

# Спутниковое вещание «МТС»

Запуска спутниковой платформы от «МТС» в индустрии ждали более полугода. Кроме вопроса «когда?», проект вызывал и другой вопрос: «зачем?». Каким образом в условиях практически насыщенного рынка компания планирует конкурировать с действующими платформами спутникового ТВ?

Ответы на этот и другие вопросы «Теле-Спутник» постарался получить у Алексея Иванова, руководителя «МТС» по развитию спутникового вещания.

🌀 Какой ресурс в данный момент вы арендуете на ABS-2? Планируете ли расширяться в ближайшем будущем?

**Алексей Иванов:** «МТС» осуществляет спутниковое вещание с арендованных транспондеров на космическом аппарате ABS-2, ресурса которых, по нашим оценкам, будет достаточно для успешного развития проекта в среднесрочной перспективе.

🌀 Какие регионы вы рассматриваете как самые перспективные?

**А. Иванов:** С учетом российской географии спутниковое ТВ, не ограниченное наличием операторской проводной инфраструктуры, имеет огромный потенциал. Орбита и положение спутника, с которого вещает «МТС», обеспечивают покрытие на 95 % населенной территории России, от Калининграда до Владивостока, и позволяют нам предоставлять услугу для 99 % жителей страны. Каждый регион по-своему интересен, при этом особое внимание в развитии спутникового вещания мы уделяем территориям, в которых затруднено развитие традиционного кабельного и мобильного ТВ.

🌀 Какое рыночное преимущество вы планируете использовать для привлечения абонентов? Какие вы планируете акции?

**А. Иванов:** «МТС» — первый оператор в России, выбравший в качестве основного предложения интерактивное спутниковое ТВ. Наш продукт конкурентоспособен и интересен как по стоимости и контенту, так и по удобству его использования. «Умные» приставки позволяют абонентам спутникового ТВ «МТС» не только смотреть HD-каналы, но и выходить в Интернет с помощью 3G или фиксированной сети, а также пользоваться уникальными сервисами, основанными на конвергенции спутниковой, мобильной и фиксированной связи: отложенным просмотром (Catch-Up TV), видео по запросу (VOD, Video on demand) и др. Помимо этого, встроенная SIM-карта и «мобиль-

ный» биллинг «МТС» решают сложности, с которыми нередко сталкиваются пользователи при продлении контракта, покупке дополнительных сервисов и даже элементарном пополнении счета: клиент спутникового ТВ «МТС» имеет возможность одним нажатием кнопки на пульте оплачивать услуги, покупать дополнительные пакеты и уточнять баланс. При этом пользователям спутникового ТВ параллельно доступны и все привычные для абонентов мобильной связи способы пополнения счета: через сайт, терминалы оплаты, с помощью банковских карт и пр.

Для привлечения клиентов мы уже реализуем ряд активностей и планируем новые акции, например предоставление промо-периодов и возможность подключения ТВ-пакетов на особых условиях.

🌀 Правильно ли я понимаю, что интерактивные технологии работают в зоне покрытия 3G/4G-услуг «МТС»?

**А. Иванов:** Да, совершенно верно, интерактивным технологиям необходим доступ в Интернет, при этом доступ к интерактивным сервисам можно организовать и с помощью Ethernet.

🌀 Как вы планируете привлекать потенциальных абонентов, живущих в зоне покрытия ABS-2, но вне зоны покрытия мобильной связи «МТС»?

**А. Иванов:** Помимо интерактивных возможностей, одним из главных преимуществ спутникового ТВ, на которое, без сомнения, обратят внимание жители даже самых отдаленных населенных пунктов, является качественный рейтинговый контент. Так, клиенты спутникового ТВ от «МТС» уже в базовом пакете могут просматривать 130 рейтинговых каналов, в том числе 30 — в HD-качестве, по цене от 100 рублей в месяц. Помимо этого, в состав основного ТВ-пакета входят региональные версии федеральных каналов для различных часовых поясов России.

🌀 Планируете ли вы расширять спектр интерактивных услуг?

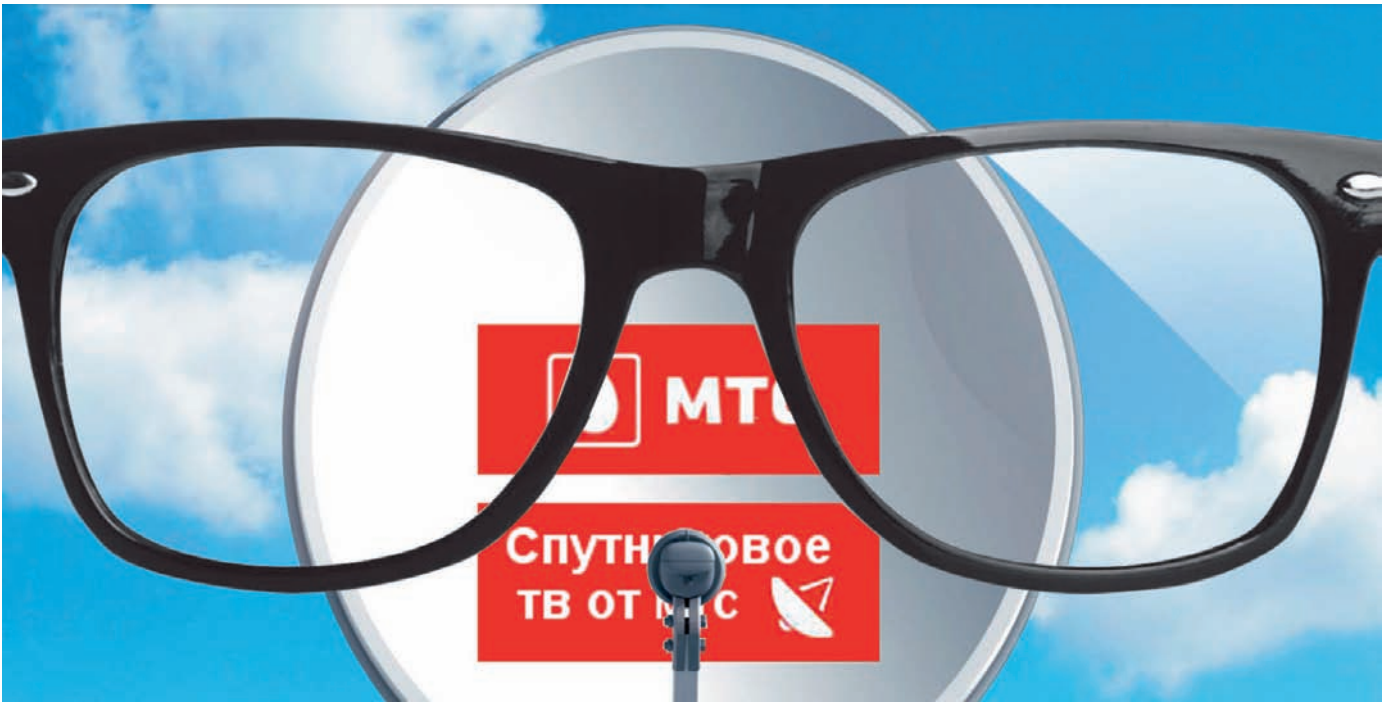
**А. Иванов:** Мы постоянно работаем над расширением интерактивных возможностей пользователей спутникового ТВ «МТС». Например, в ближайшее время пользователям гибридной приставки станет доступно специальное приложение для работы с YouTube.

🌀 Как вы видите свои перспективы на достаточно плотном и высококонкурентном рынке российского спутникового непосредственного вещания? В чем вы видите свое преимущество перед конкурентами?

**А. Иванов:** Принимая решение о выходе на рынок спутникового ТВ, мы тщательно анализировали данный бизнес-кейс. В течение трех лет мы намерены войти в число крупнейших операторов спутникового ТВ. Мы конкурируем в первую очередь с локальными игроками, которые уступают нам по качеству и стоимости контента, а также планируем потеснить лидеров индустрии. Являясь ведущим оператором на телекоммуникационном рынке в России и единственным оператором, который может предоставить абоненту фиксированные, мобильные и спутниковые телеком-услуги, «МТС» имеет ряд неоспоримых преимуществ перед другими игроками рынка спутникового ТВ. Мы не только знаем потребности нашего абонента и предлагаем востребованный инновационный продукт, но и, что немаловажно, имеем узнаваемый бренд и работаем в федеральном масштабе. Салоны «МТС» расположены по всей стране, даже на островах в Тихом океане и за Полярным кругом.

🌀 Какие дополнительные услуги вы планируете для дальнейшего повышения ARPU?

**А. Иванов:** Мы предлагаем абонентам спутникового ТВ «МТС» интерактивные услуги и сервисы, часть услуг, например VOD, уже успешно монетизируется. Интерактивные сервисы динамично развиваются, в ближайших планах — расширение набора финансовых услуг, доступ к со-



циальным сетям и к игровому контенту, сопоставимому с тем, который создается для Sony PlayStation и Microsoft Xbox.

**❖** Как спутниковое вещание встраивается в общую систему сервисов «МТС»?

**А. Иванов:** Запуск спутникового ТВ превратил группу «МТС» в лидера среди европейских операторов связи по количеству сред доступа к ТВ-контенту, оказываемых под единым брендом. Спутниковое ТВ оказывает синергетическое позитивное влияние на бизнес «МТС» в целом — за счет сокращения затрат на аренду спутниковых каналов в рамках цифрового ТВ «МТС», за счет удержания и привлечения абонентов мобильных услуг и развития существующих пользователей. Как показывает опыт европейских операторов, пользование мобильными и фиксированными сервисами от одного оператора сокращает уровень оттока на несколько процентных пунктов.

**❖** Сколько на данный момент у «МТС» есть региональных партнеров-дилеров?

**А. Иванов:** На сегодняшний день мы активно сотрудничаем с несколькими сотнями региональных дилеров. Также мы обладаем уникальным для рынка спутникового телевидения каналом продаж — собственной розницей «МТС», насчитывающей порядка 4300 салонов в России.

**❖** На каких условиях работают дилеры-установщики: фиксированная оплата за установки, скидки на оборудование, виртуальная валюта на приобретение оборудования?

**А. Иванов:** «МТС» изначально предлагает выгодные и конкурентные условия

работы своим партнерам, также мы проводим партнерские акции и разрабатываем дисконтные программы, предусматривающие скидки на оборудование.

**❖** Как реализована схема поставок для дилеров-установщиков от крупных к мелким, от региональных складов к дилерам и пр.?

**А. Иванов:** «МТС» — первый и на данный момент единственный оператор на рынке, который принял решение обеспечивать доставку комплектов до дилеров за собственный счет.

**❖** Как организована сеть приема заказов: колл-центр, прием в торговых точках «МТС» и т.д.?

**А. Иванов:** Абонент может воспользоваться любым удобным для него способом создания заявки на подключение к спутниковому ТВ «МТС» — через колл-центр, на сайте mts.ru, в салонах «МТС» и через дилерскую сеть. Для эффективного взаимодействия с дилерами мы создали специальный софт для удаленного рабочего места, позволяющий всего в несколько кликов заказывать и вести учет оборудования, отслеживать поставки комплектов, организовывать работу с абонентами и прочее.

**❖** Сколько на данный момент существует одобренных абонентских терминалов для приема спутникового ТВ «МТС»?

**А. Иванов:** На сегодняшний день в линейке спутникового ТВ «МТС» насчитывается порядка десяти моделей гибридных и линейных приставок, большая часть из которых уже доступна абонентам. В краткосрочной перспективе мы рассчитываем прийти к ассортименту, который

удовлетворит самый широкий круг абонентов — от простых и доступных устройств до полноценного мультимедийного центра с расширенными интерактивными возможностями.

**❖** Планируете ли вы возможность раздачи контента в пределах одного домохозяйства на различные гаджеты? Если да, как технически это будет реализовано?

**А. Иванов:** Мы активно работаем над возможностью раздачи контента в пределах одного домохозяйства на различные устройства и предоставления единого контента в разных вещательных средах, будь то спутниковое, домашнее или мобильное ТВ «МТС». «МТС» уже объединила фиксированный и мобильный доступ к услуге платного ТВ. Так, абоненты мобильного ТВ «МТС» могут просматривать контент в разных средах с одного счета: к каждому аккаунту можно подключить до пяти устройств, при этом контент можно смотреть синхронно на двух из них. Таким образом мы планируем оптимизировать расходы на приобретение контента за счет оптовых закупок в рамках нескольких каналов дистрибуции.

**❖** Чем был обусловлен выбор системы условного доступа?

**А. Иванов:** При выборе системы условного доступа мы ориентировались прежде всего на оптимальное соотношение качества и стоимости продукта, а также на репутацию бренда. Компания Verimatrix, широко известная в мире интерактивных телесистем, одержала победу в тендере, предоставив лучшие условия на рынке.

*Беседовал Всеволод Колобакин*