



Екатерина Дерик

«Орион Экспресс»: итоги минувшего года и рассуждения о рынке

На вопросы редакции об итогах минувшего года и планах на будущее ответил Сергей Розов, коммерческий директор «Орион Экспресс», генеральный директор «Телекарты».

☞ Как увеличилась ваша абонентская база за прошедший год? Как этот рост соотносится с показателями прошлого года?

Сергей Розов: В 2013 году мы продолжили активно наращивать абонентскую базу. Если на начало года у нас было 1 млн 50 тыс. абонентов, то на конец года эта цифра вплотную приблизилась уже к 2 млн человек. Это соответствует нашей стратегии и сопоставимо с прошлогодними темпами развития — мы удваиваем свою абонентскую базу уже третий год. И в абсолютных цифрах этот год, конечно же, самый успешный за всю историю компании. Мы впервые стали известны буквально в каждом уголке страны — масштабная рекламная кампания с участием Леонида Якубовича была действительно заметна.

☞ Можно ли говорить о том, что новые абоненты отдают предпочтение высокой четкости?

С. Розов: Мы позиционируем себя как lowcost-оператора, и доля SD у нас была всегда большая по отношению к HD. Но в сентябре минувшего года мы предложили рынку специальную программу по цене на оборудование: «HD = SD = 2650 рублей». В итоге доля SD в количественном выражении у нас сохранилась, а продажи HD-оборудования выросли в четыре раза. Это было заметное событие на рынке: в третьем квартале мы подключили 250 тысяч абонентов и никто на рынке платного ТВ этот показатель не превзошел.

☞ Какие услуги/пакеты каналов в 2013 году в большей степени привлекали абонентов?

С. Розов: В 2013 году у нас значительно увеличилось число подключений на пакет «Безлимитный». И мы видим, что если в начале года большинство подключений было к «Телекарте SD», то в конце 2013-го уже

большинство было на стороне «Телекарты HD». Преимущество низкой стоимости входа перевесило все остальное.

☞ Как бы вы охарактеризовали рынок спутникового телевидения в России?

С. Розов: Я считаю, что российский рынок платного телевидения еще далек от насыщения. В большей степени это относится к эконом-сегменту, т.к. он способен конкурировать с цифровым эфирным телевидением. При одинаковой стоимости оборудования (приставок для эфирного ТВ и, к примеру, оборудования нашего проекта «Телекарта») спутник готов предложить намного больше каналов даже в бесплатном пакете. Абонентам спутника доступны разные часовые версии каналов, радиоканалы, а также каналы высокой четкости. Последних в эфирном телевидении в принципе нет и, вероятно, не будет.

Если говорить о премиум-сегменте, то здесь ситуация иная. Стоит учесть несколько моментов, связанных прежде всего с платежеспособностью населения и собственно необходимостью дорогих премиальных каналов. Любой контент, особенно западный и вдобавок в формате HD, стоит больших денег. И чудес здесь не бывает — за все платит абонент (либо напрямую, либо через стоимость оборудования).

☞ Какова ваша маркетинговая политика в этих условиях? Вы акцентируете внимание на привлечении новых клиентов или на сохранении старых?

С. Розов: Конечно же, мы акцентируем внимание на привлечении новых клиентов, т.к. считаем, что рынок не приблизился к своему насыщению. Но мы фиксируем многочисленные факты подключений к нам абонентов других операторов — мы агрессивно набираем базу за счет справед-

ливых, на наш взгляд, цен на оборудование и предлагаемый контент. По нашей статистике мы видим, что если абоненту других сетей необходимо подключить у себя в доме вторую комнату или кухню, то чаще всего он выбирает нас. Однако программ переманивания абонентов других операторов у нас нет. И мы такой инструмент использовать не планируем.

☞ Изменилась ли маркетинговая политика в связи с появлением дешевых предложений от других операторов?

С. Розов: Демпинг, на каком бы рынке он ни возник, дает краткосрочный результат. Но важно понимать, что демпинговый процесс не может быть долгим, т.к. работать себе в убыток могут позволить немногие. За короткое время резко нарастить «мускулы» за счет отрицательной рентабельности не получится.

Мы в этой игре участвовать не стали и продолжили заниматься реализацией своих стратегических планов.

☞ Предпринимаете ли вы какие-то шаги, чтобы удержать существующих абонентов?

С. Розов: Мы работаем с ними постоянно: для их удобства у нас работает бесплатный колл-центр с номером 8-800-, по которому звонки принимаются круглосуточно и операторы ответят любому абоненту, в какой бы точке России он ни находился.

Кроме того, программа поддержки абонентов включает в себя сервисное обслуживание, обновление программного обеспечения оборудования и его модернизацию. Мы постоянно проводим акцию по замене оборудования для существующих абонентов, а также предлагаем акционную замену SD на HD.

При этом особо хочу подчеркнуть, что пакет SD никуда не исчезнет, его транс-

ляции будут продолжены, а количество каналов будет расти. Конечно, большее внимание мы будем уделять развитию формата HDTV. Но наша стратегия в этом направлении подразумевает доступное по цене оборудование.

➤ Изменились ли как-то за последний год ваши взаимоотношения с установщиками?

С. Розов: Количество монтажных организаций, активно участвующих в нашем проекте, в 2013 году значительно увеличилось. Чтобы этого добиться, мы переработали условия партнерской программы. С этого года своим партнерам мы начисляем бонусы не только за активацию новых карт, но и за продление. Проводятся и стимулирующие акции. Итоги одной из них мы подведем в рамках CSTB, где разыграем 10 семейных путешествий (сама акция стартовала в октябре и промежуточные результаты подводились еженедельно).

➤ Появились ли у вас в 2013 году какие-то новые услуги?

С. Розов: Одним из приоритетных направлений деятельности компании в 2013 году стало развитие услуг для теле вещателей. На сегодняшний день мы представляем телеканалам самый полный комплекс услуг. Это не просто подъем и размещение на наших космических аппаратах, но и весь комплекс услуг по формированию выпуска, локализации, размещению рекламы и так далее. К нам фактически можно прийти только с идеей телеканала и деньгами — и мы поможем воплотить канал в жизнь, разместить на спутнике, а также заработать на нем, продав кабельным операторам или разместив на канале рекламу.

➤ Давайте поговорим о расширении зоны вещания за пределы России. Почему первой страной СНГ при экспансии на этот рынок была выбрана Киргизия? Можете ли вы открыть, где еще планируется запуск вещания в ближайшее время?

С. Розов: Киргизия стала первой в списке стран СНГ, так как в этой стране есть серьезный потенциал и хорошие перспективы развития DTH. Кроме Киргизии мы рассчитываем реализовать подобные планы в Казахстане, Украине. Но это не самая ближайшая перспектива.

➤ В каком объеме вы планируете включать в предложения в странах СНГ локальный контент?

С. Розов: Количество местных каналов определяется двумя основными факторами: требованием национального законодательства и реальными потребностями абонентов. В Кыргызстане нет требований по количеству национальных каналов. В рамках проекта в республике в пакет

включены два крупнейших национальных канала — LTR и KTR.

➤ Планируете ли вы развертывать на новых охваченных территориях партнерские программы для установщиков спутниковых антенн? Будут ли они отличаться от российской версии партнерской программы?

С. Розов: Да, конечно, планируем. При этом мы не можем копировать партнерские программы России в Киргизии — там есть свои особенности и мы должны их учесть. Поэтому логика взаимовыгодного партнерства будет сохранена, но механизм, возможно, несколько изменится.



Большее внимание мы будем уделять развитию формата HDTV. Но наша стратегия в этом направлении подразумевает доступное по цене оборудование.

➤ Хотелось бы подробнее поговорить о региональных и национальных каналах на вашей платформе. Какие из них представлены в вашем региональном мультиплексе? Каким образом осуществляется выбор каналов?

С. Розов: Мы опросили наших партнеров-установщиков, какие именно каналы интересны и востребованы аудиторией в регионах. И учли эти мнения по приоритетам, полученным с помощью обратной связи. На сегодняшний день мы не смогли удовлетворить 100% пожеланий, но эта цифра стремится к 70-80%, и мы продолжаем работу в этом направлении.

Очень важный момент — технические возможности в реализации этого проекта. На сегодняшний день «Орион Экспресс» владеет едва ли не самой большой свободной емкостью на рынке. И эти возможности позволяют нам привлекать и региональные, и национальные каналы.

Что касается регионального мультиплекса, то в него могут войти все партнеры, имеющие желание, технические и финансовые возможности.

Мы «открываем двери» на всю страну, любому партнеру, имеющему федеральную лицензию на вещание. При отсутствии у телеканала лицензии на вещание на всю территорию страны местное телевидение при выходе на спутник получит возможность вещать только на домашний регион — мы предлагаем услугу геокодирования.

За два месяца количество партнеров среди каналов уже составило 12. Эта цифра удвоится за ближайшие полгода — мы ведем активные переговоры с разными регионами.

➤ Как будет реализовано и юридически оформлено геокодирование?

С. Розов: Это выглядит следующим образом: сигнал со спутника идет закодированным и раскодируется картами только тех абонентов, которые зарегистрированы в регионе, на который у вещателя есть лицензия. Остальные регионы смотреть не смогут. Таким образом соблюдаются все необходимые условия, и закон не нарушается.

➤ Какие каналы еще планируется включить в мультиплекс? Будут ли там применяться какие-то иные критерии отбора?

С. Розов: Нет, никаких жестких критериев не предъявляется. Все определяется собственными возможностями партнера.

➤ Как с финансовой точки зрения построены ваши взаимоотношения с региональными каналами?

С. Розов: Доставку своего сигнала до нашей наземной станции в Москве телеканал осуществляет самостоятельно. Мы же берем оплату за подъем телеканала на спутник и ежемесячную аренду емкости. Все эти расходы несет партнер, а каковы источники его финансирования — нам не принципиально. Кто-то дотируется бюджетом, а кто-то зарабатывает самостоятельно.

➤ Ожидаете ли вы экономический эффект от включения региональных каналов в пакеты?

С. Розов: Конечно! Это напрямую сказывается на увеличении продаж DTH, подключения и активации растут. Кроме того, наша программа «Региональный мультиплекс» привлекательна с точки зрения экономики для партнеров. Но, безусловно, мы не занимаемся благотворительностью и зарабатываем на этом, имея определенную маржу. И чем больше каналов, тем больше доход. Данный проект крайне выгоден всем сторонам.

➤ Планируете ли вы выводить каналы регионального мультиплекса на рынок СНГ?

С. Розов: Технологически в этом нет никаких сложностей. Мы официально начали вещание в Киргизии, и если какой-либо из каналов получит право вещать на территории этой страны, он будет иметь такую возможность. Но в ближайшее время это наверняка не самая главная задача. ■