




RBT: казнить нельзя помиловать

Наталья Белотелова
Руководитель направления RBT, Bercut

Заслуги RBT на рынке

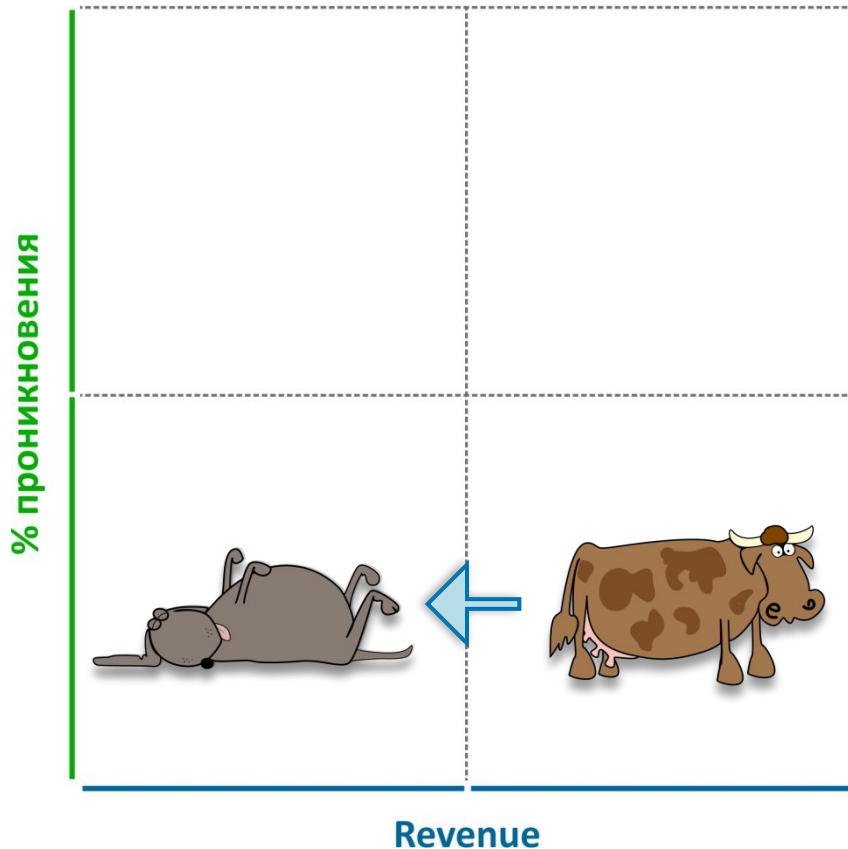
- Первый среди VAS
- Четвертый по генерации Revenue
- До 30% проникновения в России



**Но RBT всего лишь возможность платформы
заменить КПВ на что-то другое**

Что происходит

- Стагнация
- Активных пользователей очень мало
- Фатальное снижение лояльности → **ОТТОК** абонентов!



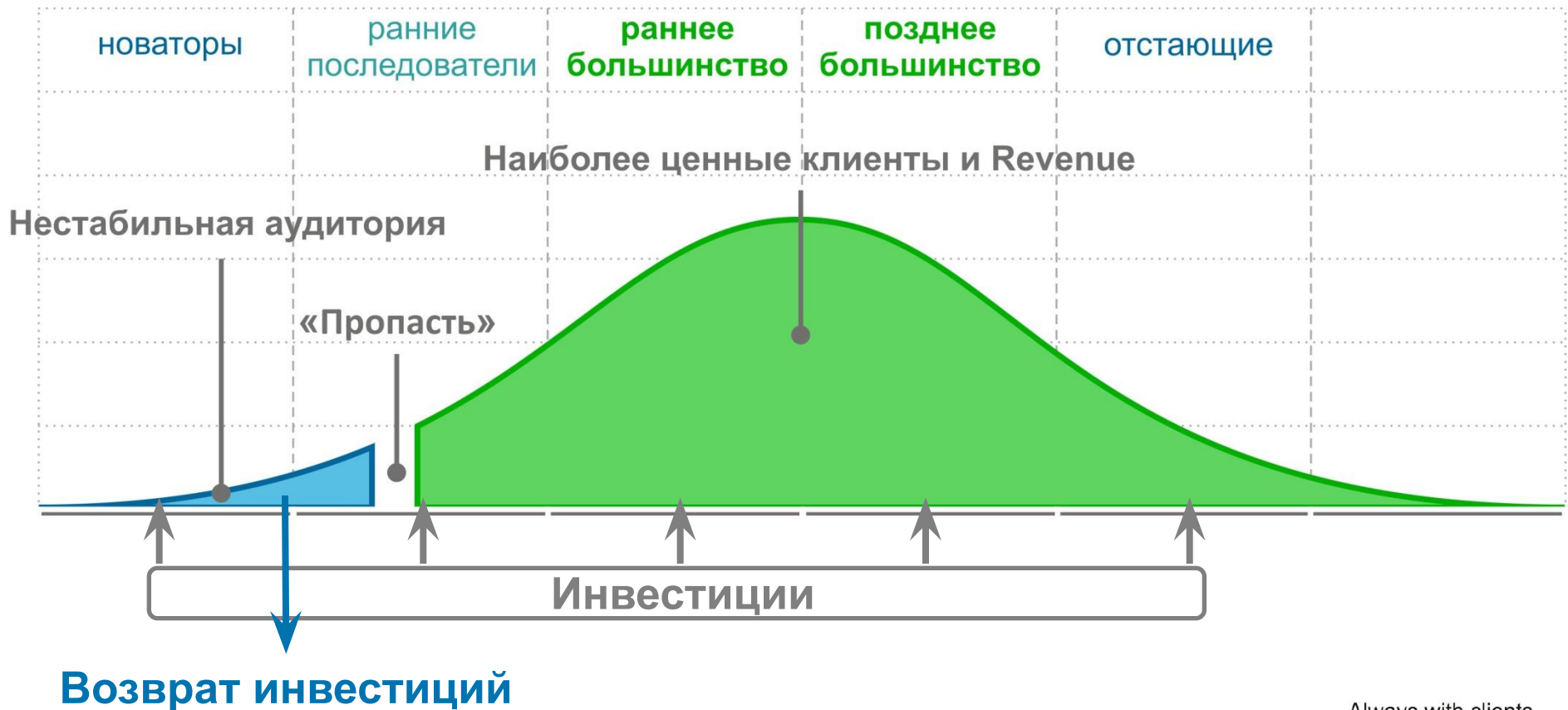
Выручка от услуги падает

ЛЕГКО

**Ничего не менять
и делать то, что и раньше**

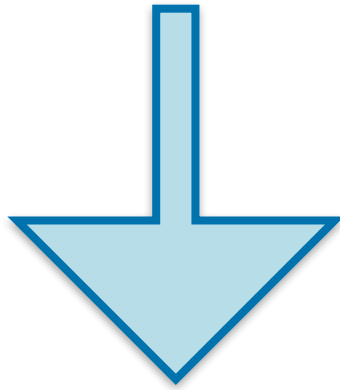
Что мы делаем не так?

- ЦА ограничили, но реклама массовая



Что делать для выживания RBT?

- Изменение в позиционировании



- Изменение в потреблении

PLAN

A

B

C

Что делать для выживания RBT?

- Изменение в позиционировании:
 - ✓ RBT не только мелодии для молодежи
 - ✓ Таргетинг, таргетинг и только таргетинг
 - ✓ Двигаться в социальные медиа
 - ✓ Не забыть про up-stream (Telco 2.0)
 - ✓ Снижать цену на ряд возможностей в услуге
- Изменение в потреблении:
 - ✓ Понимаю **ЧТО**
 - ✓ Знаю **КАК**
 - ✓ Осознаю ценность **ЗАЧЕМ**

PLAN

A

B

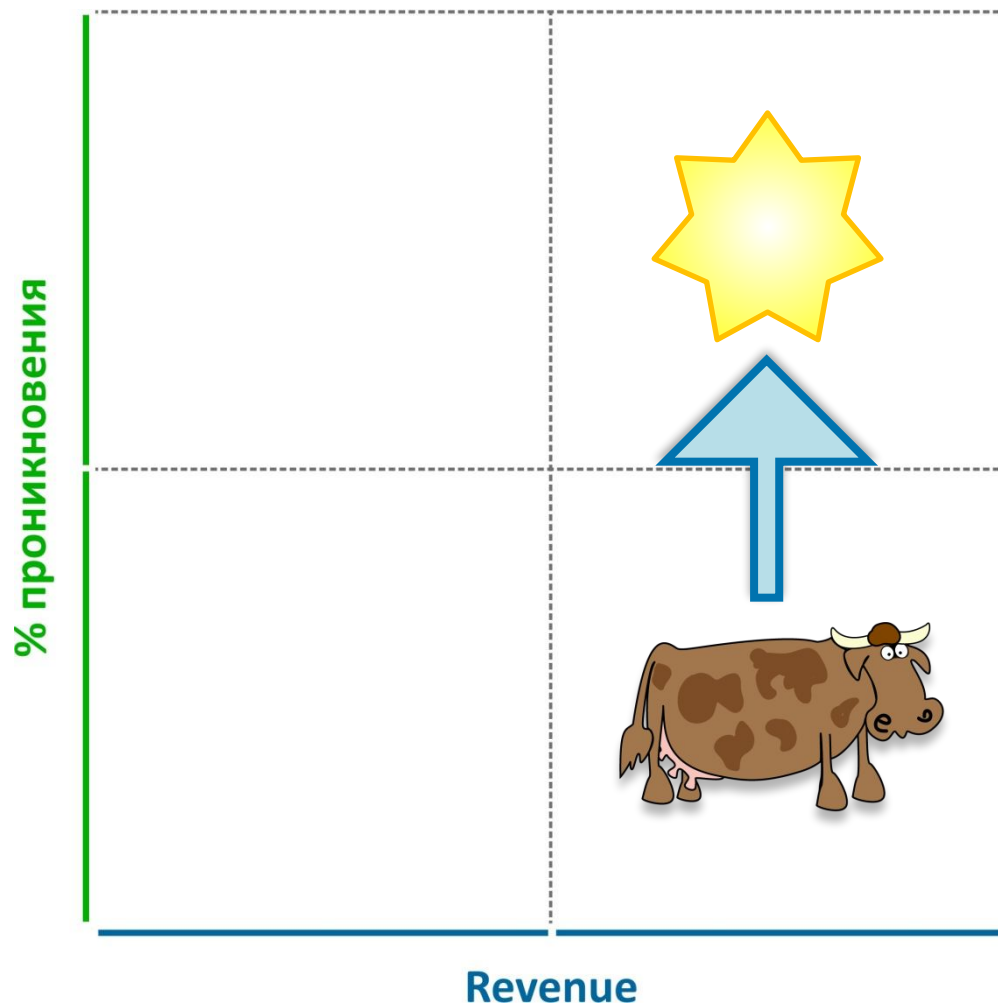
C

- Стандартный RBT – лишь часть огромной музыкальной индустрии (кросс-продажи, дополнительные продажи и рекомендации контента)
- RBT 2.0 – UGC (автоответчик, статусы и т.п. с привязкой к геолокационным и социальным сервисам)
- Рекламный контент
- Геотаргетированный контент

ГЛАВНОЕ:

У каждого абонента своя собственная уникальная услуга

Вторая жизнь RBT



А теперь – вопросы!



E-mail: Natalia.Belotelova@bercut.com

Web-site: www.bercut.com

Facebook: Natalia Belotelova

Twitter: @belotelova