

Внедрение RBT в России: первый опыт и ближайшие перспективы

n e w m o b i l e s o l u t i o n s



RBT - первый российский запуск

В июне 2005 года сервис по установке индивидуального сигнала ожидания ответа (RBT) был запущен в сети «МСС-Поволжье» (МегаФон) сервис-провайдером «ИнКор» под брендом «Pri☺Call».

- Сервис известна в мире с 2002 г., уровень проникновения колеблется от 3 до 50% в разных странах.
- Сервис использует силу персонализации, т.е. желания самовыражения потребителя при помощи выбора и настройки мелодий и звуков для звонящих абонентов.
- Сервис раскручивается дополнительно через наиболее активных абонентов-новаторов.



n e w m o b i l e s o l u t i o n s

RBT: российский опыт 2005-2006 гг.

- МТС в сентябре 2005 г. (Москва, Санкт-Петербург) – проникновение и количество подписчиков неизвестно.
- Билайн в октябре 2005 г. (Самара), проникновение неизвестно. Оценочно база подписчиков – 150 тыс. итогом в 2005 году.
- МегаФон в июне 2005 г. (Самара и Саратов), проникновение на январь 2006 - 26% (достигало 34,1% в ноябре 2005 года).
- НТК в декабре 2005 г. (Владивосток) – результаты неизвестны.
- Оренбург GSM в феврале 2006 г. – результаты неизвестны.

Совместно МегаФон и ИнКор: с июня 2005 г. по февраль 2006 г. услугой воспользовались около 500 тыс. абонентов и заказано 500 тыс. мелодий. В январе 2006 г. – 327 тыс. активных подписчиков.



n e w m o b i l e s o l u t i o n s

«Замени гудок на Pri☺Call!»

Модель взаимодействия между партнерами:

- Оператор «МСС-Поволжье» (МегаФон)
- Сервис-провайдер «ИнКор»
- Единый бренд - «Pri☺Call» (торговая марка ЗАО «ИнКор»).

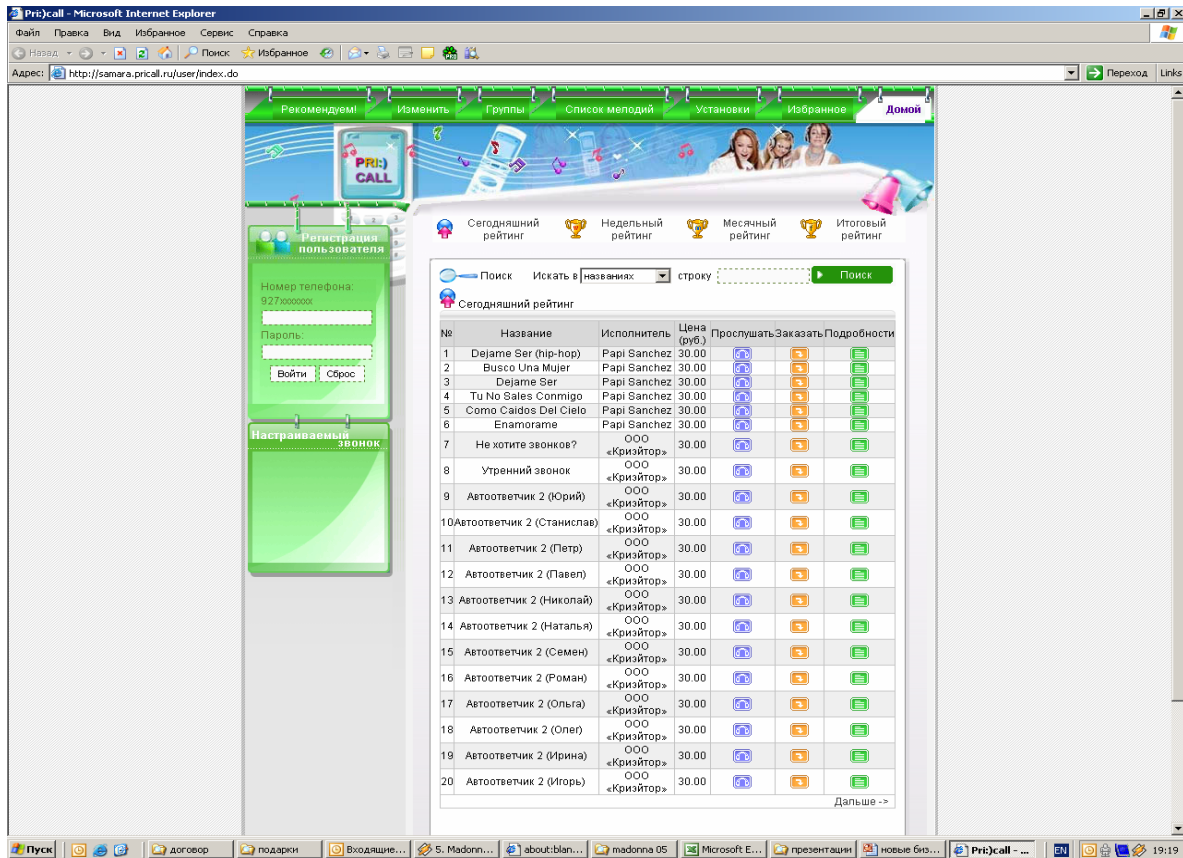
Другие RBT-сервисы в России: GOOD'OK (МТС), «Своя мелодия» (Билайн), «HappyCall» (НТК), «Веселый гудок» (Оренбург GSM).
Большинство операторов работают без сервис-провайдера.



n e w m o b i l e s o l u t i o n s



Яркая визуализация и точное позиционирование бренда «PriCall».



Первый вариант портала (июнь-январь 2005 года).



n e w m o b i l e s o l u t i o n s

сегодня 16 ноября 2005 года

поиск по коду мелодии > искать по поставщику
> искать по стилю

Прикол

★ НОВИНКИ ⚡ ХИТ-ПАРАД 📄 ВСЕ СПИСОК

рейтинг за день

неделя месяц итого

что такое прикол
как заменить гудок?
каталог мелодий
твой прикол
поддержка
приколись

имя

пароль

войти

1	LA NINA	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
2	ELLA Y YO	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
3	POR TU ORGULLO	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
4	WE GOT THE CROWN REMIX	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
5	VOY MALACOSTUMBRADO	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
6	UN BESO	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
7	OUR SONG	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
8	VOLVIO LA TRAICIONERA	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
9	ANGELITO	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
10	UN CHI CHI	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
11	LA BODA	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
12	INTRO	AVENTURA	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
13	Я и ты	Группа «AVENUE» & Чиж	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
14	Я нарисую чудо	Группа «AVENUE» & Чиж	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
15	To be № 1	группа «TOKIO»	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
16	Сердце	группа «TOKIO»	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
17	По венам	группа «TOKIO»	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
18	Белый снег Антарктиды	группа «TOKIO»	👍	👍	👍	👍	👍	30.00
19	Колыбельная городу	Обнажённо	👍	👍	👍	👍	👍	30.00

НОВИНКИ

ХИТ - ПАРАД

ВСЕ СПИСОК

Новый дизайн портала (с февраля 2006 г.)

Тарификация и позиционирование

- Максимально простая для услуги новинки (нет платы за подключение, нулевая или низкая абонентская плата, единая плата за контент – тарифные сетки путают абонента). Эволюция – к «месяц бесплатно» и тарифным планам (плюс включение в тарифы оператора).

- Позиционирование: мотив – самовыражение, подача: яркость и эмоциональная насыщенность, схема «чистые эмоции» в виде передачи опыта веселья и розыгрыша. Аудитория – 18-36 лет, с RPU выше \$5 в месяц, «новаторы» и «последователи». Готовое бренд-решение компании «ИнКор» – **Pri☺Call**.

Потребление услуги становится интенсивным на 4-й месяц (самораскрутка через механизм consumer2consumer). Основные драйверы продаж – **разнообразие, новизна, уникальность** контента.



n e w m o b i l e s o l u t i o n s

Продвижение – макрозадачи

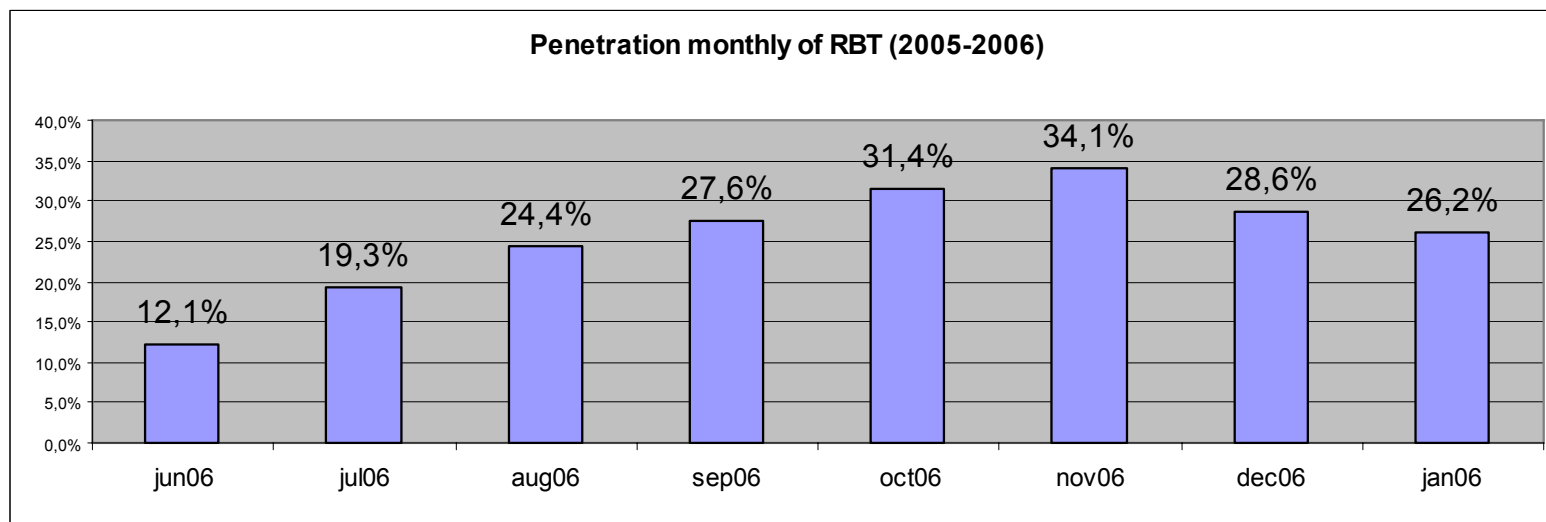
- снизить цену входа («пробы»)
- максимум проникновения = максимум узнаваемости
- введение абонентской платы при проникновении 30-35%.

PS Описано продвижение на первом этапе. Далее, уже исходя из узнаваемости и отношения к услуге, задач по стимулированию потребления и жизненному циклу услуги.



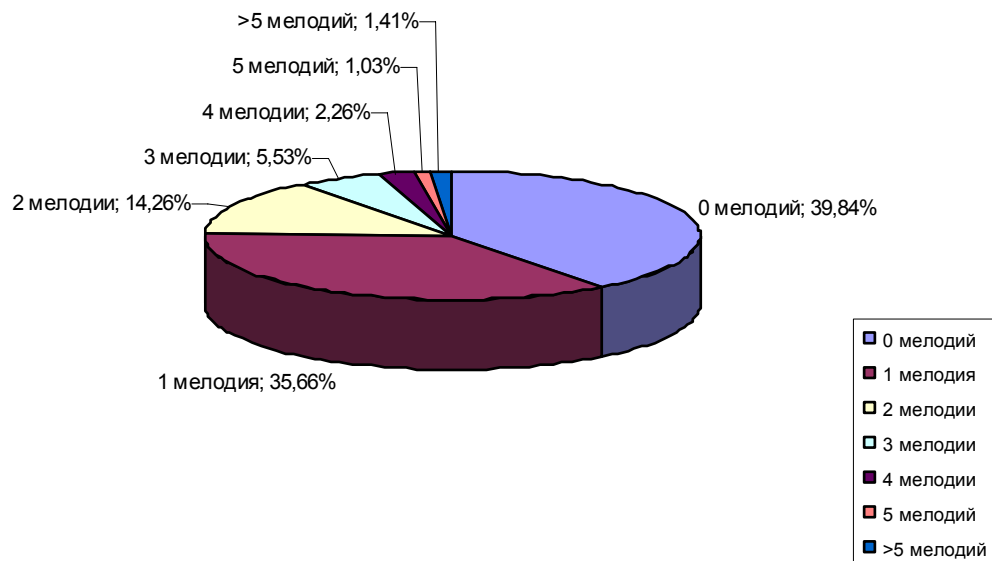
n e w m o b i l e s o l u t i o n s

Результаты ИнКор: проникновение услуги 2005-2006

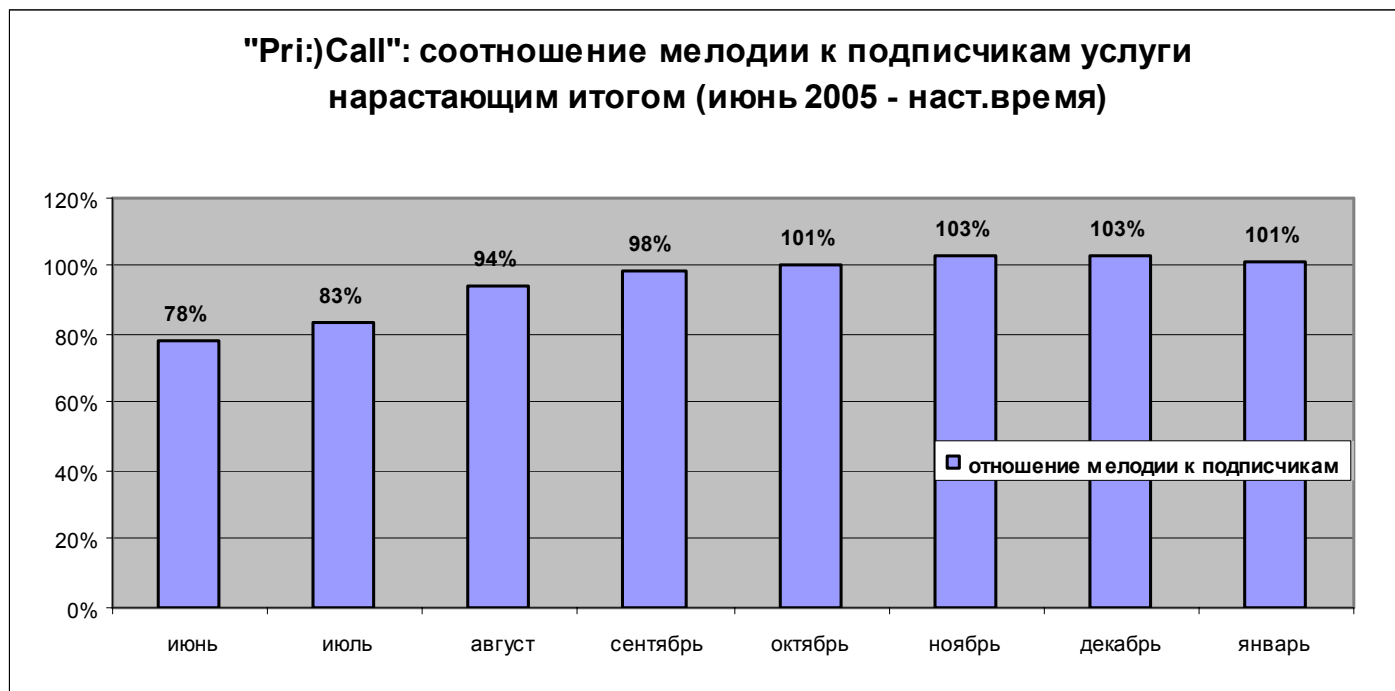


Результаты ИнКор: потребление вглубь 2005

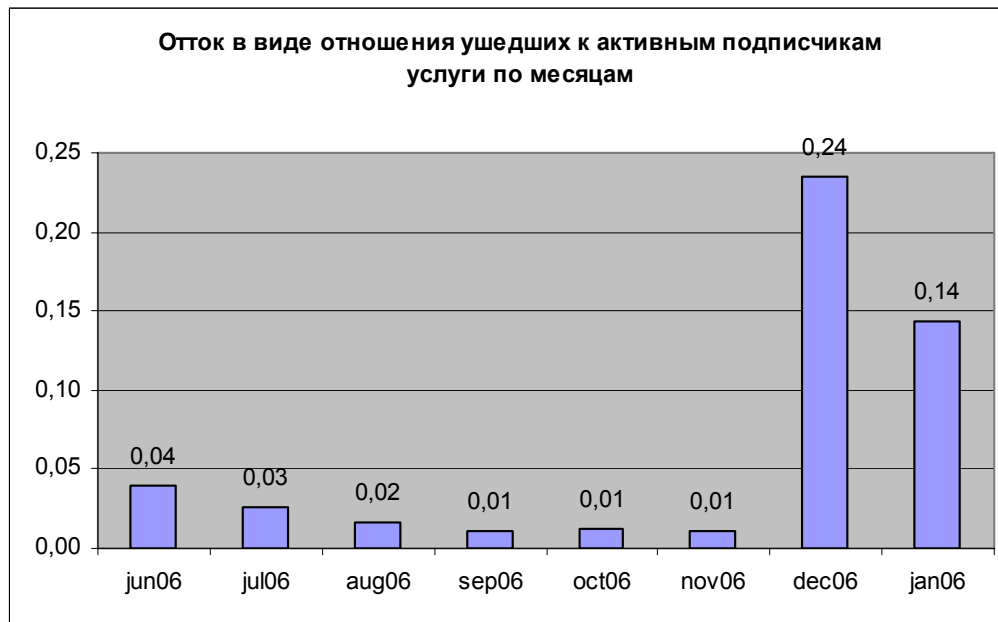
Потребление контента среди подписчиков услуги Pri:)Call
(измерение с 7 июня до 7 декабря 2005 года)



Результаты ИнКор: мелодии к абонентам 2005-2006



Результаты ИнКор: отток и его стабилизация 2005-2006



Перспективы: RBT в России в 2006-2007 гг.

- абонентская база российских операторов GSM вырастет с 74 млн. до 82 млн. (реалистично, считаются абоненты, а не проданные sim-карты).
- проникновение услуги может составить 10%, 15%, 20%.

В итоге российских подписчиков:

16 млн. (оптимистично),

12 млн. (реалистично),

8 млн. (осторожно).

Объем рынка = тарификация x успешность запуска x скорость масштабирования услуги по регионам России.



n e w m o b i l e s o l u t i o n s

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

**Россия, 105005, Москва,
Ул.Радио д.24, стр.1, оф.6**

**тел.: +7 495 982 38 86
факс: +7 495 982 38 87
e-mail: start@incore.ru
www.incore.ru**

n e w m o b i l e s o l u t i o n s

