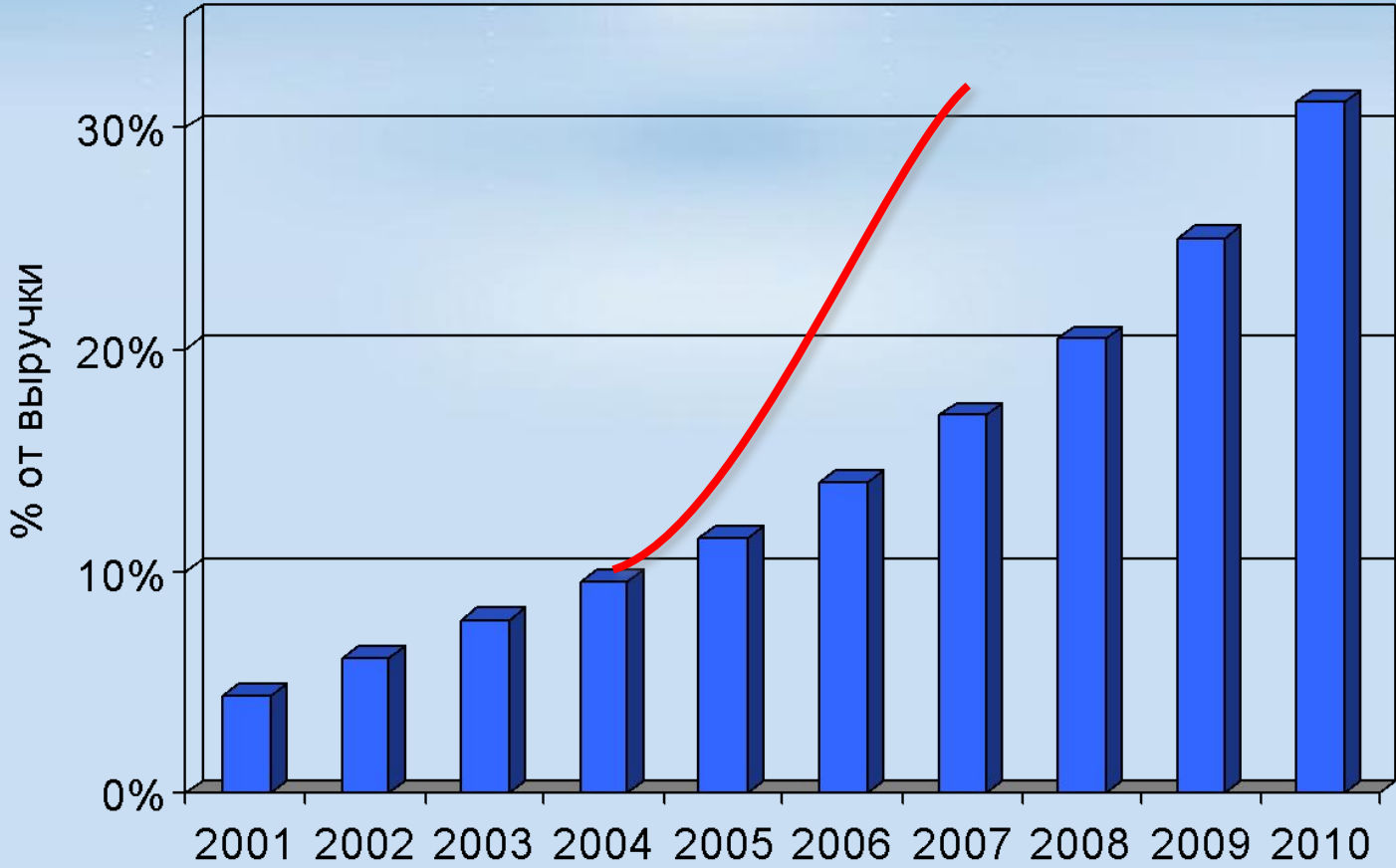


Продвижение услуг с добавленной стоимостью

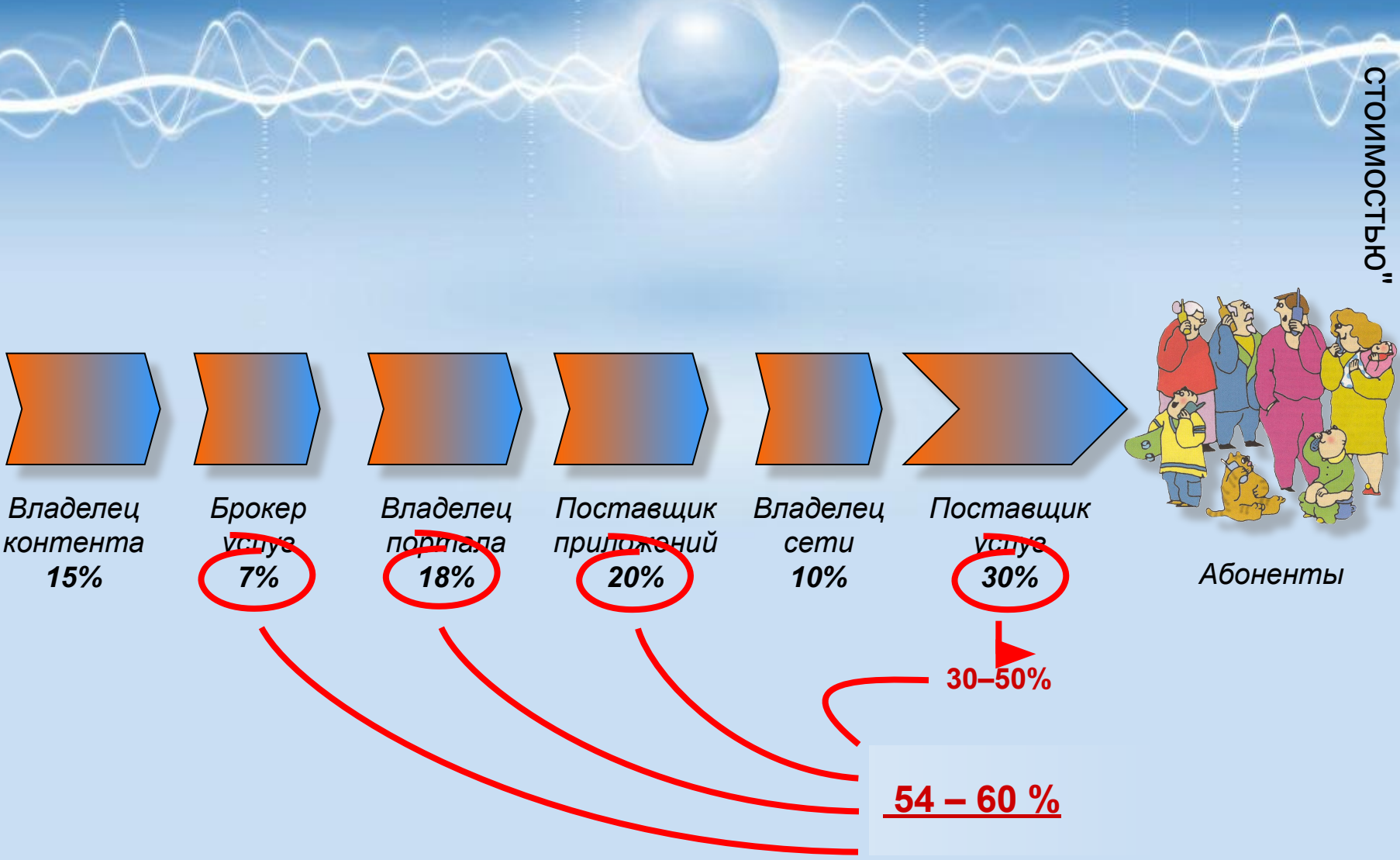


Элдар Разроев

2 8 Доход от дополнительных услуг

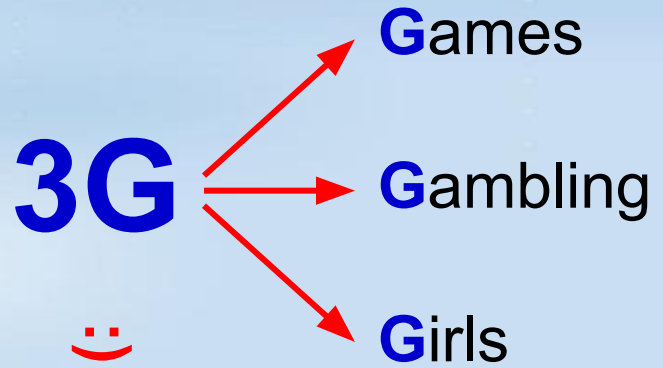


3 8 Распределение выручки от VAS в мобильных сетях



4 8 Перспективные сегменты

- 4 *Персонализация услуг*
- 4 *Мобильные транзакции*
- 4 *Услуги позиционирования*



Операторы сетей не располагают необходимым контентом и приложениями для того, чтобы обеспечить предложение широкого спектра услуг

5 8 Систематизация услуг

Коммуникационные сервисы

				
<p><i>Голосовые</i></p>	<p><i>Сообщения (малый объем)</i></p>	<p><i>Сообщения (большой объем)</i></p>	<p><i>Мультимедиа</i></p>	<p><i>Телематика</i></p>
<p><i>Коммутируемые Пакетируемые</i></p>	<p><i>SMS ICQ E-mail (без вложений)</i></p>	<p><i>E-mail (с вложениями) MP3 MP4</i></p>	<p><i>Видео-телефония Потоковое видео Видео по заказу</i></p>	<p><i>Системы безопасности Банкоматы и киоски</i></p>

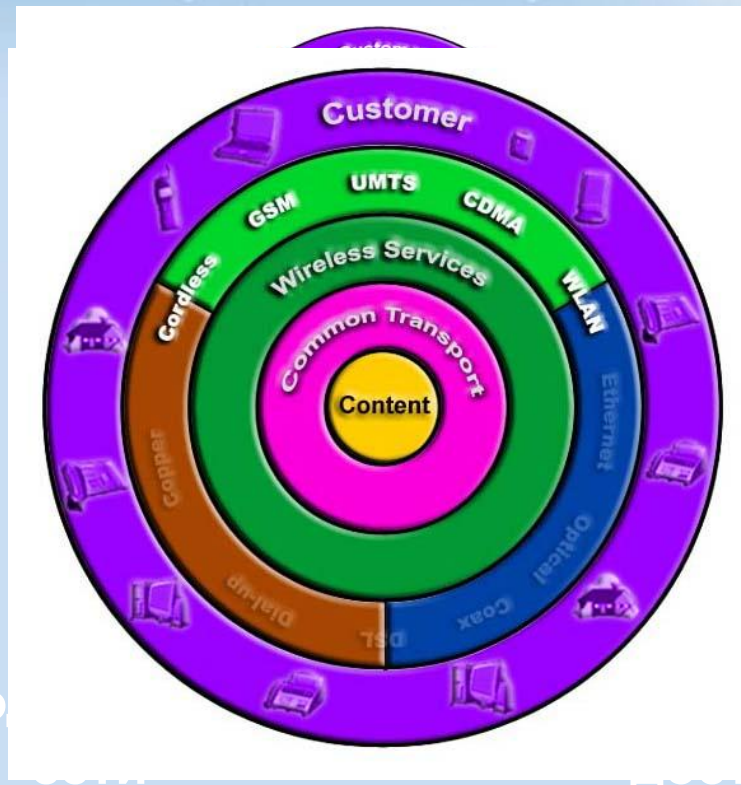
6 8 Систематизация услуг (2)

Услуги сетевого доступа

					
<i>Информация</i>	<i>Локализация</i>	<i>М-коммерция</i>	<i>Развлечения</i>	<i>Персональная информация</i>	<i>Доступ (inter-net, intranet)</i>
<p>Новости</p> <p>Рынки</p> <p>Финансы</p> <p>Погода</p> <p>Путешествия</p>	<p>Определение местоположения</p> <p>Ближайшие</p>	<p>Банкинг</p> <p>Брокеринг</p> <p>Тикетинг</p>	<p>Аудио и видео клипы</p> <p>Игры</p> <p>Интерактивные сервисы</p>	<p>Контакты</p> <p>Календарь</p> <p>Web, War – странички</p> <p>Управленческие сервисы</p>	<p>VPN</p> <p>Корпоративный интранет</p> <p>Защищенный доступ</p>

7 8 Конвергенция

Мобильные сети



- Несвязанные приложения
- Различные алгоритмы использования
- Несколько счетов

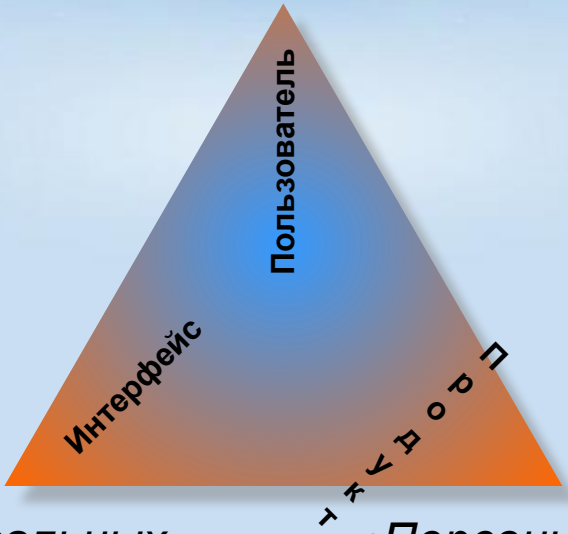
Прово

окополосный доступ

8 Персонализация



- *Индивидуальные потребности*
- *Межсетевая миграция абонентов*



- *Широкий спектр универсальных и детерминированных решений*
- *Мобильность терминалов*

- *Персонифицированные профили*
- *Сквозные сервисы*

9 8 Выбор интерфейса



Проникновение
8 %



Проникновение
98 %

10 **8** Выбор интерфейса (2)

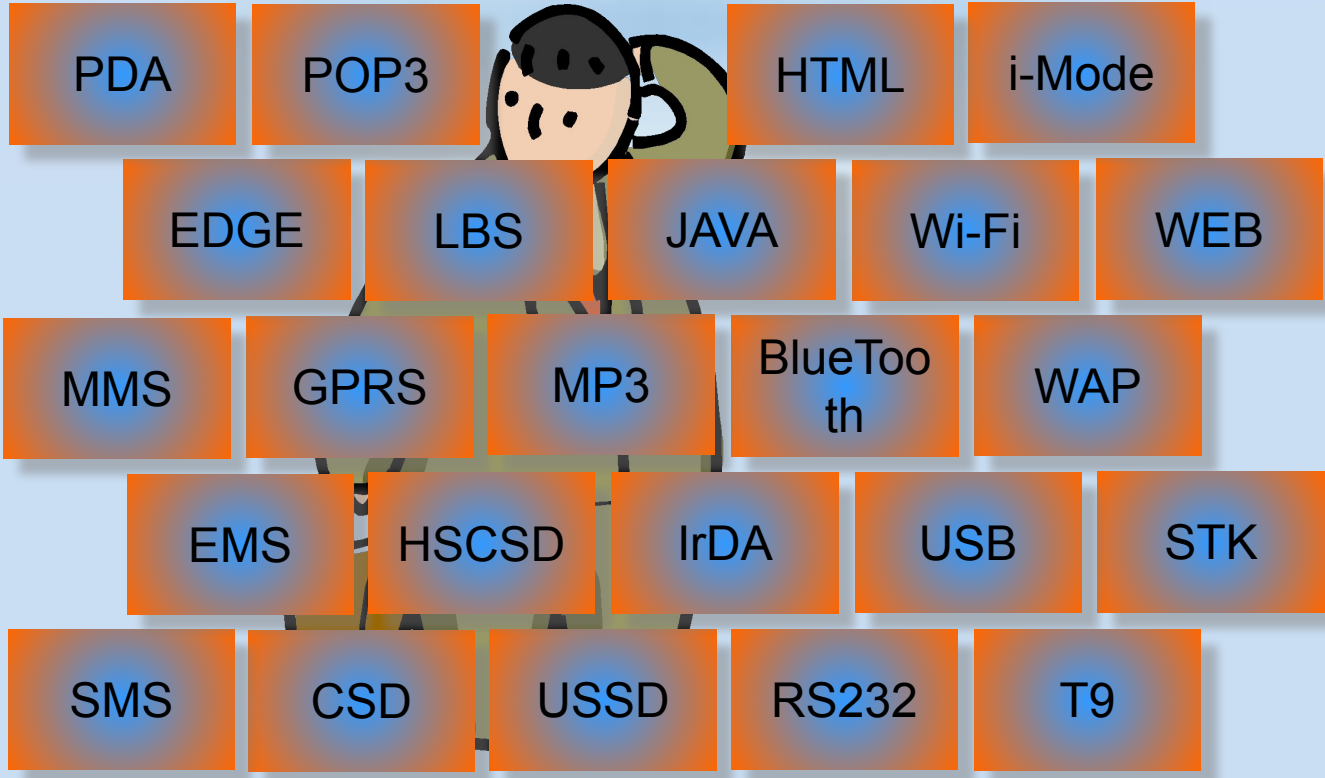


Размер экрана
2048 x 1536



Размер экрана
176 x 208

11 8 Что продают?



12 8 Что хочет потребитель?

- 4 *Общаться*
- 4 *Удовлетворить жизненные потребности*
- 4 *Обеспечить безопасность*
- 4 *Добиться признания окружающих*
- 4 *Быть в курсе последних новостей*
- 4 *Владеть нужно информацией*
- 4 *Развлекаться*
- 4 *...*

Большинство потребителей в полной мере не представляют как продаваемые им услуги удовлетворяют их потребности, и изначально не знают как ими воспользоваться

13 **8** Иерархия потребностей по Маслоу - Бусыгину



14 **8** Россияне об удовлетворении базовых потребностей

Опрос по репрезентативной выборке (N=1500, 40 субъектов РФ, 160 точек опроса), проведенный независимым исследовательским центром РОМИР в 2001г, по вопросу: **«Насколько важным для Вас является гарантированное удовлетворение базовых потребностей»**



15 8 Продвижение дополнительных услуг

4 Использование базовых потребностей:

- Использование существующих эмоциональных связей
- Демонстрация лучшей реализации (быстрее, качественнее, дешевле и т. п.)
- Адаптация интерфейса к привычному для пользователей

4 Навязывание новых потребностей:

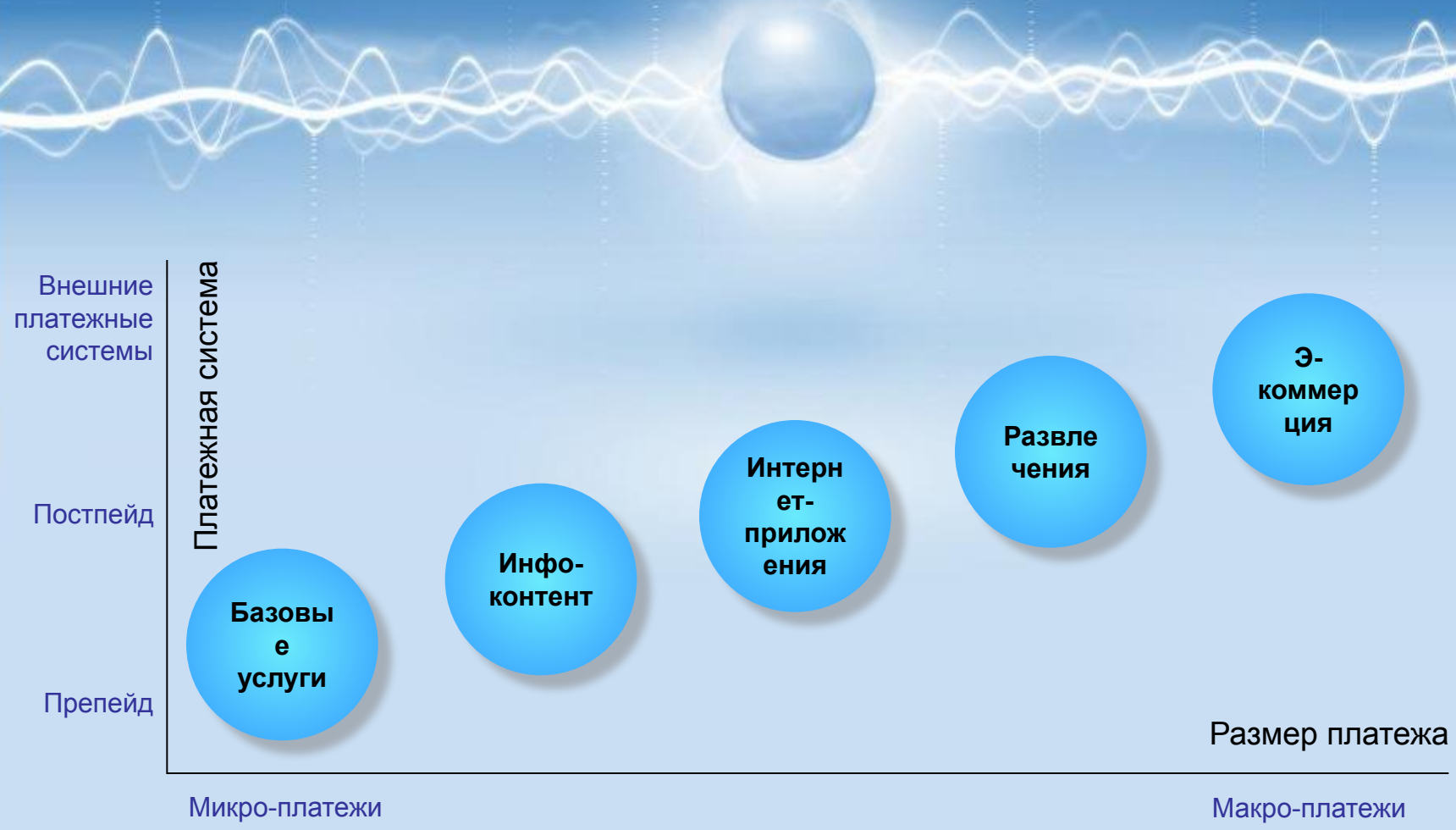
- Создание моды или статусной мотивации
- Формирование пользовательских стереотипов
- Обучение пользователей новым навыкам

Привлечение

Убеждение

Приучение

16 **8** Оплата VAS



Благодарю за внимание



Элдар Разроев

" www.razroev.ru

□ eldar@razroev.ru

(+7-095)

□(+7-903) } *razroev*

(+7-916) }

18 **8** Дополнительно...

4 Э. Разроев
«Инфокоммуникационный
бизнес: управление,
технологии, маркетинг.» -
СПб., Из-во «Профессия»,
2003. -352с., ил.

4 ISBN 5-9313-047-X

4 www.professija.ru