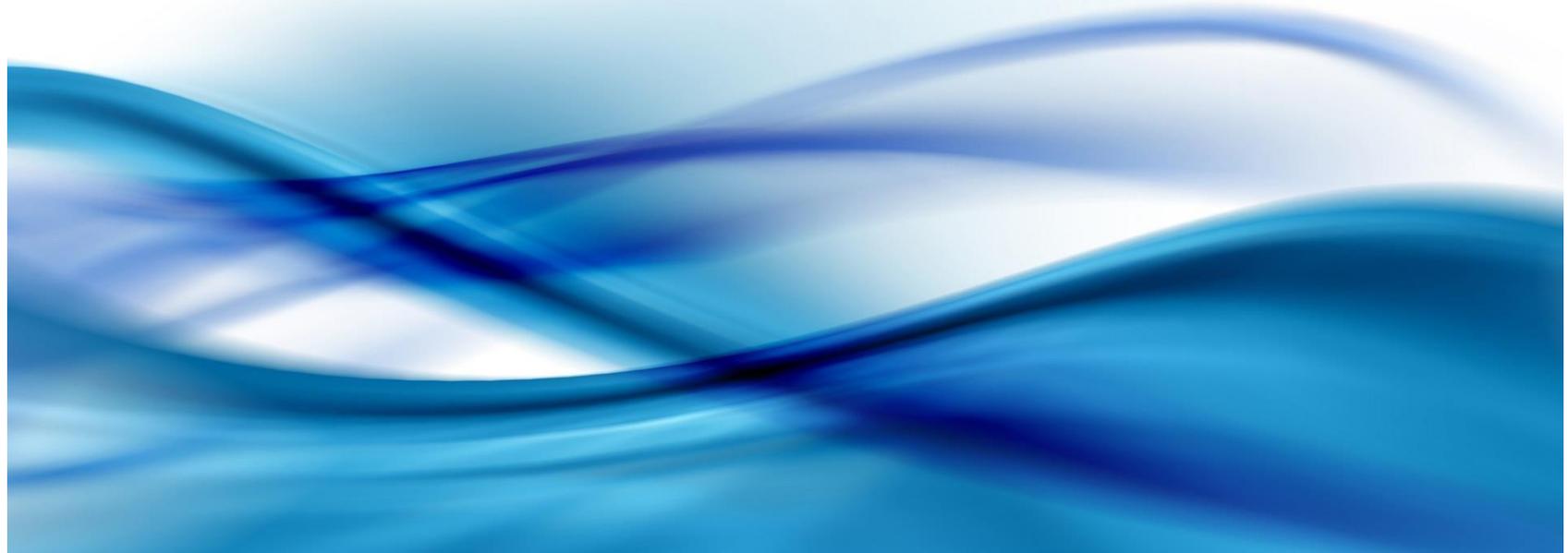


**1.-
CREACIÓN**

**2.-
LANZAMIENTO**

**3.-
CRECIMIENTO**

**4.-
CONSOLIDACIÓN**



Cuatro Olas – SET UP

1.- CREACIÓN

FUNDAMENTOS SÓLIDOS:

**EQUIPO
MARCA
NOTORIEDAD
PRIMEROS PARTNERS
ESTRATEGIA Y TÁCTICA
DEFINICIÓN DETALLADA DE LOS PILARES
PRIMEROS PROYECTOS OPORTUNÍSTICOS**

DURACIÓN:

2012 & PRINCIPIOS 2013

Cuatro Olas – LAUNCH

2.- LANZAMIENTO

MODO DE EJECUCIÓN:

HUB
CENTER
FESTIVAL
CONGRESS
EQUIPO COMPLETADO
RECONOCIMIENTO DE MARCA
IMPORTANTES PARTNERS INVOLUCRADOS
NOTORIEDAD Y PRESENCIA INTERNACIONAL
PROYECTOS IMPORTANTES EN MARCHA

DURACIÓN:

2013

An aerial photograph of Barcelona, Spain, showing the city's dense urban landscape, the Mediterranean Sea, and the Sagrada Família on the left. The sky is clear and blue.

Plan de Acción 2013

Estrategía y Desarrollo de Negocio

Jueves, 13 Dic 2013

Resumen año 2012. ¿Qué se ha hecho?

Foco principal 2012: las grandes compañías (tecnológicas y no tecnológicas) con Headquarters en España. Primera aproximación a Gobiernos Nacionales.

Mayor impacto en empresas con una estrategia móvil fuerte y paralelamente en otras industrias para incrementar el conocimiento

En contacto con...



Pasos avanzados con...



Comprometido con nosotros...



Objetivos – Equipo de Desarrollo de Negocio – Plan de Acción 2013

El objetivo del equipo de desarrollo de negocio es hacer que la MWCB sea financieramente independiente mediante los diferentes programas de Partnership disponibles.

El equipo del desarrollo de negocio expandirá la marca MWCB internacionalmente, causando un fuerte impacto a todas las industrias y geografías atrayendo los mejores colaboradores potenciales a la MWCB.

Se intensificarán los esfuerzos en tres diferentes líneas de negocio: empresas tecnológicas (todo con una importante presencia en España y en el Congress), empresas no tecnológicas (priorizando algunos verticales i/o con importante presencia local) e instituciones.

Algunos de ellos son:

Tecnológicas



No-Tecnológicas



Instituciones



Pasos para el 2013



Las compañías **tecnológicas** son fundamentales para establecer programas de colaboración, debido a su conocimiento en la materia, e ideas innovadoras alrededor de la movilidad.

Las empresas **no tecnológicas** son también importantes para mantenernos en contacto con los ciudadanos de a pie y así poder beneficiarnos todos de la internacionalización y magnitud de este proyecto.

Vamos a convertir la **MWCB** en algo **fundamental** para todas aquellas organizaciones que quieren tener un alto impacto en la sociedad.

Priorización de los **gobiernos** que quieran acelerar su estrategia móvil, lo cual nos permitirá ganar credibilidad a escala internacional y poder penetrar en empresas privadas de ese país.

Plan de Acción 2013

CENTRO



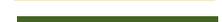
Jueves, 13 Dic 2013

Plan de Acción 2013

VIDEO DEL CENTRO



2013 Timeline - Centre Opening Plan

-  Centre Delivery
-  Centre Staffing
-  Centre Opening Events



Centre Delivery



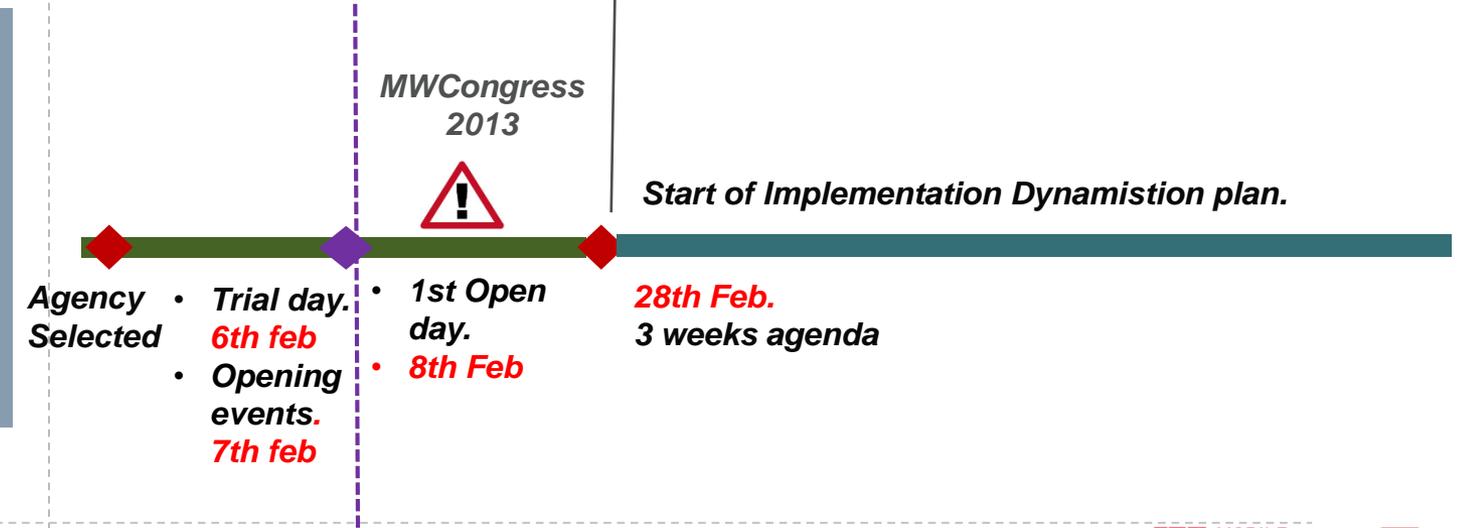
Centre Staffing:

1. Select Agency
2. Recruit Team
3. Train Team
4. Content Manager
5. Review post opening



Centre Opening events:

1. Agency Selection
2. Trial Day
3. Opening Events
4. 1st day
5. 3 week Agenda
6. MWCongress

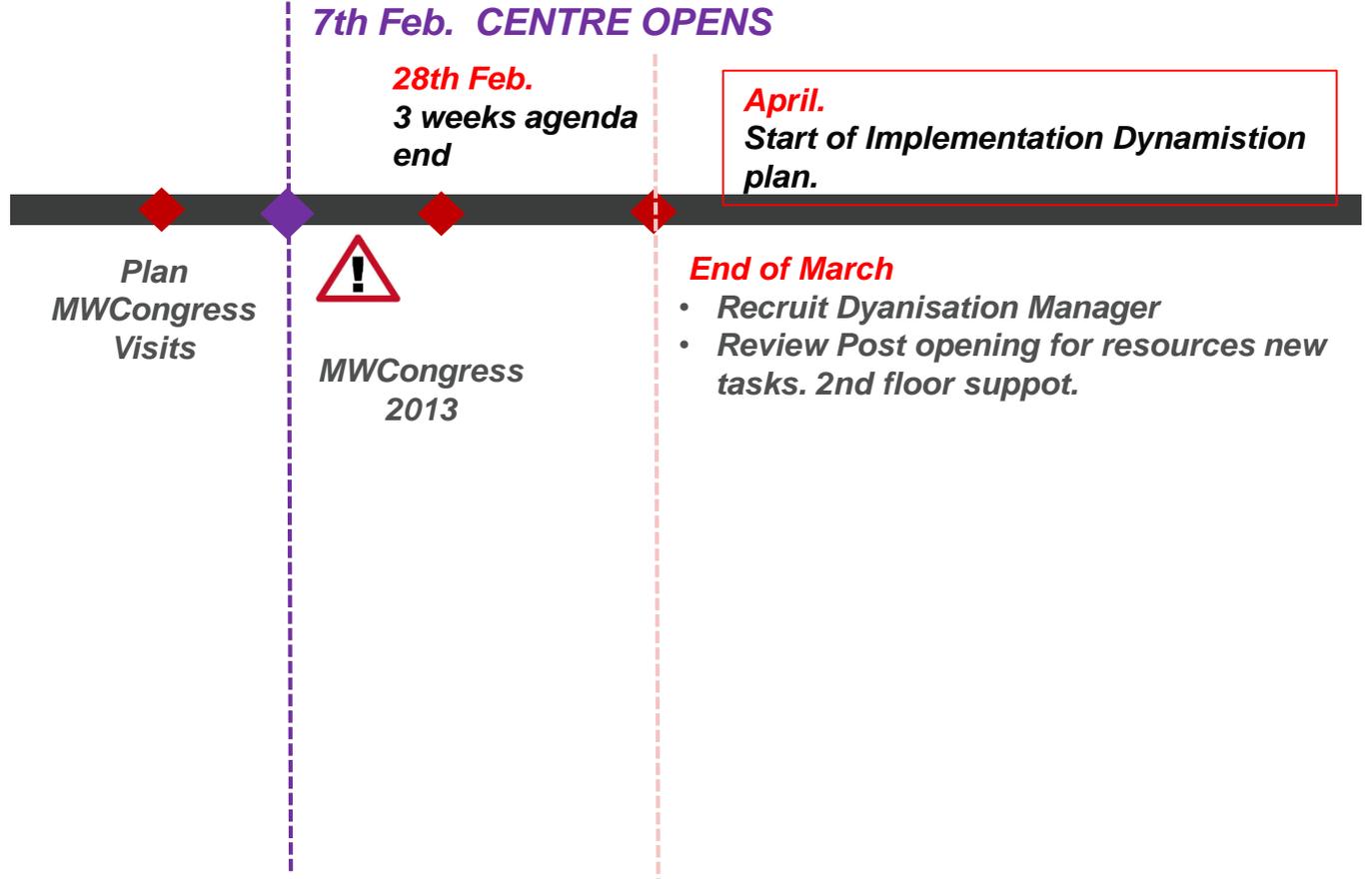


2013 Timeline - Centre Dynamisation Plan



Centre Dynamisation Plan

1. MWCongress Visits
2. Recruit dynamisation Manager
3. Floor Manager new tasks
4. Start implementing Dynamisation plan



Plan de Acción 2013 FESTIVAL



Jueves, 13 Dic 2013

Plan de Acción 2013

VIDEO DEL FESTIVAL



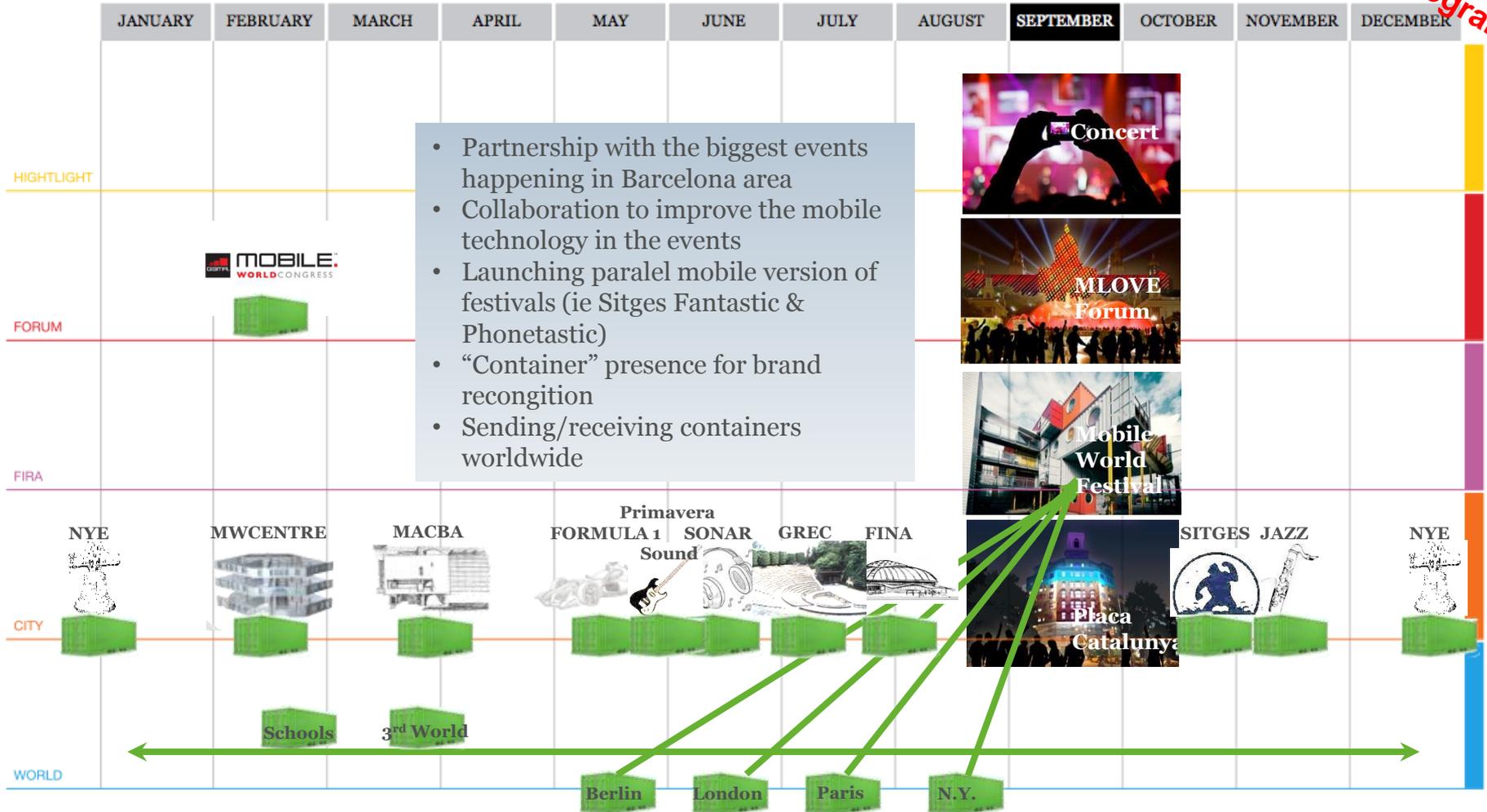
Jueves, 13 Dic 2013



Mobile World Festival

All year round events

Tentative program



MWFFestival – “MoBa”

To take place on early September, the first year could last from Thursday to Sunday

○ B2C Fair

Several stands/containers in a festival area open for citizens, related with:

- Art
- Cinema
- Photo
- Sports

○ Showcase

Companies promoting mobility and new technologies
1st circle companies (phone brands, apps, games)
2nd circle companies (sports, clothes, cars, etc.)

○ Big event

Start or closing big event
(concert/fireworks/quadrocopter show, etc.)

○ More possible partnerships

- Campus party
- MLove
- TEDxMobile

Mobile World Festival Sonar partnership

Tentative program

- Keeping the *day festival* as open and innovative as it is, but with a *mobile* rethinking
- Moving the festival from MACBA/CCCB to Fira-Gran Via



An aerial photograph of Barcelona, Spain, showing the city's dense urban landscape, the Mediterranean Sea, and the sky. The image is used as a background for the title slide.

Plan de Acción 2013

CENTROS DE COMPETENCIA

Jueves, 13 Dic 2013

Competence Centres

Durante el año 2013 se realizará la puesta en marcha de los Centros de Competencia (CC), de forma progresiva, empezando por m-Health y m-Wallet (en el 2012 ya se ha avanzado en ambos) y continuando con el resto para asegurar que a finales de año todos los CC tienen una estructura propia de equipo, una definición de la actividad a desarrollar en el medio plazo y los primeros proyectos en marcha.

Puesta en marcha de los CC

Para el arranque de los CC se aplicará una única metodología estructurada en 3 fases:

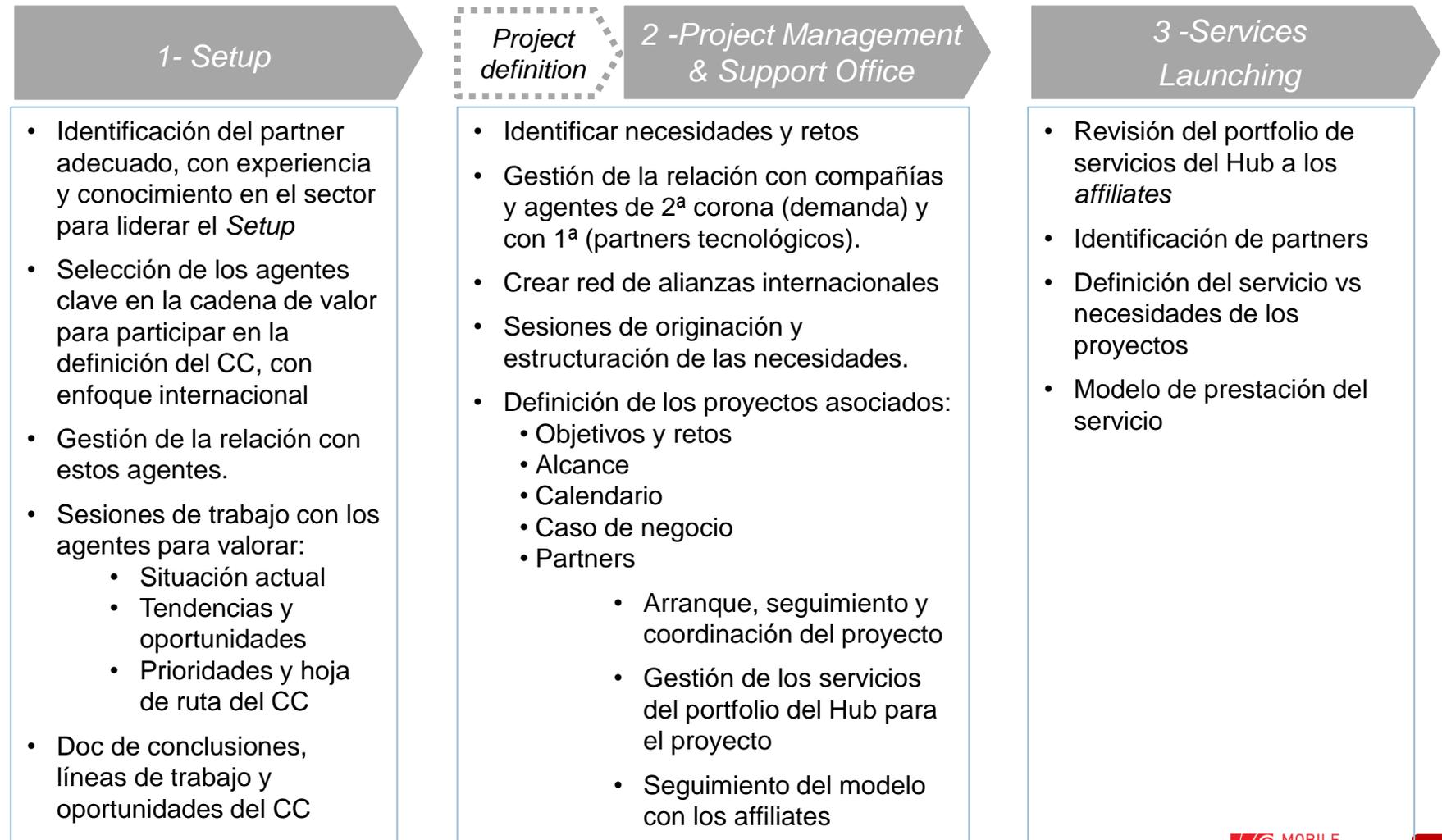


La implementación de la metodología dependerá del CC, en algunos casos las fases 1 y 2 pueden solaparse parcialmente en el tiempo, de forma que se aborden proyectos oportunistas durante la puesta en marcha del CC (por ejemplo el caso de m-Health)

El portfolio de servicios del Hub es parte de la propuesta de valor a los *affiliates*, su lanzamiento en paralelo con los proyectos es necesario para poder prestar estos servicios a los proyectos que así lo requieran.

Competence Centres

En cada fase y CC se abordaran las tareas necesarias para identificar las oportunidades, crear una red de partners internacionales y activar los proyectos tractores clave.



Competence Centres

La estructura organizativa para el 2013 considera la contratación de un responsable (“*Head*”) y un gestor de proyectos para cada CC. Estas incorporaciones son progresivas durante todo el 2013 siguiendo los criterios de priorización de los CC’s.

Con esta configuración inicial se garantiza la puesta en marcha del CC y la gestión de los primeros proyectos, considerando que el Head, como perfil senior con experiencia en el sector, lidera toda la actividad del CC.

Edificio Hub

La inauguración del edificio Hub se prevé para el mes de abril. El edificio está dividido en 4 usos diferentes del espacio:

1. Sede corporativa de la MWC y GSMA en Barcelona
2. Centros de Competencia y aceleradora
3. Showroom y zona de presentación de producto
4. Terceras compañías

Disponer de un espacio dedicado a los CC será clave para concentrar la actividad del proyecto industrial y poner en valor el contexto de dinamización de iniciativas que promueve la MWCB. Será a partir de este momento que la MWCB iniciará la implantación de las aportaciones dinerarias asociadas al modelo de *affiliation*.

Competence Centres

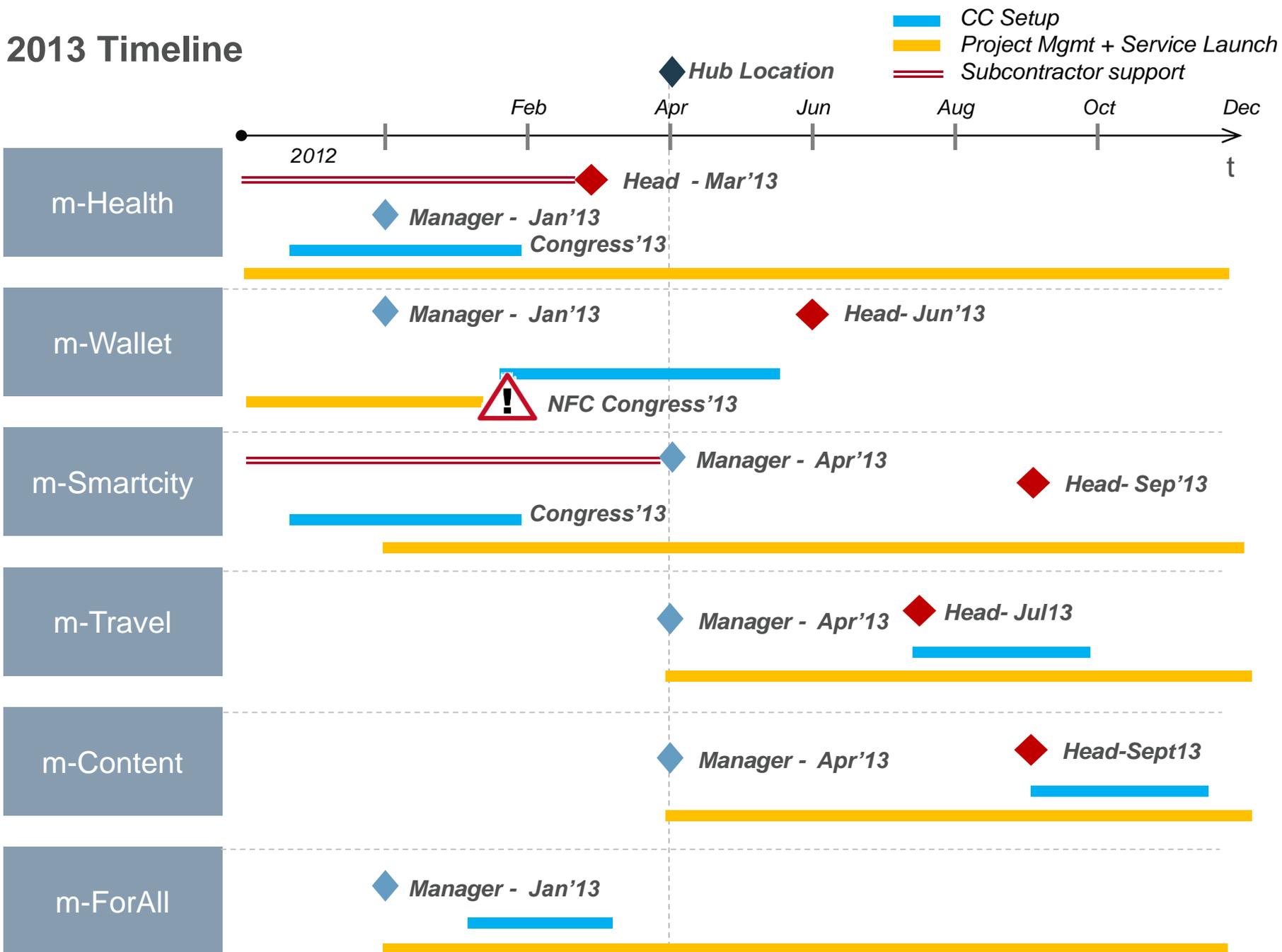
Modelo de *affiliation*

Como continuación de la acción desarrollada en el 2012, durante el primer semestre del 2013 la prioridad del modelo de Hub es explicar el modelo a las diferentes compañías e introducir el concepto de *affiliate fee*, dejando su aplicación real para el segundo semestre del 2013 cuando el edificio Hub sea una realidad y estén disponibles los primeros servicios del portfolio.

En este sentido, el primer semestre 2013 servirá para continuar generando interés a los potenciales partners y hacerles partícipes de las primeras dinámicas de trabajo en los CC, con el objetivo de conseguir una primer nivel de masa crítica de contenido y actividad real.

La puesta en marcha del modelo de Affiliate (actualmente en definición) prevé la formalización de 4-6 acuerdos, especialmente de partners tecnológicos transversales (operadores e integradores) a partir del segundo semestre.

2013 Timeline



An aerial photograph of Barcelona, Spain, showing the city's dense urban landscape, the Mediterranean Sea, and the sky. The image is used as a background for the document.

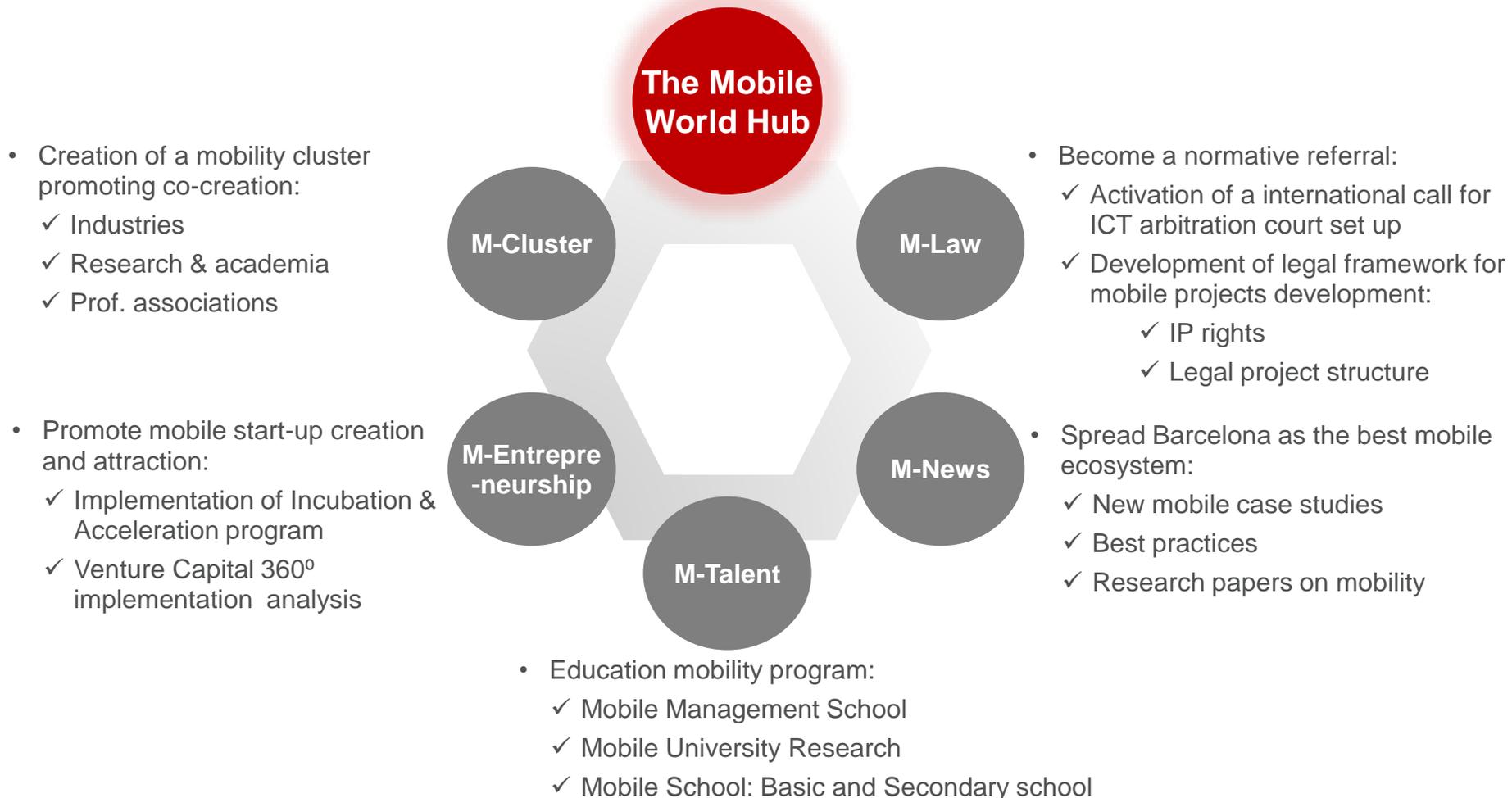
Plan de Acción 2013

CAPABILITIES

Jueves, 13 Dic 2013

What are the main activities planned for Capabilities in 2013?

In 2013, it is planned to activate all Capabilities in coordination with Competence Centers set up, with the following main actions:



The Mobile World Hub: the cornerstone that aggregates all the capabilities to develop the Mobility Plan

Workstreams

Workstreams

Objectives of the workstream

Deliverables

Partners

Workstreams	Objectives of the workstream	Deliverables	Partners
Mission	<ul style="list-style-type: none"> Define the integrated mission and vision of the Mobile World Capital. Establish the short, mid and long-term strategic goals 	<ul style="list-style-type: none"> Short, mid and long-term goals 	All
1 Framework & Infrastructures	<ul style="list-style-type: none"> Define the strategy, elements and mechanisms to establish the adequate ecosystem for an economic development based on the mobility sector 	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Acción to develop the ecosystem 	MINTUR DGTSI IMI
2 Driving Initiatives	<ul style="list-style-type: none"> Define the selected top-5 programs of initiatives that will drive the industry competitiveness, attract investment, make the model evolve and engage agent 	<ul style="list-style-type: none"> Program Initiative card (x5) 	MINTUR DGTSI ACCIO Promo. Econ
3 Clusters, SMEs and start-ups	<ul style="list-style-type: none"> Creation of a mobile technology-oriented cluster-capability portfolio Definition of the cluster creation methodology around mobility, and tools for their implementation and operations 	<ul style="list-style-type: none"> Power Map Cluster creation methodology and tools 	MINTUR DGTSI ACCIO
4 Operating Model	<ul style="list-style-type: none"> Establish the role of the Mobile World Capital – portfolio of services Define the functions and needed capabilities Establish the relationship model with stakeholders (4Ps) 	<ul style="list-style-type: none"> Governance model High-level relationship and capability model Organization 	MWC

Workstream: Levels of work

For an integral project alignment to the global legacy strategy, three different perspectives need to be considered

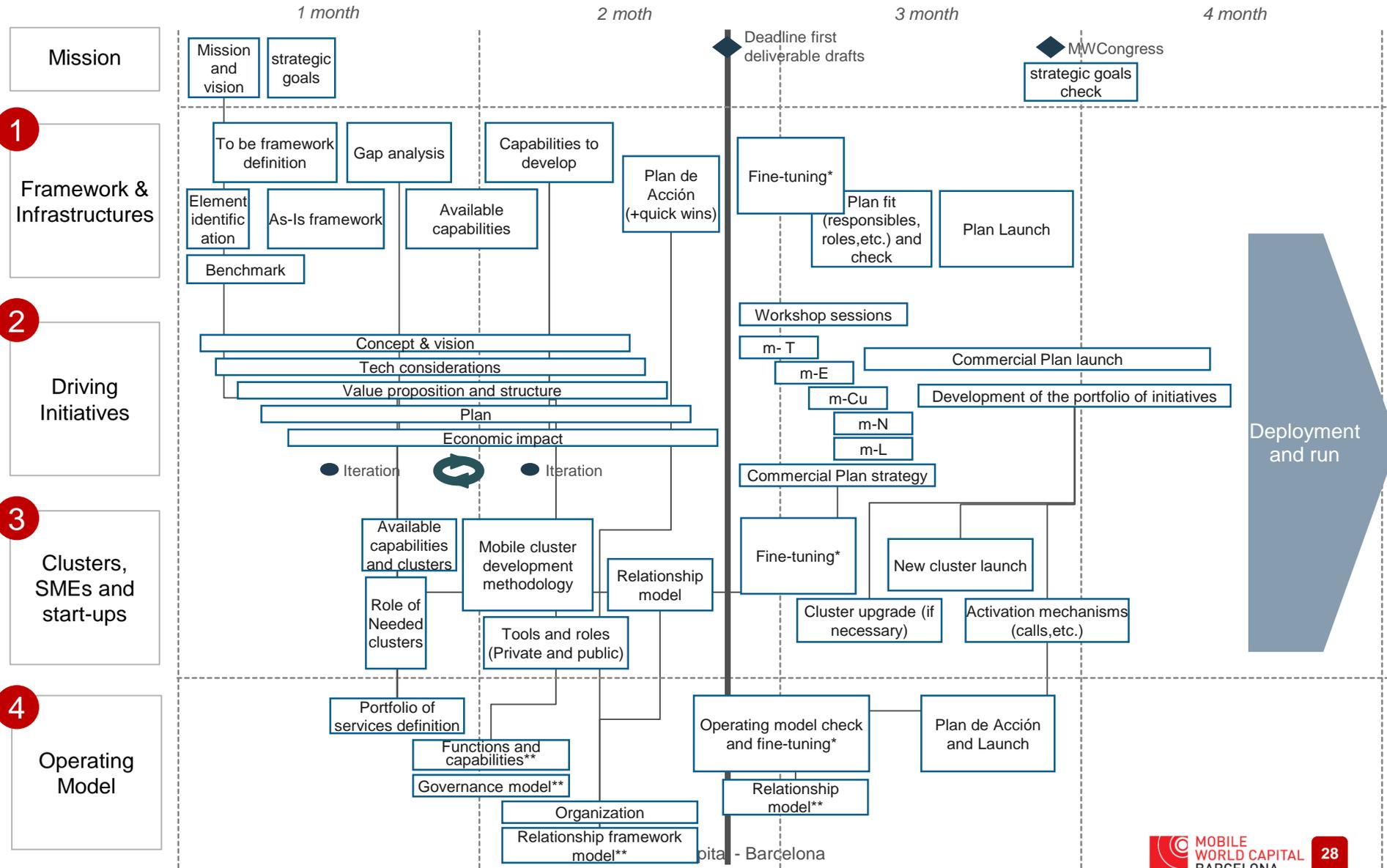
<u>Level</u>	<u>Owner</u>	<u>Field</u>	<u>Indicators*</u>
Strategic level	MWC management team	<ul style="list-style-type: none"> • Mobile Strategy Agenda • Partnership • Global Budget 	<ul style="list-style-type: none"> • Initiative interest • Initiative awareness • Global Budgets follow-up • Number of partners • Commitment
Initiative level	Capabilities Leads	<ul style="list-style-type: none"> • m-Talent • m-Enterprenurship • m-News • m- Law • m-Cluster 	<p>Per initiative:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Number of ongoing projects • Number of projects in pipeline • Value contribution (↑) • Level of complexity (↓) • Initiative Budget follow-up • Number of sponsors • Level of initiative deployment (↑)
Project level	Project Mngt. Committee	<ul style="list-style-type: none"> • Projects 	<p>Per project:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Value contribution (↑) • Level of complexity (↓) • Budget follow-up • Level of deployment (↑) • Time-to market



*Note: Only project level indicators considered, not whole Legacy strategic and operational performance indicators

Mobile World Capital – Barcelona

WorkPlan (first 4 months)



*Fine tuning task is possible through stakeholder contrasting sessions ** include Living Lab, other mobile-oriented solutions and corporate shared-services *** in coordination with the corresponding pillar

An aerial photograph of Barcelona, Spain, showing the city's dense urban landscape, the Mediterranean Sea, and the sky. The image is used as a background for the title slide.

Plan de Acción 2013

MARKETING & COMUNICACIÓN

Jueves, 13 Dic 2013

Marketing & Comunicación

Marketing

El **objetivo** es acelerar la adopción de las soluciones basadas en tecnología móvil

El **reto** es capitalizar la buena imagen existente en el entorno profesional que tiene el congreso, y ser capaces de integrarlo en otra, orientada a profesionales de otras sectores y valida también para los consumidores

El **enfoque** es construir este paraguas conceptual durante 2013, al tiempo que dotamos de personalidad (integrada bajo el paraguas) a cada uno de los pilares y proyectos clave dentro de los mismos, bajo el paraguas de ‘la capital’

Comunicación

El **objetivo** es activar los canales de comunicación que nos conectaran al mundo, empezando por aquellos que creemos y esponsoricemos

El **reto** es coordinar todas las actividades, los flujos de comunicación por canal, audiencia, necesidades industriales y consumidores, maximizando el impacto

El **enfoque** es construir al menos los canales en Español/Catalán e Ingles

Marketing & Comunicación

Marketing

Definición estratégica de la marca/imagen de la Mobile World Capital Barcelona

Creación de marca para los pilares, con especial atención en aquellos orientados a consumidores (Centro y Festivales)

Creación y lanzamiento de campañas para cada evento

- Inauguración del centro y plan de actividades (hasta Jun 2013)

- Inauguración de cada Festival (Sonar, otros)

- Inauguración del Hub celebración de hitos importantes para los proyectos 'faro' al menos

- Definición y ejecución de los mensajes de 'la capital' durante el congreso

Comunicación

Externalización del gabinete de prensa y agencia de RRPP

- Establecimiento de relaciones con los medios, digitales/tradicionales

- Acuerdos con Medios para conseguir mayor y presencia constante

 - (FT group, Prisa, Others...)

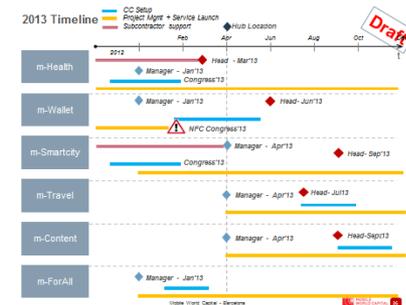
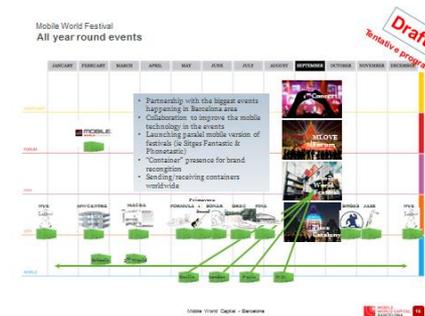
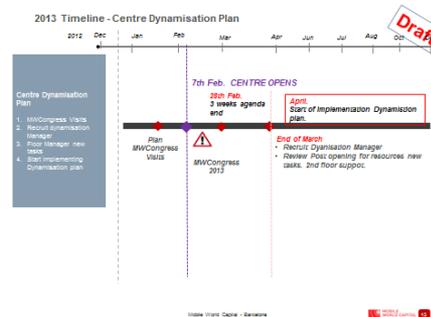
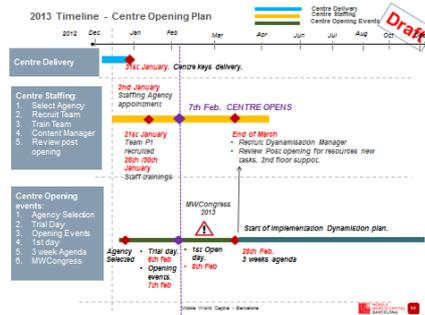
Mobile World Capital – Barcelona

Marketing & Comunicación

Cronogramas relacionados

Todas las iniciativas y campañas serán comunicadas

- Pilares
- Centros
- Proyectos 'faro'



Gracias por su atención

