



# **Стратегическая роль оператора в развитии и контроле контентного рынка**

**Ноябрь, 2006**



# СОДЕРЖАНИЕ

---

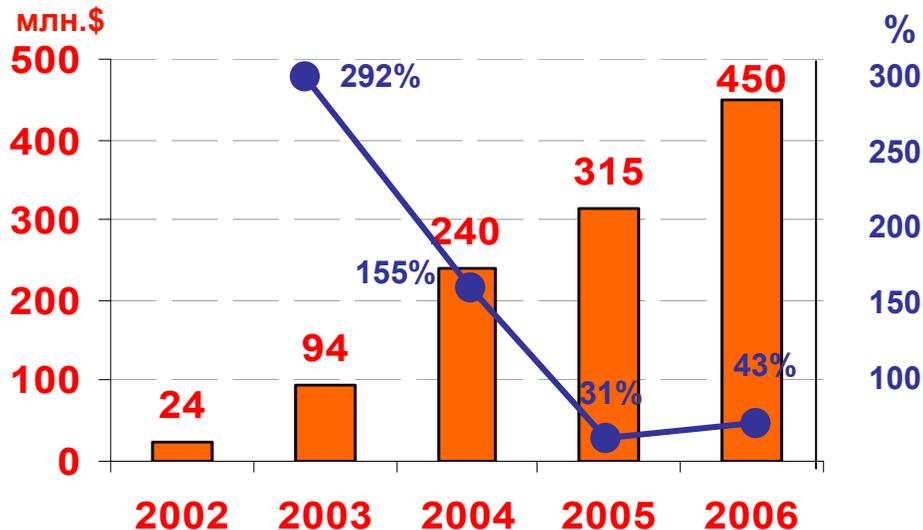
- 1. РЫНОК КОНТЕНТНЫХ УСЛУГ РОССИИ 2005-06гг.**
- 2. ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ РОСТА КОНТЕНТНЫХ УСЛУГ**
- 3. СТРАТЕГИЯ ОПЕРАТОРА В 2006-07гг.**
- 4. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ**
- 5. АССОРТИМЕНТ И НАЦЕЛЕННОСТЬ**
- 6. CONTENT MANAGEMENT**
- 7. ПЕРЕДЕЛ РЫНКА? НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ВСЕХ!**



МТС

# РЫНОК КОНТЕНТНЫХ УСЛУГ РОССИИ 2005-06гг.

Доходы от контента в 2002-2006 гг. и темпы роста рынка



## ФАКТ:

- Темп роста рынка контентных услуг в 2005 году резко замедлился
- В 2006г. Рынок стабилизировался и продолжил свой рост, но меньшими темпами чем в 2002-04гг.

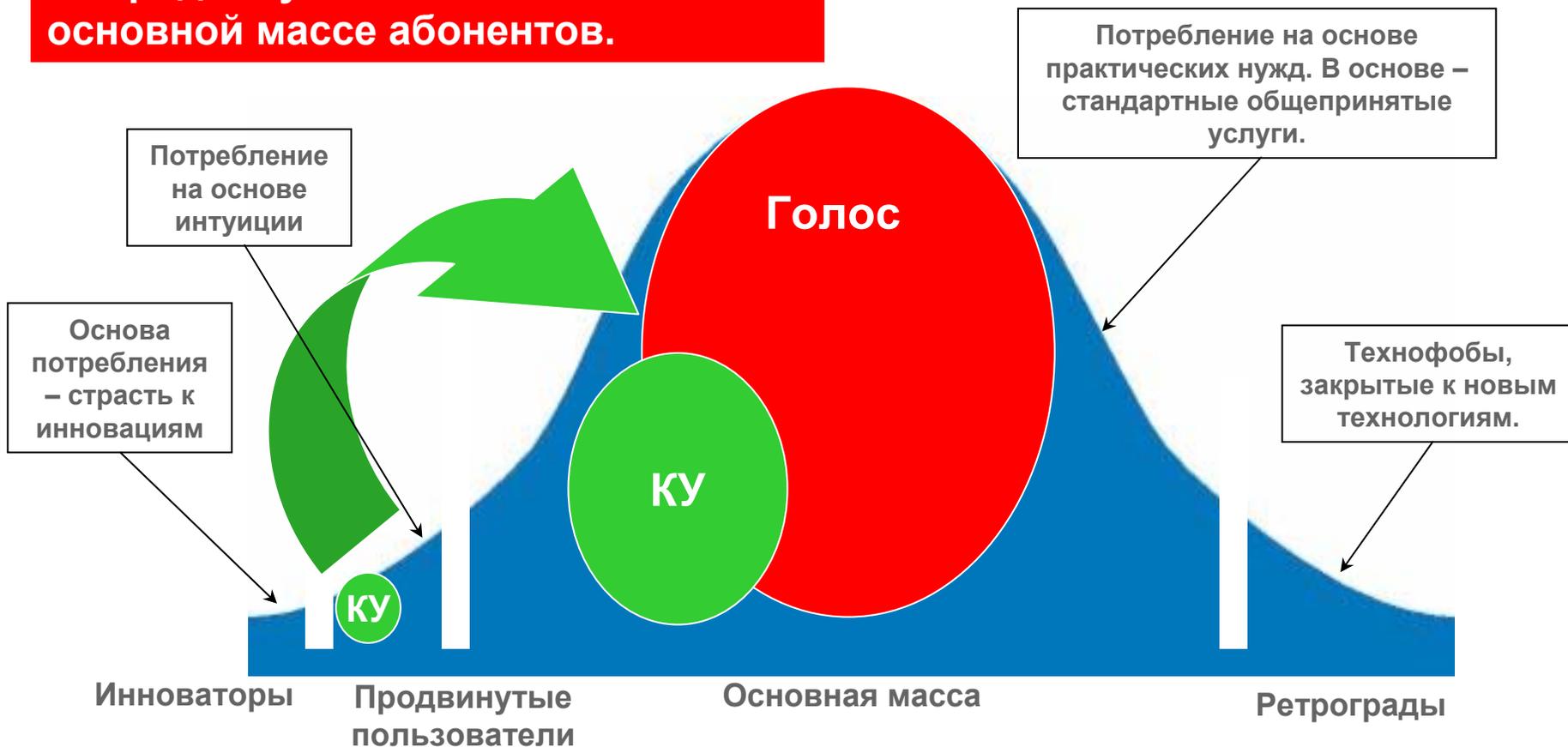
## УРОКИ:

- Больше контента не значит – лучше. Сложившийся формат продажи контентных услуг без участия оператора привел рынок к серьезным проблемам качества и ассортимента предложения
- Пользователей необходимо обучать, разрабатывать максимально простые и удобные интерфейсы для пользования услугами, упрощать настройки.
- Необходимо расширение базы пользователей за счёт направленного продвижения контента на целевые группы абонентов



# ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ РОСТА КОНТЕНТНЫХ УСЛУГ (КУ)

Основной потенциал роста лежит в переходе профиля пользования КУ от продвинутых пользователей к основной массе абонентов.

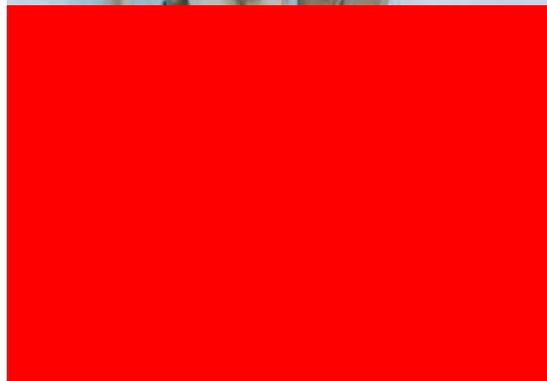




## **СТРАТЕГИЯ ОПЕРАТОРА В 2006-07гг.**

---

- **Повышение эффективности взаимодействия с высокодоходными партнёрами и улучшение контроля над реализацией контентной стратегии**
- **Запуск и развитие высокодоходных брендированных сервисов. Предложение абонентам МТС лучших контентных услуг в удобной форме через самые популярные каналы**
- **Стимулирование роста проникновения услуг. Устранение барьеров к пользованию услугами, формирование потребности и обучение абонентов**
- **Контроль качества услуг. Использование систем автоматизированного контроля и комплексных бизнес-процессов взаимодействия с внутренними и внешними участниками процесса**
- **Активное участие оператора в нацеленном продвижении контентных услуг и развитие взаимоотношений с правообладателями**
- **Развитие контентной стратегии на всей территории МТС (РФ + ближнее зарубежье) – внедрение best practices и взаимное обогащение опытом развития контентных услуг. Стимулирование и содействие выходу на рынки ближнего зарубежья наших лучших партнёров, анализ и применение опыта работы зарубежных дочерних компаний на рынках с различным уровнем технологического развития и различной законодательной базой**



## ■ ЦЕЛИ

- Повышение удовлетворённости и лояльности потребителей
- Рост повторных продаж
- Стимулирование потребления легального контента

## ■ СРЕДСТВА

- Регламентация качества
- Автоматизированный выборочный контроль
- Стимулирование лучших провайдеров, система штрафов за нарушение SLA

## ■ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С КП

- Разработка и внедрение SLA
- Требования к качеству контента как основной критерий выбора партнёров для брендированных порталов

## ВМЕСТО МАССЫ ОДНОТИПНЫХ УСЛУГ – ПРЕДЛОЖИТЬ ЛУЧШЕЕ

- WAP.MTS.RU – МОДЕЛЬ КОНТЕНТНОГО ПОРТАЛА
  - Конкурс среди TOP 15 провайдеров - отобраны 7 агрегаторов на разные разделы портала
  - Критерии – опыт развития отдельных видов контента, экспертиза в разработке WAP порталов
  - Разработаны и поддерживаются провайдерами субпорталы в соответствии с требованиями к оформлению и содержанию, разработанными МТС.
  - Тарификация осуществляется premium MT SMS – для абонента аналог WAP-click
  - Среднемесячный рост продаж после запуска нового портала – более 40%
- ОТБОР ЛУЧШИХ КП – КОНКУРСЫ ПРОВОДИМЫЕ МТС
  - Для всех услуг, запускаемых и продвигаемых с участием МТС, обязательна конкурсная процедура отбора партнёров. Приглашения к конкурсам как правило высылаются TOP 35 партнёрам МТС



The screenshot shows the mobile portal interface for MTS. At the top, there is a red header with the MTS logo and a white egg icon. Below the header, there is a red banner with a photo of a band and the text "Эксклюзивные треки Банд'ерос >>". Underneath, there is a grey bar with the word "ЛУЧШИЕ" in white. The main content area is white and features several promotional blocks. The first block is titled "КИНО-КЛУБ" in red and includes a "007" logo, the text "Все герои кино в твоём мобильном! >>", and two bullet points: "→ Меченосец" and "→ Выиграй VIP-билет на премьеру 'Агент 007: Казино Рояль'". The second block is titled "ЖИВОЙ ЗВУК" in red and includes a photo of Juanes, the text "Juanes - A Dios Le Pido >>", and a bullet point: "→ Купи мелодию - вторую в подарок!". The third block is titled "ИГРЫ" in red and includes a "CIVILIZATION III" logo, the text "Цивилизация 3 - лучшая стратегическая игра всех времен и народов! >>".



## АССОРТИМЕНТ И НАЦЕЛЕННОСТЬ 2/2

### ПРЕДЛАГАТЬ УНИКАЛЬНЫЕ УСЛУГИ

- GOOD'OK с охватом на всю страну, с каталогом более 3000 лучших песен, контентный USSD портал



### ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ КОНТЕНТ И ОТНОШЕНИЯ С ПРАВООБЛАДАТЕЛЯМИ

- МТС начинает играть самостоятельную роль на рынке прав на мобильный контент. Наши цели – эксклюзивность, комплексность предложения (предлагается пак контента, розыгрыши билетов и пр.)
  - Сезон Охоты, Casino Royale – новая серия о Джеймсе Бонде, Волкодав...

### ПРЕДЛАГАТЬ КОНТЕНТ ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

- МТС внедряет широкое использование как результатов собственных CRM наработок, так и опыта КП для повышения эффективности механизмов upsale и cross-sale
- При запуске новых контентных услуг необходимо четкое понимание аудитории этой услуги, особенностей ценообразования и продвижения для данной аудитории
- Проводится отбор нишевых услуг для таргетированного продвижения





# CONTENT MANAGEMENT

---

**ПРИОРИТЕТЫ ОПЕРАТОРА ПРИ ВНЕДРЕНИИ МЕХАНИЗМОВ И ТЕХНОЛОГИЙ CONTENT MANAGEMENT ТРЕБУЮТ ВНИМАТЕЛЬНОЙ БАЛАНСИРОВКИ**

- контроль качества и ассортимента, получение и использование user information
- сохранение открытости и конкурентности рынка

**МИРОВОЙ ОПЫТ ЗНАЕТ ДВА ПОЛЯРНЫХ ВАРИАНТА УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТНЫМ РЫНКОМ, В КОТОРЫХ НАИЛУЧШИМ ОБРАЗОМ РЕАЛИЗОВАН ОДИН ИЗ ПРИОРИТЕТОВ:**

- **WALLED GARDEN С ОДНИМ АГРЕГАТОРОМ**
  - + полный контроль над ассортиментом и качеством
  - + полная информация о пользователях и их предпочтениях
  - недостаточное количество инновационных услуг
  - низкая активность бизнеса в силу отсутствия конкуренции
- **ОТКРЫТЫЙ «РЫНОК КОНТЕНТ ПРОВАЙДЕРОВ» ПО ОБРАЗЦУ РОССИИ 2005**
  - + большое количество услуг
  - + высокий уровень конкурентности и открытости рынка
  - низкое общее качество
  - избыточность предложения однотипных услуг
  - оператор практически не знает, какие услуги предлагаются его абонентам и какие услуги пользуются популярностью, ограниченные возможности по развитию рынка оператором
  - беспорядочное продвижение



## **ПЕРЕДЕЛ РЫНКА? НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ВСЕХ!**

---

- **Стратегическая роль оператора в поддержании здоровой конкуренции между контент-провайдерами и прозрачности построения контентного рынка**
  - **задание правил игры в том что касается качества и ассортимента сервисов, оказываемых нашим абонентам**
- **Мы создаём систему брендированных операторских продуктов/порталов с максимально полным спектром мобильных контентных услуг:**
  - **абоненты получают гарантированное качество и лучший ассортимент сервисов**
  - **контент провайдеры получают отличную площадку для предложения своих лучших сервисов напрямую абонентам МТС с участием оператора в продвижении**
  - **правообладатели получают возможность лучше контролировать соблюдение авторских прав и успешнее реализовывать свои права на мобильный контент при запуске популярных проектов**
- **Мы сотрудничаем со всеми участниками рынка для достижения общих целей**