

Дирекция по связям с общественностью

ИММО сообщает:

RBT: украинский сотовый оператор life:) перешел на предложенную ИММО тарификационную модель

Новый принцип тарификации RBT в сети мобильного оператора life:) способствует росту популярности услуги среди абонентов.

Оператор мобильной связи «Астелит» (бренд life:), предоставляющий услуги мобильной связи на территории Украины перешел на новый принцип тарификации сервиса РБТ (мелодия вместо гудка ожидания), предполагающий ежемесячное продление срока действия установленной мелодии.

Новая модель тарификации RBT, применяемая оператором Life:), предполагает ежемесячное разделение выручки от продажи RBT-контента между сотовым оператором, контент-провайдером и обладателем прав интеллектуальной собственности на используемые для оказания услуги мелодии, шутки и пр.

Основываясь на семилетнем опыте работы с крупными российскими сотовыми операторами, контент-провайдер ИММО («Информ-мобил»), выступающий агрегатором для РБТ-сервиса life:), впервые предложил оператору перейти на указанную модель в мае 2007 года, поскольку такая схема взаиморасчетов в равной степени отвечает интересам всех участников процесса предоставления услуги, а правообладатели охотнее идут на сотрудничество. После тщательного рассмотрения возможных перспектив в ноябре 2007 года life:) принял предложение.

Как заявил директор «Информ-мобил Украина», Роман Шахрай, «переход на модель тарификации с ежемесячными отчислениями правообладателям позволил значительно увеличить качество и ассортимент предлагаемого абонентам life:) RBT-контента».

Расширение ассортимента привело к росту спроса на услугу. Согласно данным life:), благодаря новой тарификационной модели, ежемесячное количество заказанных мелодий, в т.ч. и повторных заказов, к марту 2008 увеличилось в два раза. Таким образом, рост популярности услуги позволяет говорить и об увеличении среднемесячного дохода от ее эксплуатации, считает г-н Шахрай.

По словам директора по маркетингу ИММО, Дмитрия Тимощенко, «с января по март 2008г. на украинском рынке спрос на RBT-контент, предоставляемый ИММО, демонстрировал бурную динамику. Рост популярности контента компании в Украине составил 76,2 проц., его главная причина – доступность RBT-каталогов ИММО для абонентов всех крупных сотовых операторов страны (кроме Киевстара) и более активное по сравнению с другими странами продвижение услуги».

Компания ИММО предоставляет RBT-контент абонентам 21-го мобильного оператора на территории 13 государств. При этом 7 сотовых операторов из числа компаний-партнеров тарифицируют RBT по разработанной ИММО тарификационной модели. В общей сложности российским и зарубежным пользователям услуги компания предлагает 20 000 наименований музыкальных композиций. Помимо RBT-проектов ИММО реализует услуги и сервисы на базе IVR, LBS, USSD, MMS, SIM-меню, а также WAP, WEB порталов.