



на шаг впереди

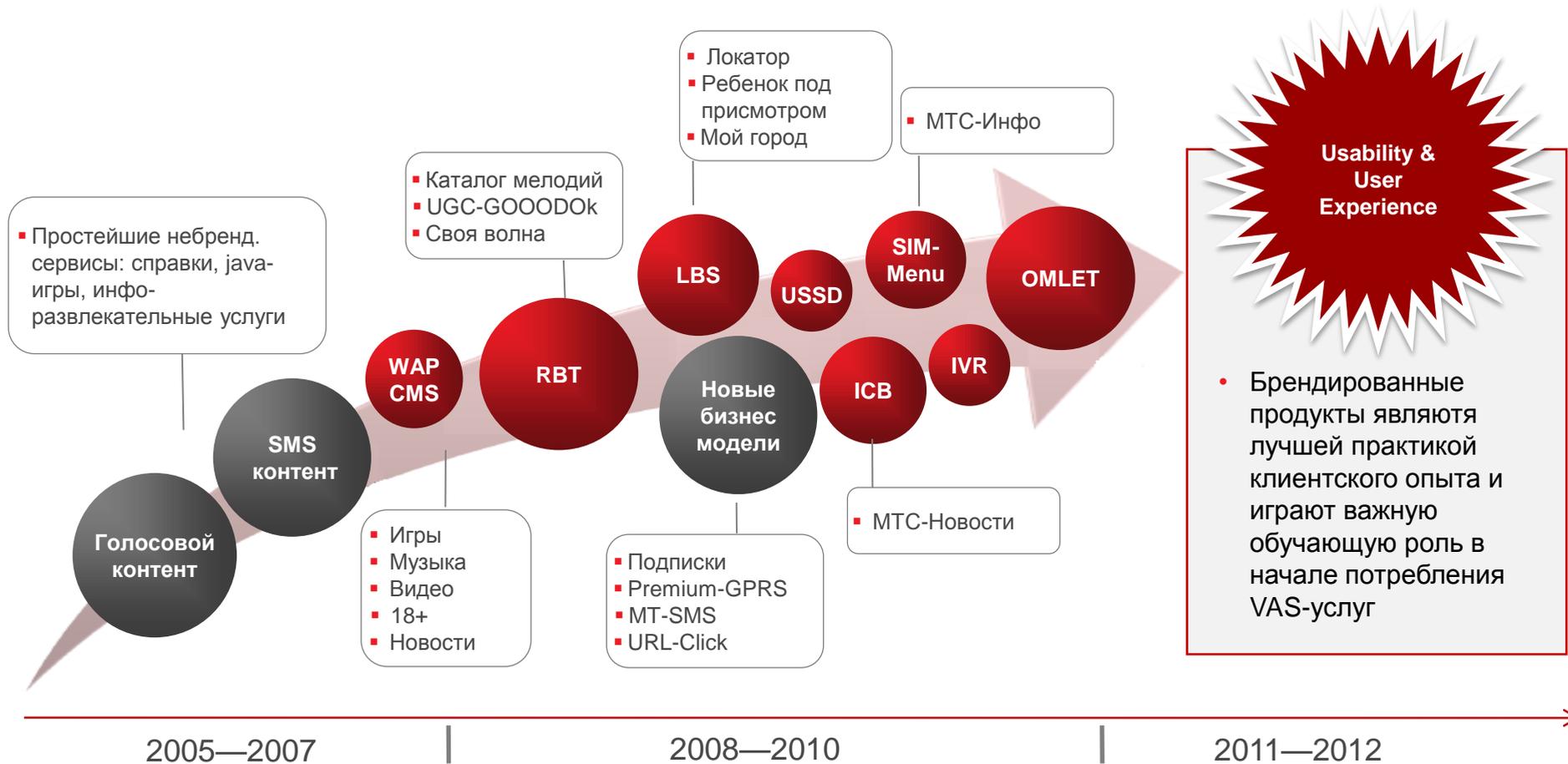
Бренди́рованный зонтик для абонента

**Маймистов Денис Игоревич
Департамент интерактивных услуг
2011 г.**



на шаг впереди

Развитие технологий мобильных операторов достигло стадии зрелости

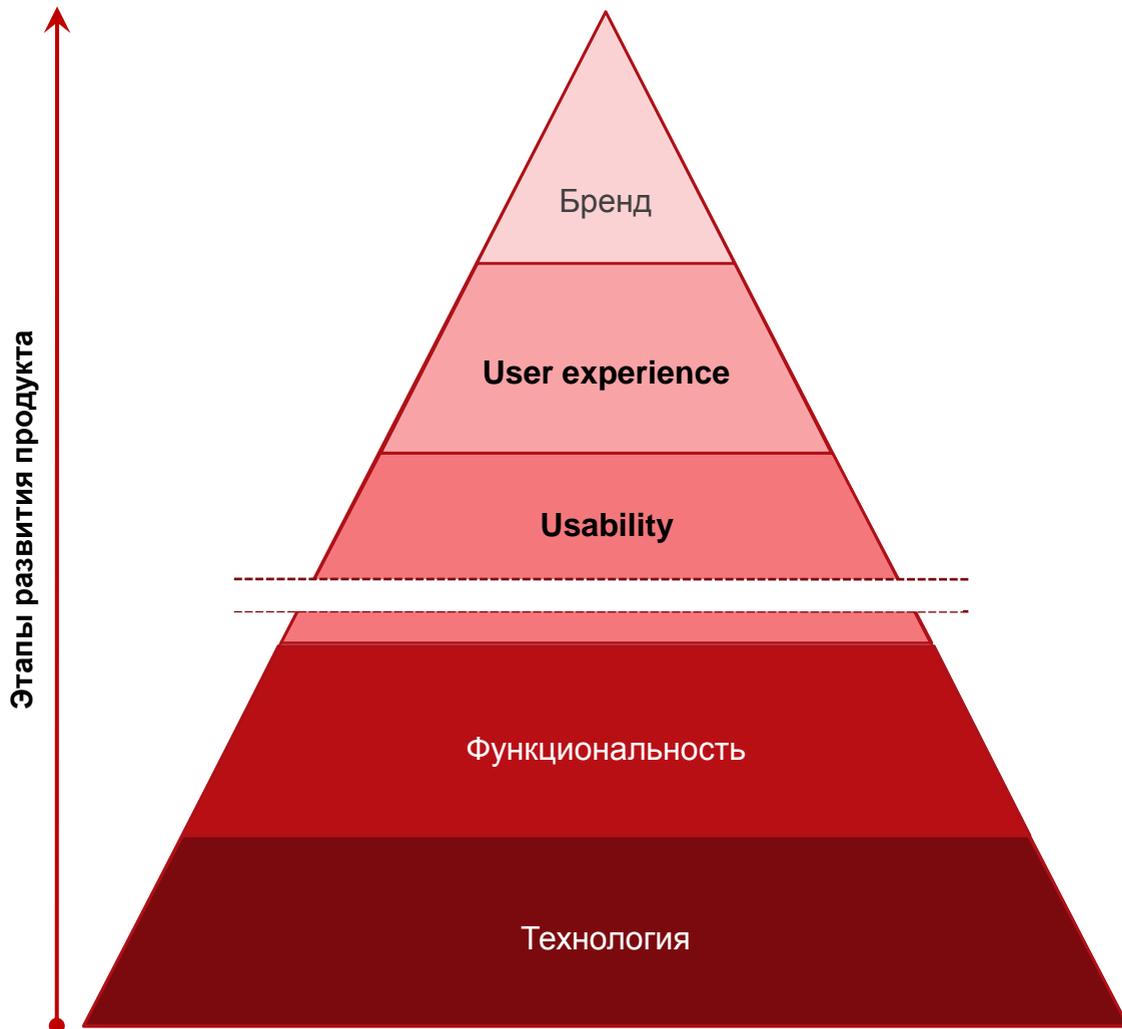


Удержания МТС лидерства на контентном рынке возможно за счет улучшения удобства пользователя и клиентского опыта существующих продуктов, сбалансированного продуктового предложения и единой стратегии его продвижения.



на шаг вперед

Для большинства контентных продуктов usability и user experience начинают играть ключевую роль в дальнейшем развитии



Роль usability и user experience в развитии рынка

- 1 Рост проникновения VAS**
 - Пользователи, получившие удобный и привлекательный сервис, многократно возвращаются и рекомендуют его своим друзьям.
- 2 Увеличение конверсии в покупки**
 - С развитием телефонов и скорости доступа в интернет появилась возможность предоставлять гораздо более совершенные сервисы. Конверсия пользователей в покупателей у таких сервисов гораздо выше.
- 3 Дифференциация от конкурентов**
 - На рынке сотни тысяч различных VAS услуг, зачастую разных только по форме, но одинаковых по содержанию. Удобство и эмоциональное восприятие абонента в текущих условиях — важный фактор конкуренции.



на шаг впереди

Сегодня контентные продукты МТС — это десятки разрозненных узко-сегментированных сервисов

Выделение слишком большого количества брендов среди контентных услуг МТС негативно влияет на юзабилити и клиентский опыт:

- Затрудняет для абонента понимание продуктового предложения МТС.
- Увеличивает затраты на маркетинговые коммуникации.
- Препятствует согласованному развитию брендированных продуктов.

Необходимо объединить все контентные продукты МТС под **несколькими зонтичными брендами**. Для упрощения восприятия предложения абонентом и оптимизации расходов на коммуникацию.



Аудитория имеет пять точек контакта для которых должна строиться продуктовая линейка контентных продуктов

Необходимые действия

Выделение ограниченного количества (пяти) зонтичных брендов

- Построение понятной для абонента продуктовой линейки интерактивных сервисов.
- Упрощение коммуникации и оптимизация затрат на продвижение.

Сквозное присутствие каждого бренда в точках контакта с аудиторией

- Повышение узнаваемости каждого из брендов.
- Возможность сегментации предложений в рамках пяти брендов, в зависимости от запросов сегмента аудитории.

Единая стратегия развития и коммуникации

- Гармоничное развитие контентных продуктов .
- Минимизация дублирования функций в рамках организационной структуры МТС.





на шаг вперед

Необходимо объединение контентных продуктов МТС под 5 зонтичными брендами для всех точек контакта с аудиторией

	Краткое описание	Включаемые продукты	Точки контакта с аудиторией
1 Omlet.ru	Мультимедийный портал Omlet.ru	<ul style="list-style-type: none">WEB-витрина контентаSet top boxVideo-streamingКаталоги контента	<ul style="list-style-type: none">Все бренд. продуктыWEB и Mobile WEBТВАбон. оборудование
2 МТС-Пульс	Мобильный сайт MTS.ru, предоставляющий доступ к интерактивным бренд. услугам	<ul style="list-style-type: none">Планета игр, Живой звук, Смотри Он-лайн*111#Голосовой портал 0770	<ul style="list-style-type: none">Мобильный интернетАбон. ОборудованиеГолосовые вызовы
3 i-MTS	Инновационные продукты и бизнес-модели МТС	<ul style="list-style-type: none">МТС-ПоискМобильная коммерцияМобильная рекламаУчись с МТС	<ul style="list-style-type: none">Мобильный интернетWEBАбон. оборудование
4 Интерактив	Продукты МТС предустанавливаемые на телефоны, планшеты и т.п.	<ul style="list-style-type: none">МТС-ИнфоМТС-НовостиJava-Space, J-DriveКастомизация	<ul style="list-style-type: none">Абон. оборудование
5 GOODOK	Сервисы построенные на базе услуги GOODOK	<ul style="list-style-type: none">Витрина 0550UGC -GOODOKСвоя волнаGOODOK Bonus	<ul style="list-style-type: none">Абон. ОборудованиеГолосовые вызовы



на шаг впереди

МТС Пультс — новый зонтичный бренд МТС, который объединяет в себе все порталные контентные сервисы оператора

The image displays three screenshots of the MTS Pulse mobile application interface. Each screenshot shows a different view of the app, highlighting its diverse content and service offerings.

- Left Screenshot:** Shows the main menu with categories like 'Услуги' (Services), 'Контент' (Content), and 'Интернет' (Internet). It features a search bar, a 'МТС Рекомендуем' (MTC Recommend) section with icons for MTC Bonus, Auto, Business, and News, and a 'Качай видео' (Download video) section.
- Middle Screenshot:** Shows a 'Контент' (Content) view with a list of items for purchase or download, such as 'Депестками слез' (Download music, 69 kopecks), 'ST - девочка с периферии' (Purchase video, 75 rubles), and 'Техасский Холдем' (Purchase game, 110 rubles).
- Right Screenshot:** Shows a 'Контент' (Content) view with a 'Настройка' (Settings) button, a 'RuTube' section, a 'Курсы валют ЦБ РФ' (Exchange rates) table, a 'ВЗГЛЯД' (Viewpoint) news article, and a 'YouTube' section.

Ключевые особенности:

- Все порталные услуги в рамках единого продукта.
- Много вариантов верстки под разные телефоны.
- Контент и сервисы собираются «движком» от десятков партнеров по xml и доступны абонентам в едином дизайне.
- Уникальный раздел с виджетами web-порталов, возможность настроить отображение и платить за трафик только при переходе на web-сайт.



на шаг впереди

Объединение продуктов под зонтичными брендами решает множество проблем

Текущий статус

Результат

1

**Аудитория
брендированных
продуктов**

- Аудитория «размазана» по множеству продуктов, что затрудняет управление и монетизацию

Аудитория объединена в рамках единой точки входа

2

**Доходы от
интерактивных
сервисов**

- Невозможность внедрить качественную рекомендательную систему и единую бонусную программу негативно влияет на доходы

За счет cross-продаж и общей бонусной программы доходы увеличатся на 20%

3

**Расходы на
маркетинговые
коммуникации**

- Необходимость коммуницировать множество разрозненных продуктов и сложность продвижения новых предложений

Экономия рекламного бюджета до 60%

4

**Лучший клиентский
опыт**

- Разные интерфейсы продуктов, разрозненное информирование и пользовательские сценарии усложняют взаимодействие абонента с брендированными продуктами

Все продукты представлены в едином интерфейсе с лучшим юзабилити