

Fredagsintervjun, 19 februari 2016:

Johanna Berlinde, chef för TV & Media på TeliaSonera

Hon har varit chef för TV & Entertainment sedan 2012. Nu har Johanna Berlinde tillträtt som ny chef för TV & Media på TeliaSonera.

Global Services and Operations är en ny enhet på TeliaSonera. Här fokuserar man på att den tekniska utvecklingen och den kommersiella delen av verksamheten ska gå hand i hand. Det gäller även för TV-affären.

– Jag var tidigare ansvarig för den kommersiella delen av vår TV-affär. I min nya roll har jag ansvar för såväl den kommersiella delen som den tekniska enheten, där vi arbetar med utveckling av nya appar, funktioner, design - samt operations av våra TV-produkter på global nivå. TV-marknaden blir ju mer och mer global med globala aktörer och innehållsleverantörer. Att ytterligare stärka den globala TV-organisationen är ett naturligt steg.

Enligt Johanna Berlinde satsar TeliaSonera nu främst på att vara snabbare och flexiblare med att få ut nya tjänster, funktioner och innehåll till sina kunder. Och använder kundinsikter och marknadsbehov inte bara för att styra affären utan för all utveckling.

Men helhetsansvaret är, hur stort det än känns, något som Johanna ser fram emot.

– Generellt är ju hela TV- och mediemarknaden i förändring, med nya aktörer och nya beteenden. Vi måste vara snabba med att anpassa oss till förändringar på marknaden, samt att fortsätta att erbjuda våra kunder en fantastisk kundupplevelse, både i form av relevant innehåll och tillgänglighet.

Johanna Berlinde säger att man är grymt stolta över att vara den snabbast växande TV-operatören med marknadens nöjdaste kunder. 2014-2015 lanserade man en OTT tjänst på samtliga marknader, en tjänst som möjliggör för kunderna att ta del av erbjudanden oavsett på vilken enhet de vill titta eller var de befinner sig.

– Att ta en ledande position inom OTT-marknaden är en utmaning där konkurrensen även kommer från nya, starka, globala spelare. Förändringarna i värdekedjan har också gjort att content-rättigheterna blir mer och mer frag-



Johanna Berlinde, chef för TV & Media på TeliaSonera.

menterade, vilket gör det svårt att förklara för kunderna på ett begripligt sätt varför ett visst innehåll är tillgängligt på ett ställe och inte ett annat. Jag tycker det är oroväckande när innehållsleverantörerna agerar så att kunderna hamnar i kläm genom att exkludera innehåll eller tvinga på innehåll som påverkar kundernas TV-upplevelse.

Du vann Womentor-priset i höstas - vad innebar det för dig och hur har du jobbat för jämställdhet?

– Jag blev självklart glad och stolt. Det har bara uppstått naturligt när jag sett vilka goda resultat jämställdhet ger. Även personligen är det givande när jag lyckats coacha och peppa någon att våga, eller när jag satsat på någon som jag trodde på och det blivit bra. För mig innebar Womentor-priset inspiration till att jobba ännu mer med dessa frågor efter all positiv feedback jag fått. Det blev ännu tydligare för mig hur viktigt detta är.

Att jobba på ett företag som är genuint intresserat av dessa frågor och aktivt arbetar med dem anser hon också inspirerande. Telia är involverad i Women in Tech, Womentor, Klara K och Tekniksprånget. Det finns dessutom flera kvinnliga förebilder i tunga positioner i företaget.

– Vi brukar prata om att det finns ett VAD man gör och ett HUR man gör. Om man har ett bra HUR så kan man lära sig VAD. Dels har jag vågat lyfta upp tjejer till chefspositioner innan de själva vågat tänka tanken genom att coacha dem och visa på att de inte kommer vara ensamma. Jag kommer finnas där för att hjälpa till. Många gånger har jag faktiskt märkt att bara att jag är rekryterande chef och kvinna i en mansdominerad bransch har gjort att kvinnor vågat söka. Jag är också mentor åt flera kvinnor, vilket sedan sprider sig till andra som söker sig hit.

Har du några tips för att hålla i passionen i arbetet?

– Välj en arbetsplats vars värderingar du känner att du delar och vars produkter du är stolt över att arbeta med. Om möjligt välj en chef som ger dig förtroende och mycket utrymme att utvecklas. Att hela tiden ha nya utmaningar att ta mig an har också varit nyckeln för att jag fortsätter att brinna för det jag gör, samt att ha medarbetare och kollegor runt dig som delar din passion.

Vad är viktigt kommande år för att konkurrera på TV-marknaden?

– Jag tror att antingen följer man efter vad som händer eller så är man den som driver förändringen. Vi ämnar fortsätta att vara de som är med och driver förändringar.

Hur gör ni det?

– Det handlar bland annat om att ligga steget före och förstå hur kunderna använder och kommer att vilja använda och köpa TV- och medietjänster. Att driva nya affärsmodeller och samarbeten. Och att säkra ett fortsatt brett och relevant innehåll för olika typer av tittande och att kunna presentera det för kunderna på ett enkelt sätt så att hela användarupplevelsen blir bra.

Hur ser en vanlig dag ut för dig?

– Jag försöker alltid vara tillgänglig för mina medarbetare någon stund på dagen för spontana diskussioner och avstämningar. Sen är det naturligtvis en del möten både med interna kollegor och med externa partners som innehålls- och teknikleverantörer, både i Sverige eller på någon av våra andra marknader. En vanlig dag består av en mix av kommersiella och tekniska, kortsiktiga och strategiska frågor. Det är det som gör mitt jobb så otroligt roligt.

Och avslutningsvis: tre film- eller serie-tips...

– Vi har HBO i vårt erbjudande och där finns två serier som jag är fast i och rekommenderar. Billions - gillar de rappa replikerna och tempot, samt The Affair - som är spännande. Sedan vill jag tipsa om senaste James Bond-filmen Spectre som kommer i vår filmbutik den 22 februari. Har sett den på bio men kommer garanterat att se den igen.