

Как выживать и развиваться?

(По материалам V конференции партнеров «НТВ Плюс»)

В конце мая российский оператор непосредственного спутникового телевидения «НТВ Плюс» на одном из курортов Анталии провел конференцию партнеров. На конференции обсуждалось немало различных вопросов, но, в общем и целом, все обсуждения сводились к одному: как выжить в жесточайшей конкурентной борьбе, что царит на российском рынке платного телевидения? Этот вопрос волновал и самого оператора, и партнеров.



Итак, по словам Алексея Журавлева, компания находится в сложном положении, и чем дальше, тем более сложным оно становится. Рынок становится все более плотным, его потенциал оценивается в 6 млн домохозяйств. На этом «пироге» и сосредоточится вся маркетинговая активность операторов платного ТВ. Получить свой кусок от этих 6 миллионов будет крайне сложно.

Сейчас, с одной стороны, абонентская база «НТВ Плюс» стабилизировалась на 590 тысячах абонентов. Но это не статичное состояние, просто приток абонентов примерно равен оттоку. И такая ситуация сохраняется уже около трех лет. Что касается второй важнейшей характеристики — ARPU, — то она росла до пикового значения 1025 рублей в январе 2010 года, затем, в связи с запуском пакета «Лайт», наблюдалось падение, потом, благодаря

другим акциям, она стабилизировалась. В распределении общего дохода от абонентской платы «НТВ Плюс» занимает отличную позицию, доля компании по этому показателю — больше 17%. Но если все сохранится без изменений, доля будет падать.

При этом, считает Алексей Журавлев, ситуация крайне осложнится при полном охвате страны вещанием цифровых эфирных мультиплексов. Ни один аналитик не может сказать достоверно, что станет с рынком, когда любому пользователю будет доступно около 30 бесплатных каналов. И сразу встает вопрос: а нужны ли другие каналы, ведь даже на платных платформах люди в основном смотрят федеральные каналы? Кстати, что интересно, переход эфирного вещания на цифру оценивается различными операторами по-разному. Например, Вячеслав Мордачев, генеральный директор украинского DTH-сервиса

«Лыбидь ТВ», считает наоборот: переход страны на цифровое вещание стимулирует людей подключаться к платному ТВ.

Для любой DTH-платформы существует не так уж много методов для улучшения своего положения на рынке и роста доходов: контентно-пакетные игры, ценовые войны с конкурентами и работа с партнерами. И, разумеется, реклама. Все эти три метода «НТВ Плюс» намеревается активно использовать в дальнейшей борьбе за выживание.

В 2009 году был дан старт программе «Коннект Плюс», в результате которой «НТВ Плюс» юридически оформила отношения с самыми верными партнерами. Тогда же впервые была проведена и конференция партнеров «НТВ Плюс». В прошлом году, на IV конференции, был сделан еще один жизненно необходимый шаг — было объявлено о создании региональных центров. Сегодня существует 29 региональных центров, из которых 28 находятся в европейской части России, и один — в Новосибирске. Любой региональный центр сочетает в себе функции компании-установщика, компании-дилера и пункта абонентского обслуживания, где производятся смена пакетов, смена карточки, консультации, покупка оборудования. V конференция тоже отметила некоторую веху в развитии отношений «НТВ Плюс» и партнеров — на нее были впервые приглашены партнеры из Восточного региона, то есть тех областей страны, которые лежат в зоне покрытия вещания, осуществляемого с точки 56° в.д. Что интересно, для многих партнеров оказались важными (при выборе приоритетной платформы, с которой идет

работа) не только бизнес-аспекты сотрудничества, но и некие косвенные признаки. Например, несколько партнеров считают важным аспектом хорошее и честное к ним отношение со стороны «НТВ Плюс», что, по их словам, не всегда характеризует сотрудничество с другими операторами.

Исследования «НТВ Плюс» однозначно говорят, что основным параметром выбора остается размер абонентской платы и цена входного билета. Именно в этом направлении нужно работать оператору. Сегодня основной акцент: «Качественное ТВ за разумные деньги». Платформе необходимо бороться со стереотипом: «НТВ Плюс» — дорогое ТВ». Цена, повторимся, первична в выборе. Но при этом спутник сейчас так или иначе ассоциируется с качественным ТВ, он создал себе хорошую репутацию, и надо ее сохранить. Интернет пока оценивается как нестабильная технология. Таким образом, пока ситуация складывается в пользу спутника. До сих пор серьезное влияние на выбор оказывает общее количество каналов. Для большинства потенциальных абонентов работает магия сочетания «много каналов за мало рублей». И, как бы это ни казалось нелогично (например, среди большого количества каналов может оказаться несколько телемагазинов), оператор должен это учитывать. Как ни странно, но контентный критерий оказывает слабое влияние — наличие того или иного интересующего контента играет роль только для 40% потенциальных пользователей.

До сих пор влияет имидж марок. Сегодня, как считает Алексей Журавлев, своим сформированным и устоявшимся имиджем обладают только две компании — «Триколор» и «НТВ Плюс». Имидж остальных не сформирован, поэтому ответы респондентов на эту тему сильно разбросаны. Но существующий имидж «НТВ Плюс» может помочь удержать текущих абонентов, но не поможет привлечь новых. Большинство сходится на том, что «НТВ Плюс» — элитный, солидный, дорогой, амбициозный сервис.

Высокая абонентская плата — основная причина отказа от оператора. 46% вообще не включают «НТВ Плюс» в предполагаемые варианты. Из тех, кто включает этого оператора в список вероятных покупок, все равно 46% склоняются к выбору другого оператора. Алексей Журавлев считает, что это настоящий кошмар, и с этим надо что-то делать. Партнеры-установщики с ним полностью согласны и даже более того, считают, что шаги по снижению цен надо было предпринимать несколько раньше.

Итак, необходимо менять цены на базовые пакеты и менять само пакетирование. Ориентируясь на самое востребованное



предложение основного конкурента, «НТВ Плюс» намерена предложить на рынке более 50 каналов по цене менее доллара в месяц. Как только появится техническая возможность — достаточно спутниковой емкости в точке 56° в.д., — пакетные предложения на западе и на востоке будут полностью унифицированы.

Самой востребованной схемой пакетирования была бы, разумеется, такая, при которой абонент имеет возможность выбирать отдельные каналы. Но внедрению этой схемы препятствуют две причины. Во-первых, зритель в основной массе не готов за возможность просмотра определенного канала платить выше при перерасчете цены пакета на один канал. Во-вторых, эта схема неосуществима по техническим причинам. Используемая версия Viaccess позволяет реализовать определенное число комбинаций, которого недостаточно, чтобы предоставлять зрителям отдельные каналы.

Схема разбивки на тематические пакеты менее привлекательна, чем разбивка на отдельные каналы, но гораздо более привлекательна существующей системы. Поэтому новая система пакетирования будет построена на тематических пакетах, подписка на которые будет доступна после приобретения пакета «Лайт».

Отдельного HD-пакета не будет, HD-каналы будут включены в состав тематических пакетов.

Предусмотрены системы скидок, например, при оплате за год или полгода весь набор каналов будет стоить кардинально дешевле.

Что касается «входного билета», то есть цены стартового комплекта, то она останется на прежнем уровне — 7 тысяч рублей. Эта цена считается вполне конкурентной. Также в довольно скором времени

«НТВ Плюс» планирует начать использование САМ-модулей. Модули сейчас имеют большой спрос, поскольку многие зрители не хотят загромождать лишней аппаратурой свой «телевизионный угол». Как известно редакции, сейчас, например, существует бизнес по переделке САМ-модулей украинских операторов на просмотр российских операторов. И эта услуга пользуется спросом. В данный момент завершается тестирование модулей «НТВ Плюс», и скоро они должны поступить в продажу. Для просмотра программ с его помощью потребуется слот CI+.

Планы оператора состоят прежде всего в том, чтобы остаться оператором с самым высоким показателем ARPU. Но при этом амбиции распространяются на два миллиона абонентов. И самым главным Алексей Журавлев считает, что «НТВ Плюс» надо дожить до того момента, когда решающую роль начнет оказывать не цена и количество каналов, а качество контента. При смещении конкуренции в эту область оператор получит массу преимуществ.

Есть еще факторы, которые могут серьезно (если не фатально) повлиять на дальнейшее развитие компании. В первую очередь это спутники. От них зависит все. И прежде всего — от «Экспресс-АТ1», запуск которого в точку 56° в.д. запланирован на конец года. Именно от него зависит дальнейшее развитие вещания из точки 56° в.д.

Конференция не была односторонним изложением своих позиции, планов и амбиций представителями «НТВ Плюс». Это был диалог между оператором и партнерами. В ходе работы от них поступило немало ценных предложений о совместном маркетинге и рекламе, о борьбе с пиратством, о решении многих других проблем. ■