

«Триколор ТВ» — территория для бизнеса

Беседовал Александр Калигин

Основной аудиторией услуги платного ТВ являются частные абоненты, но операторы заинтересованы в активном привлечении и клиентов из корпоративного сегмента. Руководитель службы продаж и обслуживания на корпоративном рынке НАО «Национальная спутниковая компания» (торговая марка «Триколор ТВ») Илья Упхонов рассказал «Теле-Спутнику», какие шаги оператор предпринимает в данном направлении.



❖ Хорошо известно об услугах «Триколор ТВ» для частных пользователей, а что оператор может предложить B2B-клиентам?

На сегодняшний день B2B-сегмент активно развивается в России. У наших клиентов появляются новые потребности, которые мы стремимся удовлетворять. Поэтому «Триколор ТВ» развивает пакет услуг для этого сегмента рынка.

Если говорить о линейном ТВ, мы предлагаем корпоративным клиентам возможность подключения качественного цифрового ТВ с большим набором востребованных телеканалов и необходимыми правами на организацию публичного показа на территории различных категорий заведений. Наши B2B-клиенты представляют собой большую аудиторию — от сетей ресторанов быстрого питания до аэропортов и различных государственных учреждений.

В прошлом году в дополнение к услуге линейного ТВ мы предложили клиентам сервис спутникового двустороннего доступа к Интернету. Это совместный проект с компанией Eutelsat Networks, в

рамках которого все клиенты получили возможность на приемлемых условиях подключиться к высокоскоростному спутниковому Интернету. Если для частных пользователей скорость составляет 40 Мбит/с для прямого и 12 Мбит/с для обратного канала, то, учитывая специфику и потребности B2B-клиентов, мы предлагаем им возможность использовать оборудование более высокого класса и подбирать тарифы на более высокой скорости — до 150 Мбит/с как для прямого, так и для обратного канала. Мы регулярно проводим анализ предпочтений пользователей и мониторинг рынка, чтобы формировать для наших абонентов выгодные тарифные планы с максимально комфортными ценовыми условиями в сегменте спутникового интернет-доступа.

Также для B2B-аудитории мы запустили новую услугу «Территория «Триколор ТВ»», которая позволяет предоставить уникальный сервис посетителям различных коммерческих и государственных организаций. Суть услуги заключается в том, что все желающие посетители таких заведений смогут просматривать лю-

бимые телеканалы на собственных мобильных устройствах, не расходуя при этом интернет-трафик.

❖ Отличаются ли предложения «Триколор ТВ» для разных видов бизнеса?

Да. Во-первых, большую роль играет разграничение прав на показ телевизионного контента для разных категорий пользователей. Например, если говорить о B2C-абонентах, мы приобретаем права на DTH-вещание, которые позволяют транслировать телеканалы только на территории частного домохозяйства. В части же B2B-сегмента существует много категорий прав. Так, специальные права приобретаются для вещания на территории гостиничных номеров, отдельные права необходимы для трансляции в различных публичных местах, где может присутствовать неограниченное количество лиц. Соответственно, в договорах с правообладателями у нас прописаны различные условия, согласно которым мы платим за конкретное заведение, экран в заведении, ТВ-приставку и так далее. Поэтому мы

учитываем все эти условия и разрабатываем специальные предложения для каждой категории бизнеса. Если бы мы пошли по пути единого предложения для B2B, то часть рынка им бы не заинтересовалась. Но мы понимаем, что корпоративные клиенты очень разные и нуждаются в дифференцированном подходе, который мы и применяем.

➤ По данным «ТМТ Консалтинг», на рынке B2B-подключений платного ТВ преобладает IPTV. Вы согласны с этими оценками?

Это исследование говорит о том, что рынок легальных B2B-абонентов в основном находится на стороне IPTV-провайдеров, но количество корпоративных пользователей DTH-услуги существенно выше. Это же исследование демонстрирует, что количество нелегальных B2B-абонентов у спутниковых операторов выше, чем совокупное число пользователей кабельных сетей. Чисто технологически мы не можем отследить место установки нашего приемного оборудования, а кабельный оператор всегда знает, где именно находится его абонент. Часто случается так, что человек приобретает оборудование «Триколор ТВ» и заключает договор как физическое лицо, а затем устанавливает его в публичном заведении, становясь таким образом нелегалом. Мы знаем, что база таких абонентов велика у всех DTH-операторов, и активно боремся с этим явлением.

Поэтому, если сравнивать общее количество пользователей у IPTV- и спутниковых операторов, то в нашем сегменте оно все-таки выше, но доля легальных абонентов больше у кабельных провайдеров.

➤ Как именно вы боретесь с такими нелегальными подключениями?

В таких случаях происходит нарушение договора на оказание услуг физическому лицу. То есть, идя таким путем, договор нарушает как сама организация, так и физическое лицо. Договором предусмотрены существенные штрафы за такое нецелевое использование оборудования.

В «Триколор ТВ» выстроена система по борьбе с такими нарушениями. В компании существует отдел, который занимается поиском и переводом нелегальных абонентов в легальный статус. Наши сотрудники связываются с правоохранительными органами и совместно

проводят кампании по выявлению недобросовестных клиентов.

Зачастую люди нарушают договор не по злему умыслу, а просто по незнанию. Поэтому некоторые такие дела удается решить в досудебном порядке. В случаях когда это не получается, материалы передаются в суд. Таким образом, увеличение нашей B2B-аудитории происходит как за счет привлечения новых абонентов, так и путем легализации пользователей.

В этом направлении мы работаем комплексно, начиная с информирования B2B-абонентов о необходимости заключать отдельный договор при подключении услуг и заканчивая работой по выявлению нелегальных клиентов, о которой я сказал выше.

➤ Насколько предстоящий чемпионат мира по футболу повлияет на увеличение количества B2B-клиентов?

За 2017 год мы удвоили базу наших активных корпоративных клиентов. Планы компании на 2018 год еще более амбициозны. Это связано в том числе и с изменениями, которые происходят на рынке. Они вызваны как желанием корпоративных клиентов заключать договоры на публичный показ ТВ, так и ростом самого рынка, в частности и за счет чемпионата мира по футболу. В преддверии мундиала растет потребность в спортивном контенте, что приводит к росту спроса со стороны B2B-клиентов и увеличению точек показа, в том числе за счет появления новых. Со всеми этими организациями мы стараемся заранее договориться о сотрудничестве.

➤ На какие категории организаций в большей степени рассчитана новая услуга «Территория «Триколор ТВ»?»

Мы считаем, что в первую очередь эта услуга будет интересна компаниям из сегмента HoReCa — кафе, барам, ресторанам. Это высококонкурентный рынок. Владельцы заведений стараются привлечь посетителей различными способами, делая кухню более разнообразной, а сервис — клиентоориентированным. Благодаря этому заведения общественного питания по своему уровню сделали большой шаг вперед по сравнению, например, с 2010 годом.

Мы предлагаем этим компаниям сделать еще один шаг навстречу клиентам, предоставив им возможность нелинейного просмотра телеканалов. Те заведе-

ния, которые продолжают бороться за посетителей, найдут сервис «Территория «Триколор ТВ»» полезным для себя и воспользуются нашим предложением.

Также мы рассчитываем, что большую долю среди подключившихся к услуге организаций займут различные учреждения, на территории которых посетителям приходится часто и подолгу стоять в очереди в ожидании оказания той или иной услуги. К таким организациям относятся различные МФЦ, налоговые инспекции, поликлиники. Места, где людям приходится подолгу ждать, можно перечислять бесконечно. В целях улучшения качества сервиса этим организациям будет полезно предоставить пользователям нашу услугу. С этой категорией предприятий мы будем взаимодействовать совершенно иначе, нежели с традиционными B2B-клиентами.

Кроме этого, клиентами «Территории «Триколор ТВ»» могут стать залы ожидания аэропортов и вокзалов, где не всегда установлены телевизоры. Например, в аэропортах они, как правило, есть только в бизнес-залах.

➤ В случаях с коммерческими компаниями (ресторанами или отелями) понятны конкурентные преимущества, которые может дать подключение к «Территории «Триколор ТВ»». А что она может дать налоговым и другим бюджетным организациям?

Обычно поход в различные государственные инстанции воспринимается как не самая приятная «обязаловка». Поэтому такие заведения заинтересованы в том, чтобы формировать у людей более приятное впечатление. Мы стремимся помочь российским госструктурам также повысить лояльность граждан.

➤ Каковы планы «Триколор ТВ» по развитию бизнеса в B2B-сегменте в 2018 году?

Одним из драйверов роста нашей абонентской базы в 2018 году, мы надеемся, станет сервис «Территория «Триколор ТВ»». Мы возлагаем на него большие надежды. Несмотря на то, что услуга была запущена совсем недавно, мы уже видим заинтересованность в ней как у действующих, так и у потенциальных клиентов.

Мы будем развивать и другие услуги — линейное ТВ и спутниковый Интернет, — предоставляя эти сервисы на всей территории России. ■