

*Практические решения развития услуг цифрового ТВ в
кабельных сетях.*

*Продвижение продукта и коммуникация с клиентом.
Опыт лидера рынка телекоммуникаций Латвии.*

□ Baltkom работает на рынке Латвии 18 лет

□ Предоставляемые услуги:

Кабельное ТВ

Цифровое ТВ

Фиксированная телефонная связь

Мобильная телефонная связь

Интернет подключение

***□Baltkom принадлежат 48% рынка платного ТВ и
29% рынка Интернет услуг***

***□Baltkom является первой компанией в Латвии,
успешно реализовавшей проект внедрения услуг цифрового ТВ
(2004 год)***

Сложности внедрения услуги цифрового ТВ

Ситуация Оператора:

- 1. Замороженные инвестиции, вложенные в развитие цифры.***
- 2. Дополнительные вложения в клиентское оборудование (декодеры, карты доступа).***



Ситуация Оператора:

3. Сложность донесения до клиента преимуществ цифрового ТВ, по сравнению с аналоговым.

4. Медленный рост числа абонентов услуги.

Ситуация клиента:

- 1. Клиент устал от предложений.
Классическая реклама работает всё хуже.***
- 2. Старается экономить и отказывается от "лишних" расходов

не видит необходимости покупать приёмник цифрового ТВ,
при наличии аналогового ТВ без дополнительной аппаратуры

не собирается платить большую абонентскую плату***

Пути решения

- Что бы купить продукт, клиент должен в нём нуждаться*
- Должна быть проблема, которую разрешает продукт*
- Таких проблем нет? Найдём!*

Позиционирование услуги цифрового ТВ

Перестаньте переплачивать за ТВ каналы которые Вы не смотрите!

Формируйте свой программный блок сами!

□ Пакетирование цифрового ТВ на основе базового блока (абонентная плата должна быть в среднем на 30% ниже стоимости расширенного блока аналогового кабельного ТВ) и дополнительных тематических блоков (Спорт, Музыка, Культура и т. д.)

Кинотеатр на диване!

Вы давно мечтали посмотреть новый фильм без рекламных пауз, в удобное Вам время!

□ Pay per view сервисы

Уменьшите расходы на телекоммуникационные услуги!

Один оператор – один счёт!

□ Цифровое ТВ как составляющая комплексных телекоммуникационных решений (ТВ+Интернет; ТВ+Интернет+Телефония)

Продвижение продукта

1. Выявление целевой аудитории

□ Во избежание неэффективных рекламных затрат, необходимо чёткое представление "портрета" клиента

2. Популяризация продукта

□ Работа с существующей клиентской базой

□ Мнение независимых экспертов, дискуссии (СМИ)

3. Построение компании по продажам

3.1. Концепт компании:

□ формулировка предложения

***(скидки на подключение/аппаратуру/абонентскую плату;
бонусы всем новым клиентам; участие в розыгрыше ценных
призов)***

□ креативное решение

3.2. Выбор наиболее эффективного размещения рекламы:

□ ТВ

□ Интернет

□ Радио

□ Печатные издания

□ Стенды – outdoor/indoor

□ Неадресованная рассылка (прямая почта)

3.3. Определение каналов продаж и установка планов реализации:

□ Центры обслуживания клиентов

□ Call-центр (телемаркетинг)

□ Прямые продажи (door to door)

□ Дилерские центры

Практический пример

Или история одной компании....