

Viktiga aspekter och reflektioner inför fortsatt dialog om bästa form av samarbete i första hand gemensamt bolag för ePaywall och MediaLinq

Följande är skriftliga kommentarer kring de ämnen som diskuterades vid vårt möte 9 nov för att kunna finnas med vid ert möte i advisory board.

Er värdering av MediaLinq verkar främst baseras på att det kompletterar EP med donationer. Ta del av nedanstående så går det att se många fler fördelar och därmed ett högre värde baserat på en djupare analys.

Vår bedömning är att det finns många skäl att rusta sig för en mer komplex marknad och att den som vill nå en stark marknadsposition behöver många knivar i sin verktygslåda. Det är så vi hoppas att ni kan bedöma förutsättningarna för ett ärligt och långsiktigt samarbete.

Som framgår tydligt nedan så har ML en komplett variation av tillämpningar för i första hand media med möjlighet att dessutom fånga upp mikrobetalningar. Det verkar som att ML blir ensamma om att tillämpa den tekniken om EP avstår baserat på att tekniken i systemet för kundregistrering inte klarar kraven från FI. Ett Mikro/mediakonto kan ge konkurrensfördelar för de kunder/media som har tjänster/produkter till lägre belopp i sitt sortiment. Alla artiklar kan inte vara värda belopp i storleksordningen 29 kr. Att ta emot pengar kostar ofta ca 2,50 kr per transaktion jämfört med ca 50 öre för tex ett produktvärde på 5 kr med ML.

Utgångsläge

- ePaywall börjar få ordning på sin verksamhet legalt och har ett flertal personer "on hold" för att arbeta i företaget
- Värderingen av företaget är beroende av att försäljning av artiklar kommer att bli en framgång som kan överföras till en värdering av verksamhetsinriktningen och företaget
- Det har förberetts och med nästan klar order för skarp test med försäljning av enskilda artiklar, dock utan mediakonto. Direktbetalning till kund med kickback i %
- Mediakonto bedöms som legalt riskfyllt med hänvisning till bla bakslaget för Trustly.

Marknads- och konkurrenssituation – nya förutsättningar

- Sesamys har kontrakterat både Kvartal och Breakit för att kunna sälja deras artiklar som komplement till betalvägg. Detta är redan i gång sedan en kortare tid.

- De båda kunderna har valt att låta Sesamys sälja artiklarna från deras egna servrar och med betalteknik som redan finns för deras existerande sortiment. Priserna verkar höga, 29 kr för det som har hittats hittills.
- Bulletin har tackat nej till MediaLinq för sin försäljning av artiklar och meddelat att de låter sina egna programmerare göra denna anpassning
- **Sammanfattning:** Dammluckorna har redan öppnats. Det kommer att bli en väsentligt ökad konkurrens än vi bedömde i somras. Vi får hjälp med etablering av en ny bransch men är inte enbart tacksamma för det. Tidsfaktorn spelar roll, som vanligt. Mer detaljer om Sesamys visas i separat bilaga.

Mikrobetalningar dvs 1-99 kr som smart och enkel teknik. Bra eller dåligt?

Mikro/Mediakonto

Det bedöms vara ett visst hinder att tvingas betala in en klumpsumma till ett nytt konto. Så är det naturligtvis. Samtidigt är det enda sättet att göra det enkelt för användarna och lönsamt för media att ta emot betalningar som är små. Erfarenheten visar att när vi introducerade 1 kr+ så blev det även 5, 20 och 75 kr av de första 6 betalningarna

De som är försiktiga med betalkort kan se det som fördel att ha ett begränsat belopp reserverat utan risk och ha hela fördelen av snabba betalningar.

Vår sammanfattande utredning om varför ML uppfyller kraven för att använda ett mediakonto finns på denna [länk](#) men även [här](#) inför företagets start då utredning gjordes

Slutsats 1:

Vi har bedömt att vi uppfyller FIs krav på att veta vem våra kunder är. I kombination med att inbetalningar endast är 100-300 kr per tillfälle och den beräknade omsättningen är inom gränsvärdet 1 milj euro så planerar vi fortsätta med mikrobetalningar som viktig feature

Slutsats 2

Mikro/mediakonto blir en konkurrensfördel när det går att kontraktera fler mottagare i samma marknadssegment. Läsekreterna är då överlappande och de har då fördelen av att redan vara registrerade hos ML och därmed även förenklat få tillgång till många andra media i samma marknadssegment.

Lägsta möjliga kostnad för support och anpassningsprogrammering

- Enklast möjliga installation. Utan betalvägg behövs endast "klistra in" betalknapp
- Enklast möjliga versionshantering. Webbprogram gör att alla betalknappar uppdateras samtidigt.
- Minimerat krav på underhållsprogrammering – främst för att anpassa till kunds erbjudande och design

- Enklast möjliga metod för integration mot kundernas betalsystem som endast kräver en sk call-back URL vilken normalt inte behöver justeras vid nya versioner. ML bekräftar att betalning har skett för artikeln så den kan öppnas för läsning

MediaLinq har nu bredast möjliga repertoar för mikrobetalningar

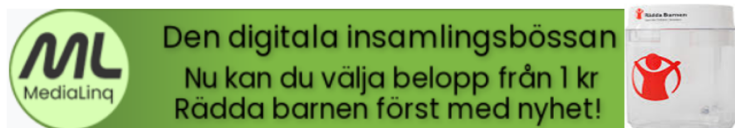
I nedanstående sammandrag visas att ML har programversioner för samtliga tillämpningar som är relevanta för betalningar till media för delar av sitt innehåll men inkluderar (valfritt) även prenumeration för att om möjligt inte tappa kunder varje gång en tillfällig köpare vill uppgradera till prenumeration. En mer komplett presentation av MediaLinqs omfattande prestanda finns på denna [länk](#)

Vi har fyllt i vad som ingår i MLs sortiment och EP kan tillämpa samma tabell för sina prestanda. Support och programmeringsbehov kommenteras även separat.

	Donationer		Betalningar utan tidigare betalvägg			Betalningar med existerande betalvägg		
	Engångs	Månadsförnyelse	Engångs separat art	Prenumeration	Prenumerationssystem - adm	Engångs separat artikel	Prenumeration	
Installation	Kund	Kund	Kund	Kund	Med Excel	Call back URL		
	(kopiera och klistra)	(kopiera och klistra)	(kopiera och klistra)	(kopiera och klistra)	All info finns i transaktionslistorna (csv)	Kunds programansvar gör begärd kod för att öppna artikel när betalning bekräftats av ML		
Support behov	Inget hittills		Samma teknik - inget förväntat behov			Lågt förväntat behov då enkla funktioner		
Nya Programversioner	Webprogram - alla nya funktioner blir tillgängliga omedelbart hos alla kunder dvs inga förändringar hos kundernas programvaror eller hårdvara. Dvs låga kostnader för underhåll							

Variationer i hur betalknappen visas är stor

För ML var det från start viktigt att ha en flexibel utformning av betalknappen. Det har varit extra viktigt när det gäller donationer där budskapet har stor betydelse. Priser ska kunna ändras osv. Ex nedan



Prisdifferentiering – ett starkt vapen när kundkretsarna är differentierade.

Våra två olika lösningar erbjuder goda möjligheter till prisdifferentiering. En del av denna kan ske på rent tekniska grunder dvs ML är mer lämpad och enklare att arbeta med när en webbprogramvara kräver minsta möjliga underhåll och kan installeras av kunden själv.

- ePaywall har funktioner som motiverar ett högre pris med tex färdig plug-in. Även tillägg med tex Reach.
- Ett annat skäl är rent kommersiellt när konkurrensen och förutsättningarna varierar

Varumärke

Vårt företag valde MediaLinq för att det är internationellt och låser sig inte för om det är betalningar eller frivilliga betalningar som tex donationer. Tekniken för mikrobetalningar kommer säkert att utvecklas och får det ett genombrott så kommer det att kunna användas i många sammanhang dvs inkl stöd, röstning, gaming osv.