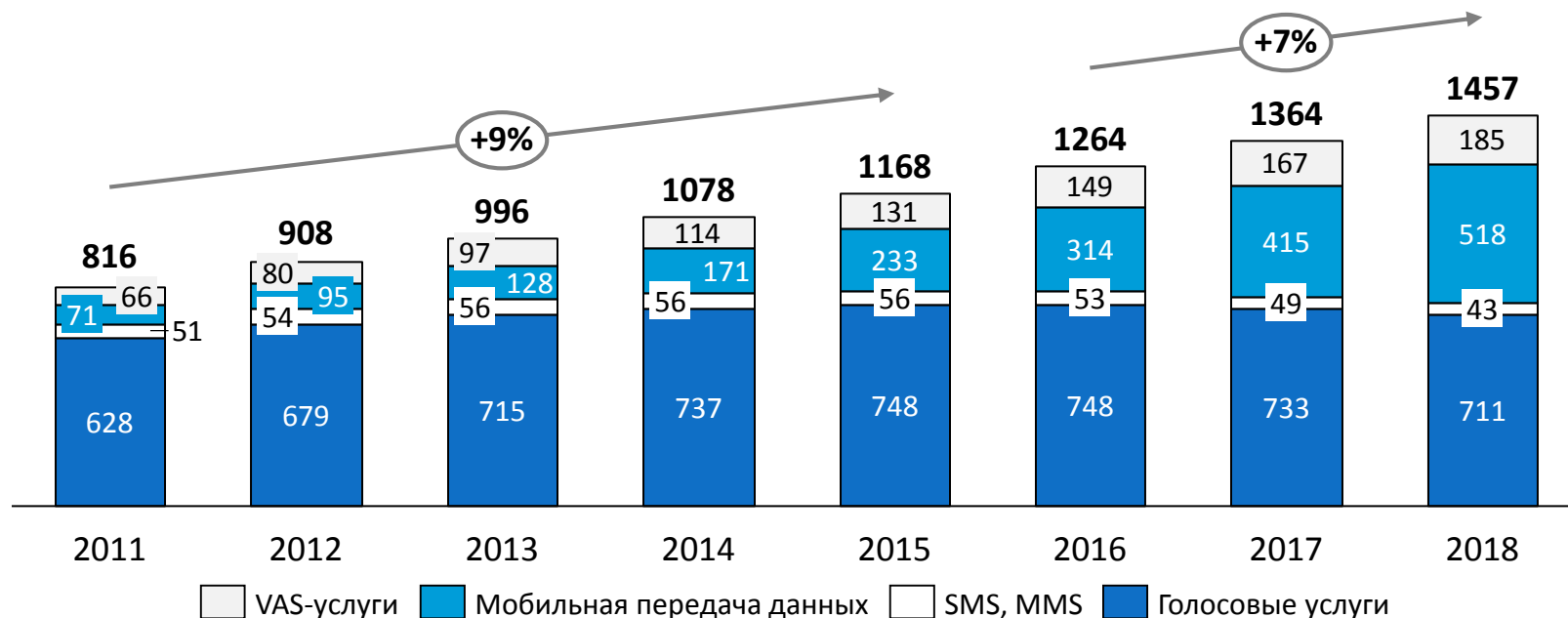




# Сужение рынка мобильной связи: что дальше?

# Рост российского рынка мобильной связи замедляется из-за отрицательной динамики традиционных услуг

Российский рынок мобильной связи, млрд. руб.



1

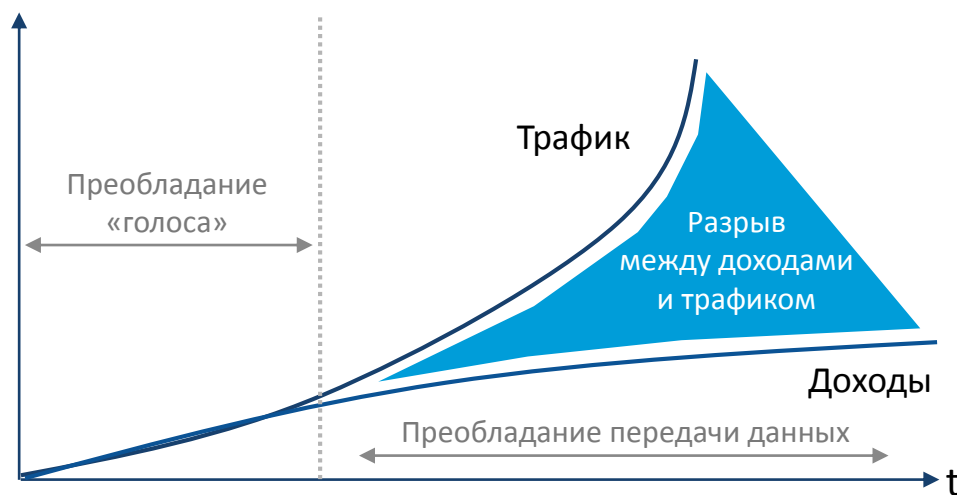
Рост за счет сегментов связанных с мобильной передачей данных (мобильный интернет, мобильный контент, M2M решения, мобильная реклама)

2

Каннибализация “голоса” и SMS/MMS мобильными OTT приложениями

# Будущее мобильных операторов лежит в улучшении качества обслуживания и развитии цифровых услуг

## 1 Темпы роста выручки не совпадают с развитием мобильного интернета



- Рост «тяжелого» трафика (TV и видео)
- Развитие mPayment и мобильной рекламы
- Потребность бизнеса в облачных технологиях
- Интерес к M2M и технологиям мобильного предприятия

- Клиентоориентированная модель взаимодействия с пользователем в сегменте digital
- Поколение абонентов, которые выросли в эпоху интернета и имеют высокие требования к сервису

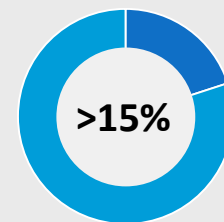
## 2 Опрос мобильных операторов показал возможность увеличения доли цифровых услуг

Какую долю в выручке Вашей компании займут цифровые услуги через 5 лет?



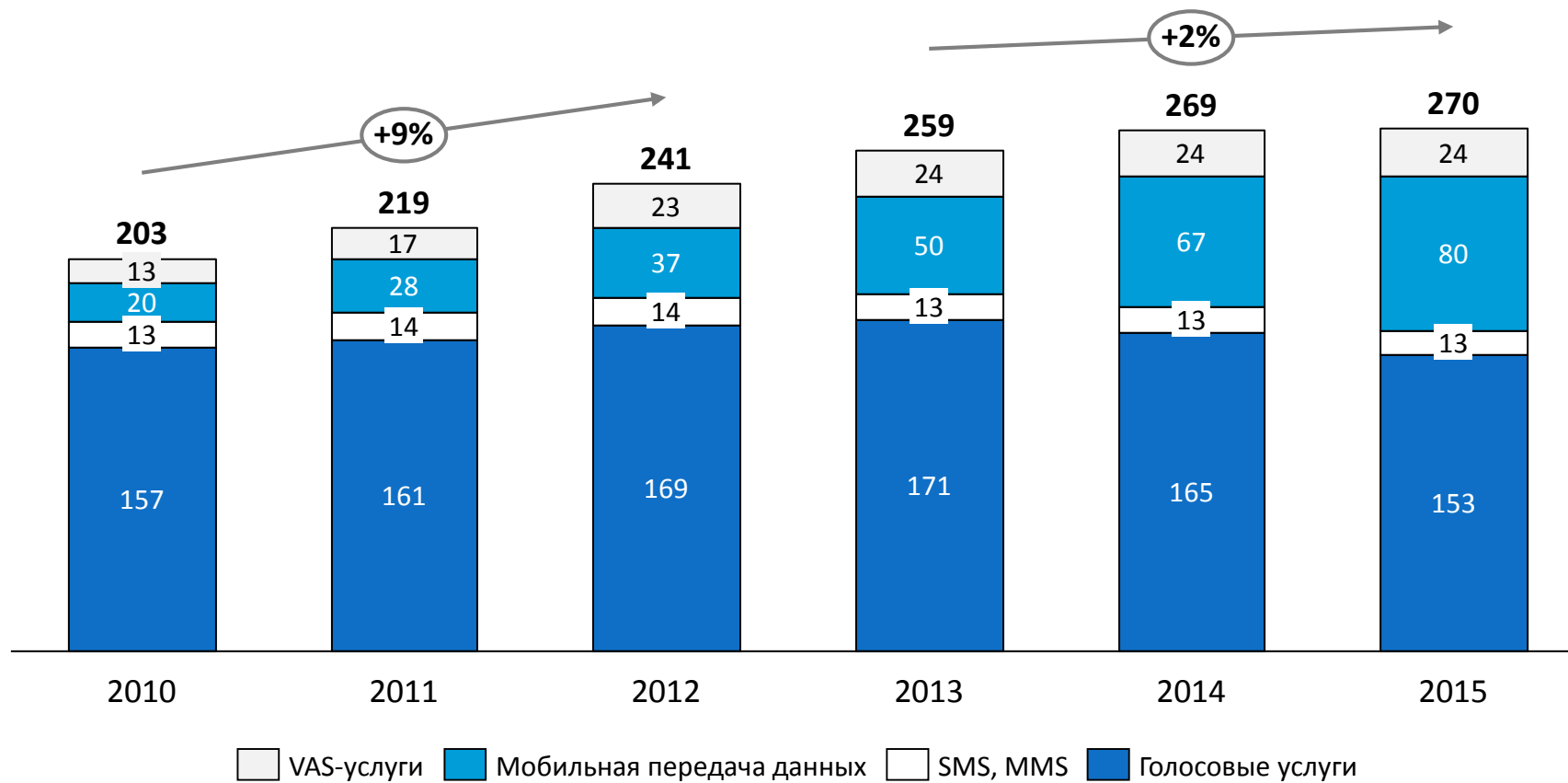
К 2020 г. цифровые услуги способны обеспечить более 15% выручки оператора при условии:

- ✓ Повышения качества собственных сервисов
- ✓ Стратегического партнерства с OTT компаниями



# Снижение выручки МегаФона от традиционных услуг компенсировалось ростом доходов от передачи данных

Выручка ПАО “Мегафон” по услугам мобильной связи, млрд. руб.



# МегаФону стоит сфокусироваться на быстрорастущих сегментах и удерживать доходы от традиционных услуг ...

## 1 Стратегия на рынке традиционных услуг

---

- ✓ Удержание доходов
- ✓ Конкуренция не с другими мобильными операторами, а с OTT приложениями
- ✓ Переход от ценовой конкуренции к стимуляции пользования за счет оптимизации тарифных опций

## 2 Стратегия на рынке МПД и VAS-услуг

---

- ✓ Активное наращивание доходов
- ✓ Улучшение предложения для абонентов за счет технологического лидерства на рынке 4G/LTE
- ✓ Развитие цифровых услуг

## 3 Стратегия продвижения услуг и повышения лояльности

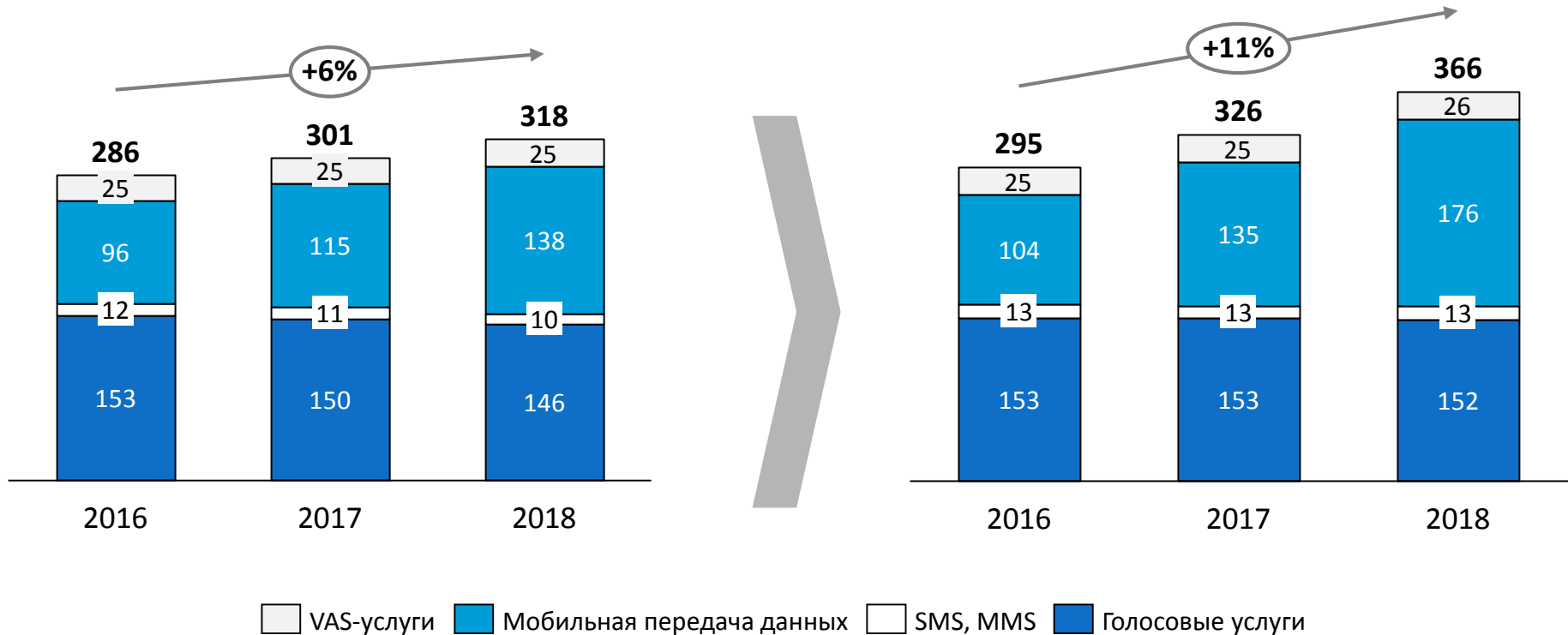
---

- ✓ Демонстрация возможностей новых технологий и роли мобильного оператора в современной жизни
- ✓ Информирование абонентов об услугах и приложениях
- ✓ Персональные рекомендации на основании активности
- ✓ Внедрение элементов геймификации

# ... что позволит увеличить среднегодовой рост доходов от мобильной связи с 6% до 11%

## Базовый сценарий

## Перспективный сценарий



# Для удержания доходов от традиционных услуг необходимо использовать недостатки и особенности OTT приложений

Объем рынка мобильного голоса, млрд. минут



Объем рынка мобильных сообщений, млрд. шт.



## Недостатки и особенности OTT приложений

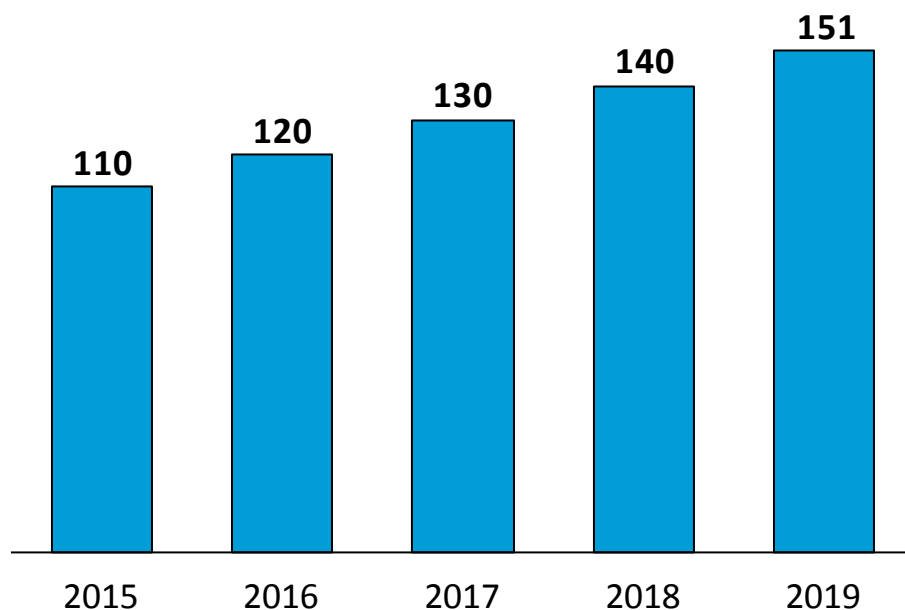
- Требуется установка дополнительных приложений
- Требуется наличие мобильного интернета
- Высокая доля звонков и сообщений внутри ближнего круга общения
- Повышенный расход энергии батареи

## Предложения по оптимизации тарифов

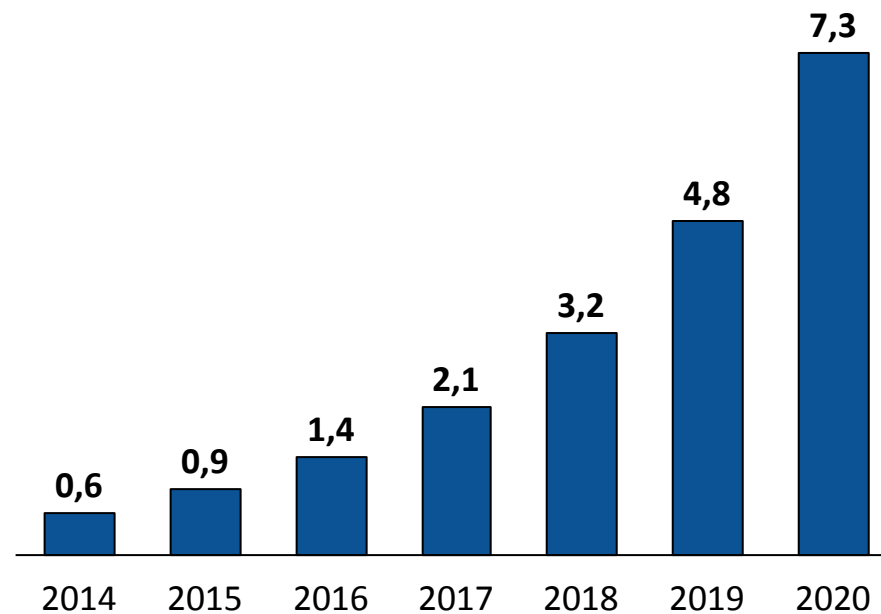
- ✓ Увеличение количества любимых номеров для звонков с 2 до 5-10 и
- ✓ Опция «любимый номер» для SMS в дополнение к SMS-пакетам позволят абонентам реже использовать мессенджеры для общения с родными и близкими

# В ближайшие годы прогнозируется рост трафика и абонентской базы мобильной передачи данных

Активные абоненты МПД, Россия,  
млн. SIM карт



Трафик МПД, Россия,  
ГБ/мес./устройство



1

Рост числа активных пользователей и доли устройств, поддерживающих 4G/LTE

2

Рост средних скоростей и как следствие просмотра видео



# Набор абонентов и увеличение ARPDU за счет стимуляции активного пользования ускорит рост доходов от МПД

	Описание	Почему необходимо
Регулярное увеличение размера пакетов	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Ежеквартальный или ежегодный пересмотр размеров пакетов трафика</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Рост средних скоростей и потребления трафика не должен влиять на расходы пользователей</li><li>✓ Предоставит конкурентное преимущество</li></ul>
Улучшение опций для смартфонов	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Тарифные опции для смартфона должны быть аналогичны опциям для планшетов</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Граница между смартфонами и планшетами стирается</li><li>✓ Позволит увеличить активность текущих и привлечь новых абонентов</li></ul>

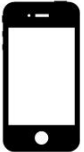







# Небольшие изменения в продвижении услуг МегаФона позволят увеличить их использование и повысить лояльность абонентов

	Идея	Ценность для клиента	Ценность для МегаФона
	Создать интерактивный стенд в офисах продаж, демонстрирующий возможности носимой электроники и роль мобильного оператора в современной жизни	<ul style="list-style-type: none"> <li>Клиенты узнают о новых технологиях и видят тенденции будущего</li> <li>Растет интерес к развитию технологий</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Рост продаж носимой электроники</li> <li>Увеличение силы бренда МегаФона за счет понимания клиентом возможностей, которые открывает оператор</li> </ul>
	Предлагать на главной странице личного кабинета на сайте и в мобильном приложении медиа контент и показывать информацию об услугах и приложениях МегаФона	<ul style="list-style-type: none"> <li>Подборка релевантных для абонента видео, музыки и электронных изданий</li> <li>Абонент узнает о сервисах, предлагаемых МегаФоном, и получает рекомендацию о подключении услуг, основанную на его активности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Улучшение информирования абонентов о предоставляемых услугах</li> <li>Рост использования цифровых сервисов</li> <li>Повышение лояльности абонентов</li> </ul>
	Добавить элементы геймификации в личном кабинете на сайте и в приложении	<ul style="list-style-type: none"> <li>Информирование о стимулирующих акциях и участие абонента в них</li> <li>Игровые элементы способствуют самовыражению</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Повышается вовлеченность и лояльность абонентов</li> <li>Прирост абонентов за счет рекомендаций</li> </ul>
	Улучшить и продвигать «МультиФон» в B2B и B2C сегментах	<ul style="list-style-type: none"> <li>Низкая стоимость звонков</li> <li>Сохранение мобильного номера</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Привлечение доходов, получаемых ОТТ компаниями</li> <li>Повышение лояльности абонентов</li> </ul>
	Бесплатная SMS-рассылка с полезной информацией	<ul style="list-style-type: none"> <li>Абонент сам выбирает тематику (Языки, Погода, Бизнес и Экономика)</li> <li>Удобство и регулярность информации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Повышение лояльности абонентов</li> </ul>



ПРИЛОЖЕНИЕ

# Профиль активного пользователя мобильного интернета (Россия, 2014 г.)

Тип устройства		Активные абоненты		Трафик	
		Количество, млн	Изменение за год	Средний трафик, ГБ/мес.	Изменение за год
	Смартфон	 52,6	+41%	1,2	+85%
	Мобильный телефон	 22,3	-33%	0,1	+50%
	Модем	 14,5	+5%	5,4	+28%
	Планшетный ПК	 9,7	+86%	2,2	+59%



# Сравнение приложений

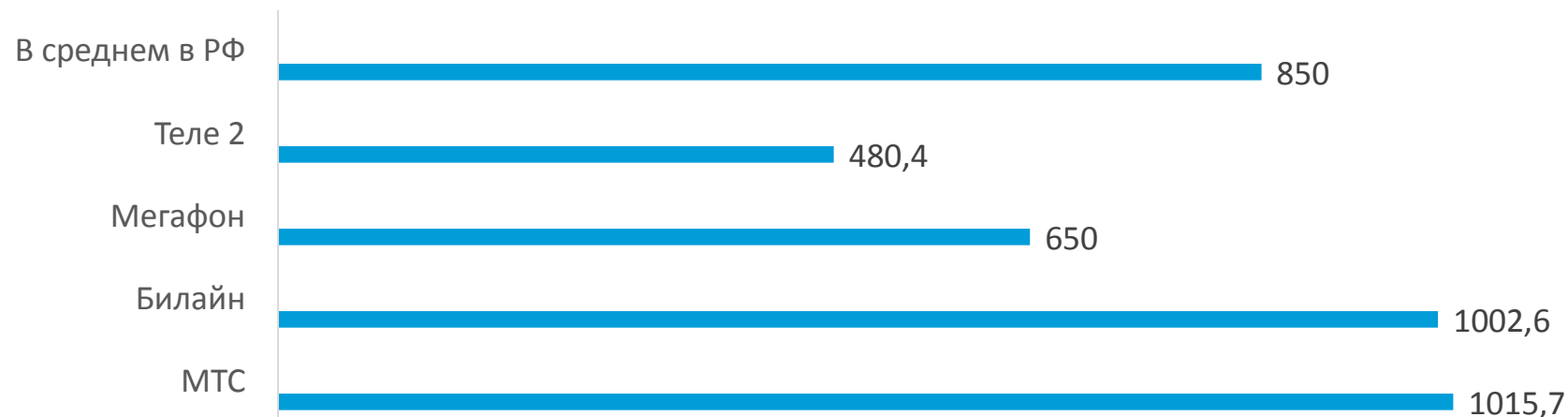
Приложения	Мегафон	МТС	Билайн
Личный кабинет	«МегаФон» Личный кабинет	«Мой МТС»	«Мой Билайн»
Облако B2C	«МегаДиск»	«МТС Вторая память»	
ТВ и кино	«Мегафон ТВ»	«МТС ТВ» «МТС Кино»	«Билайн ТВ»
Музыка	«Trava.ru»	«МТС Music»	«Музыка Билайн» «Волна»
Локатор	«Радар» «МегаФон Трекер»	«МТС Локатор» «Где дети»	«Билайн Локатор» «Жучок»
Звонки через Интернет	«МультиФон»	«МТС Connect»	
Билеты в кино	«Кино.Мегафон»		«Билеты в кино»
Игры	«MegaRace»		
Управление устройствами	«Мультипульт»		
Замена гудка		«МТС GOOD'OK»	«Замени гудок»
Мобильный банк		«МТС Банк»	
Книги и пресса		«МТС Книги» «МТС Пресса»	«Билайн.Киоск»
Платежи		«Легкий платеж»	«Card Beeline»
Скидки		«Скидка дня»	
Видеонаблюдение		«MGTS.My Cam» «MGTS.Office Cam»	
Местонахождение сотрудников		«Мобильные сотрудники МТС» «МТС Координатор»	«Билайн Трекер»
Языки			«Иностранные языки Билайн»
Оплата штрафов			«Автоштрафы»
Знакомства			«1+1»

# Сравнение предоставляемых сервисов основных игроков телекоммуникационного рынка в России

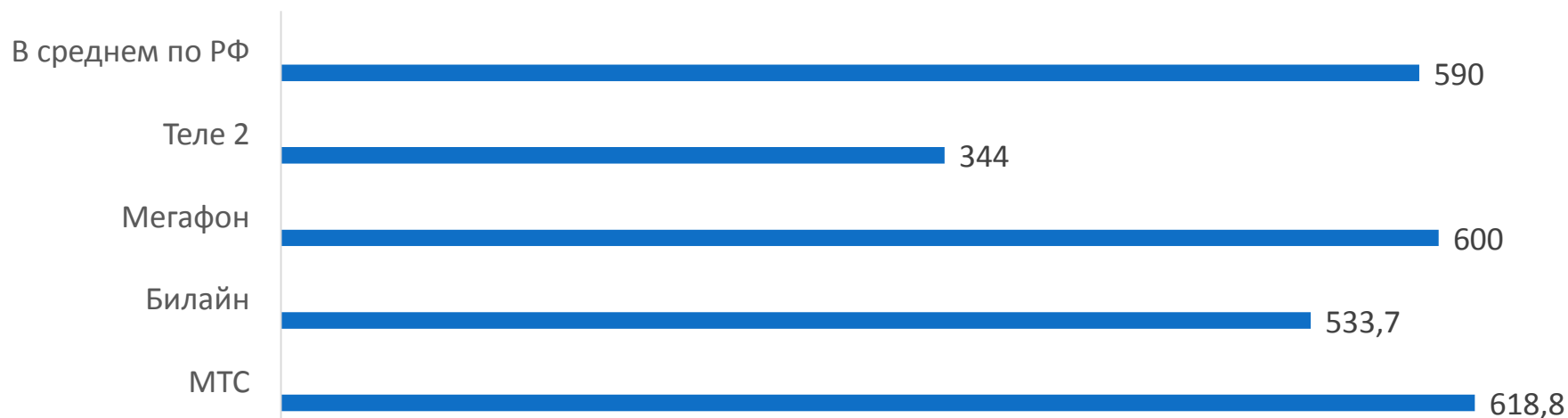
Сервис	МТС	Билайн	Мегафон	TELE2
SMS-рассылка	+	+	+	+
Корпоративная моб.связь	+	+	+	+
Мобильный интернет	+	+	+	+
Телефония 8-800	+	+		+
Аренда каналов связи в ЦОД	+	+	+	
Облачные решения	+	+	+	
M2M и мониторинг	+	+	+	
Отраслевые решения	+	+	+	
Специальное оборудование	+	+	+	
Электронная подпись	+		+	
Система интеграция	+	+		
Корпоративный Good-ок	+	+		
Единый короткий номер	+			
Управление корпоративной связью	+	+	+	
Анализатор счёта	+		+	
Мультифон			+	

# Стоимость федеральных корзин основных конкурентов рынка телекоммуникаций России

Стоимость федеральной корзины «Универсал», руб.



Стоимость федеральной корзины «Интернет», руб.



# Сравнение отраслевых решений для бизнеса

Отрасль	МТС	Билайн	Мегафон
Интернет-магазины		+	
Такси и служба доставки	+	+	
Гостиницы и туризм		+	
Отдых и развлечения		+	
Оптовая и розничная торговля	+	+	+
Рестораны и общепит		+	+
Банки, страхование и финансы	+	+	
Недвижимость	+	+	
Транспорт и логистика	+	+	+
Технологии и IT	+	+	
Строительство	+	+	
Безопасность	+	+	
Промышленность		+	+



# Качество связи сотовых операторов в Москве и Санкт-Петербурге

Показатель	Норм. требования	«Билайн»	«Мегафон»	МТС
<b>Москва</b>				
Доля неуспешных голосовых соединений, %	не более 5	3,9	3,6	4,6
Доля обрывов голосовых соединений, %	не более 5	0,9	0,7	1,4
Средняя разборчивость речи на соединение (от 1 до 5)	не менее 2,6	4,2	4,1	4,2
Доля неразборчивых голосовых соединений, %	не более 9	1,1	1,5	1,4
Среднее время доставки СМС-сообщения, сек.		2	2,9	2,4
Доля неуспешного TCP/IP-соединения, %	не более 6	6,3	4,9	6,8
Среднее значение скорости передачи данных, Мбит/с	не менее 0,08	2,38	2,45	4,9
Продолжительность успешной сессии, мс		48,1	45,9	42,1
<b>Санкт-Петербург</b>				
Доля неуспешных голосовых соединений, %	не более 5	2,4	3,2	3,4
Доля обрывов голосовых соединений, %	не более 5	1,5	1,4	1,8
Средняя разборчивость речи на соединение (от 1 до 5)	не менее 2,6	4,2	4,2	4,2
Доля неразборчивых голосовых соединений, %	не более 9	0,7	1,5	1,3
Доля неуспешного TCP/IP-соединения, %	не более 6	7,5	6,7	6,5
Среднее значение скорости передачи данных, Мбит/с	не менее 0,08	1,42	1,61	1,43
Продолжительность успешной сессии, мс		32	96	80

# Сравнение качества связи

Оператор	Количество блокировок звонков	Количество обрывов	«Среднее время установления соединения» представляет собой сумму расчетов по всем технологиям GSM, 3G, LTE	По средней скорости передачи данных к абоненту в сетях LTE	По средней скорости передачи данных от абонента в сетях LTE	Загрузка данных Speedtest по московскому региону
Мегафон	1 из 540	1	около 5 тыс. мс	снизилась с 13,9 до 11,7 Мб/с	9,3 Мб/с	4,7 Мб/с
МТС	8 из 538	0	6 тыс. мс	снизилась с 13,3 до 12,8 Мб/с	9,5 Мб/с	7,5 Мб/с
Билайн	2 из 552	1	около 5 тыс. мс	выросла с 10,6 до 11,4 Мб/с	13,3 Мб/с	5,4 Мб/с
Tele2	0	2	около 3,8 тыс. мс (нет GSM)	11,5 Мб/с	8,5 Мб/с	6,7 Мб/с

- ✓ «МегаФон» стал лучшим оператором по качеству голосовой связи в Москве, на втором месте с незначительным отставанием — Tele2.
- ✓ Минимум блокировок и обрывов звонков продемонстрировал оператор «МегаФон», на втором месте — бренд Tele2. Третье место по качеству связи занял «ВымпелКом» (бренд «Билайн»), последнее — оператор МТС.

# Международные конкуренты

Место	Название компании	Страна	Количество абонентов, млн чел.
1	China mobile	Китай	720,3
2	Vodafone	Великобритания	403,9
3	America Movil	Мексика	261,6
...	...	...	..
18	MTC		110

Сервис	China Mobile	Vodafone	Bharti Airtel	Telefonica
Мобильная связь	+	+	+	+
Междугородная и международная связь	+	+	+	+
SMS/MMS	+	+	+	+
IP-VPN		+		
Интернет	+	+	+	+
M2M		+	+	+
Конференц-связь			+	
Облачные технологии		+	+	+
Цифровые услуги			+	
Центр обработки данных		+		
Мобильный документооборот		+	+	