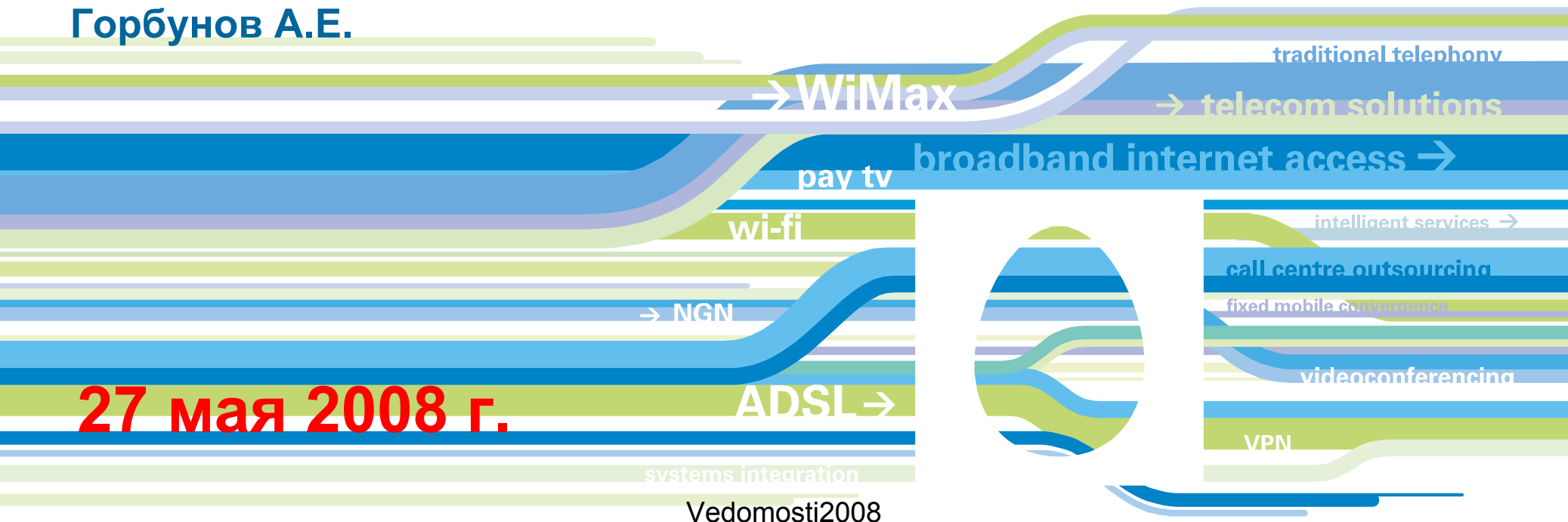


# На пути к мультимедийным услугам в каждой квартире: стратегия развития группы в Москве

Вице-Президент по стратегии и развитию Комстар-ОТС

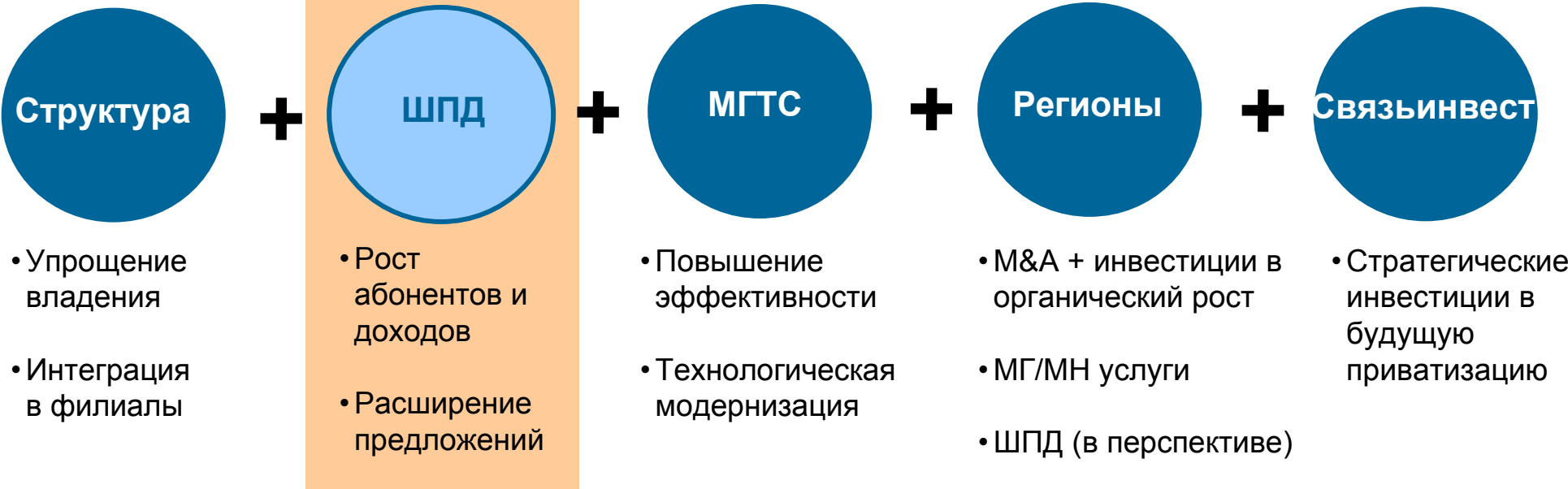
Горбунов А.Е.





- универсальный оператор с выручкой 1,5 млрд. USD
- акции обращаются на LSE (CMST), капитализация – >4 млрд. USD
- лидер на рынке ШПД Москвы
- владелец 25%+1 акция ОАО «Связьинвест»

## Стратегия «ПЯТЬ УГЛОВ АТАКИ»

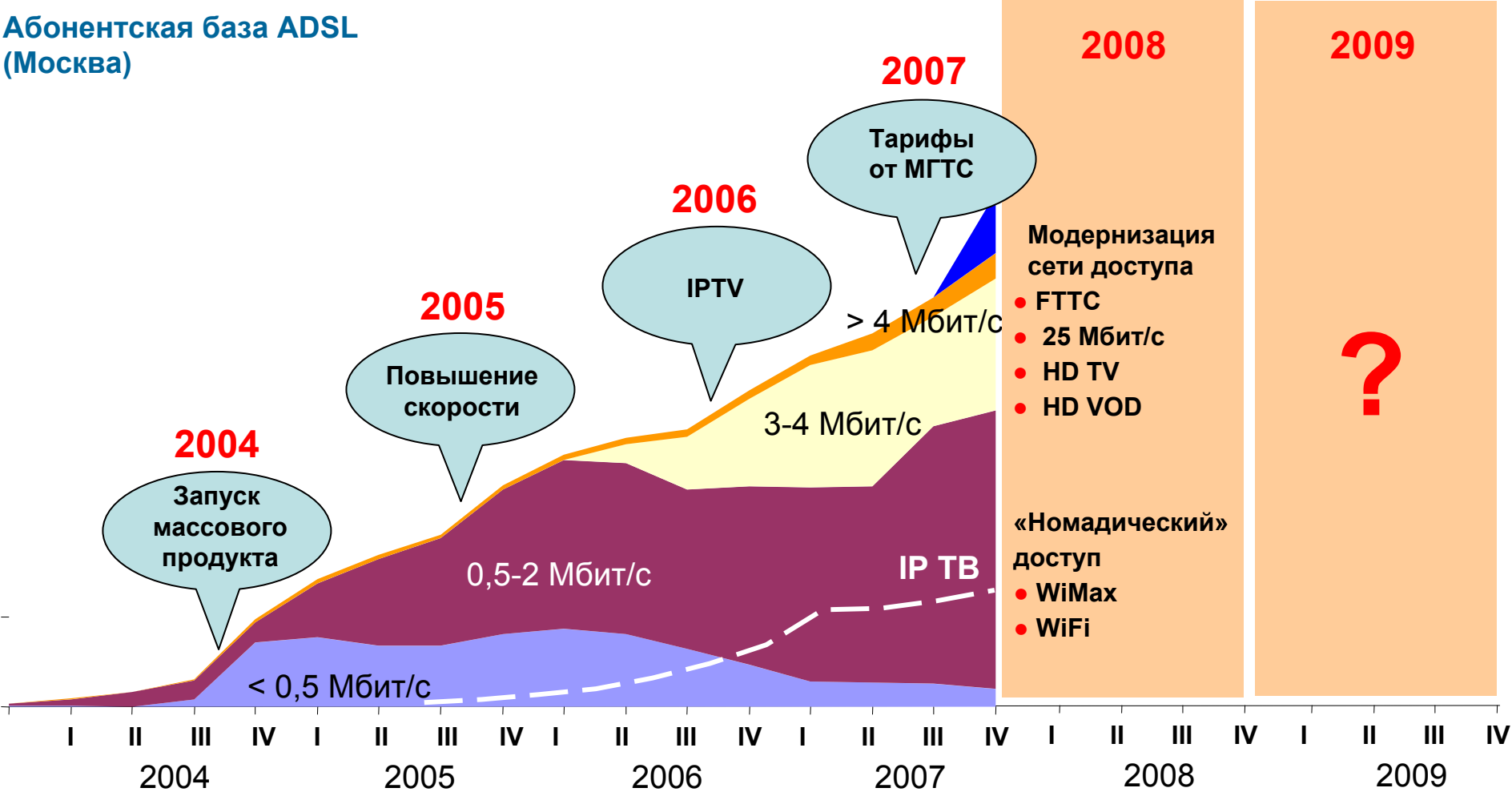


**Как и для большинства операторов связи для группы Комстар развитие широкополосного доступа является ключевым направлением развития**

# СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ КОМСТАР В ШПД



Абонентская база ADSL  
(Москва)



**Рынок ШПД в Москве достиг высокого проникновения (уровня развитых стран). Фокусом в 2008 г. для Комстар являются модернизация сети доступа и запуск полноценного беспроводного доступа**

# ЭВОЛЮЦИЯ РЫНКА (МОСКВА)



Проникновение

Скорость

ТВ

## Факторы роста рынка

Беспроводной доступ

Новые источники дохода

2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
------	------	------	------	------	------	------	------

Охват

Цены

Сервис

## Факторы доли рынка

Уникальные услуги

**Резерв роста размера рынка за счет проникновения и повышения скорости будет исчерпан в 2008-09 гг., в дальнейшем рост доходов и удержание абонентов будут зависеть от формирования новых уникальных услуг**



## НЕСКОЛЬКО ЛЕТ НАЗАД

## 2008 Г.

**Местные звонки**

- Фиксированная плата (один тариф) – субсидирование за счет коммерческих организаций

- Три тарифа

**Местные звонки на мобильные**

- Оплата принимающей стороной (мобильным абонентом)

- СРР

**МГ/МН звонки**

- Монополия с регулируемым тарифом

- Демонополизация

**Интернет**

- Премиальная услуга с высоким уровнем цен

- Массовый конкурентный рынок с низкими ценами

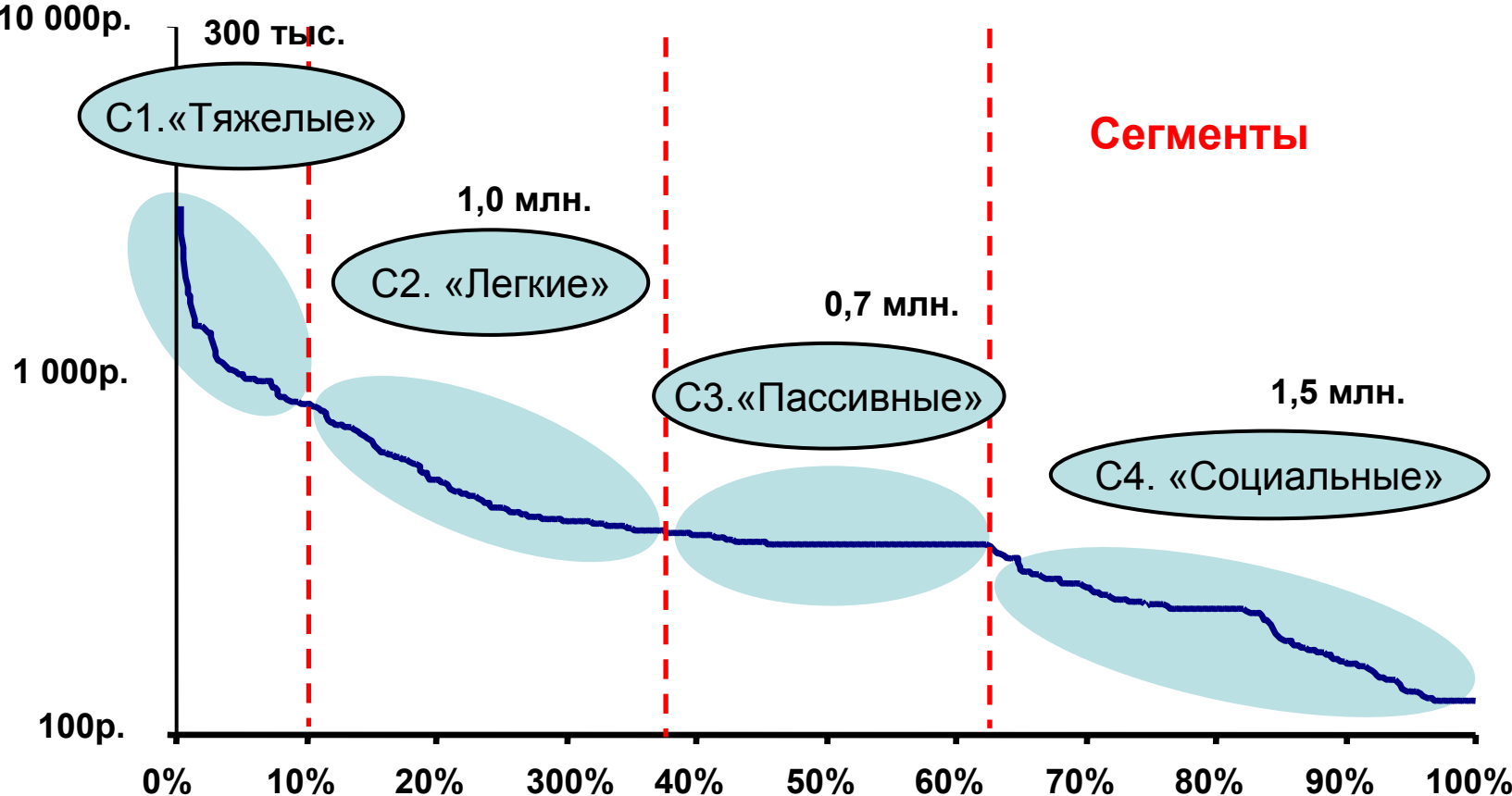
**Цифровое ТВ**

- Пилотные проекты

- Абонентская база 100 тыс.+

**Кроме рынка ШПД существенные изменения произошли на рынке голосовых услуг и ТВ. У операторов появилась возможность пакетировать услуги и стимулировать рост доходов за счет роста потребления**

Траты на услуги группы Комстар (на номер МГТС, руб./месяц)



**В силу увеличения количества услуг и повышения их массовости становится возможным сегментированный подход к абонентской базе**

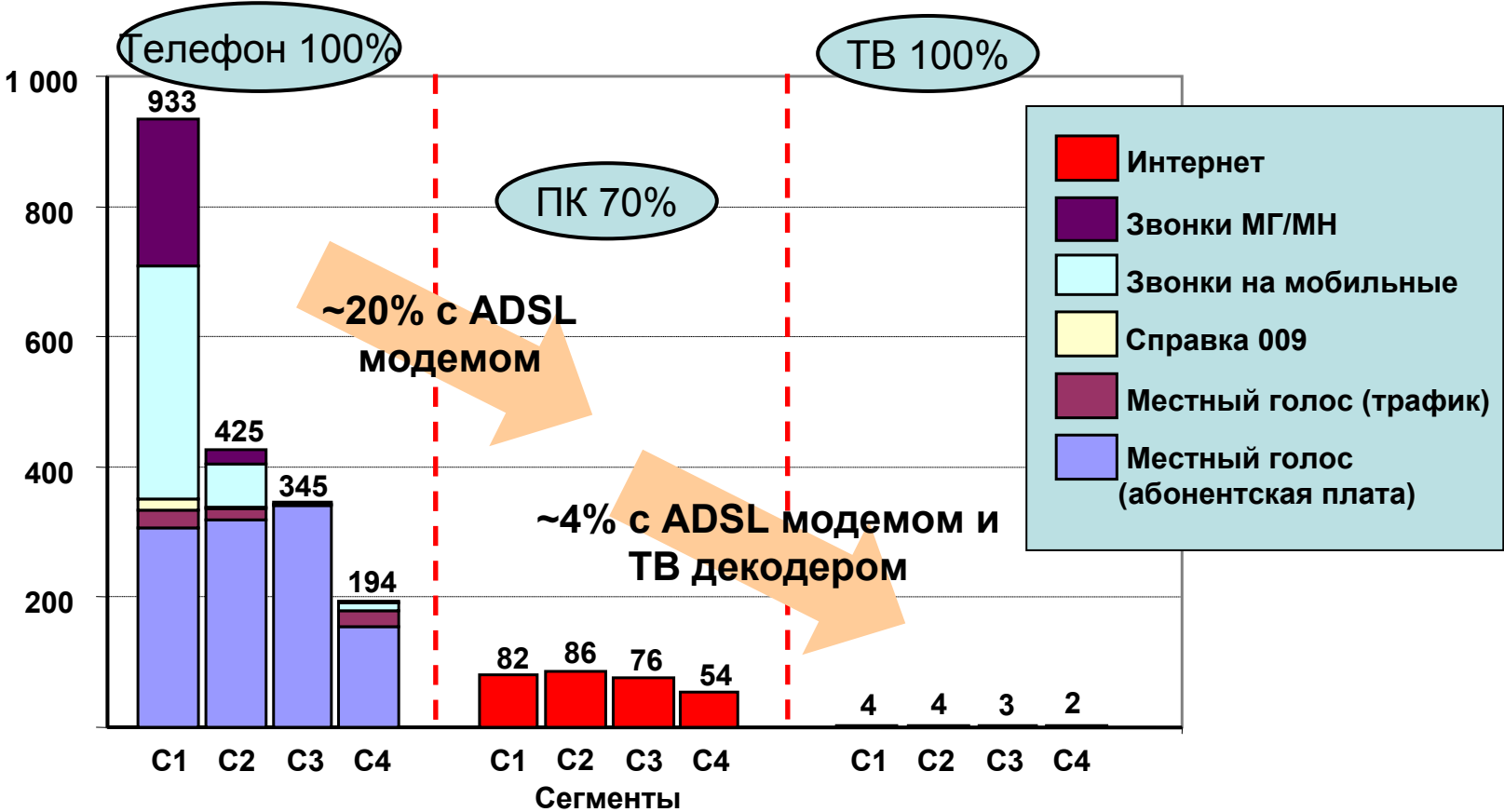


Траты на услуги группы Комстар (на номер МГТС, руб./месяц)

**Рост:**

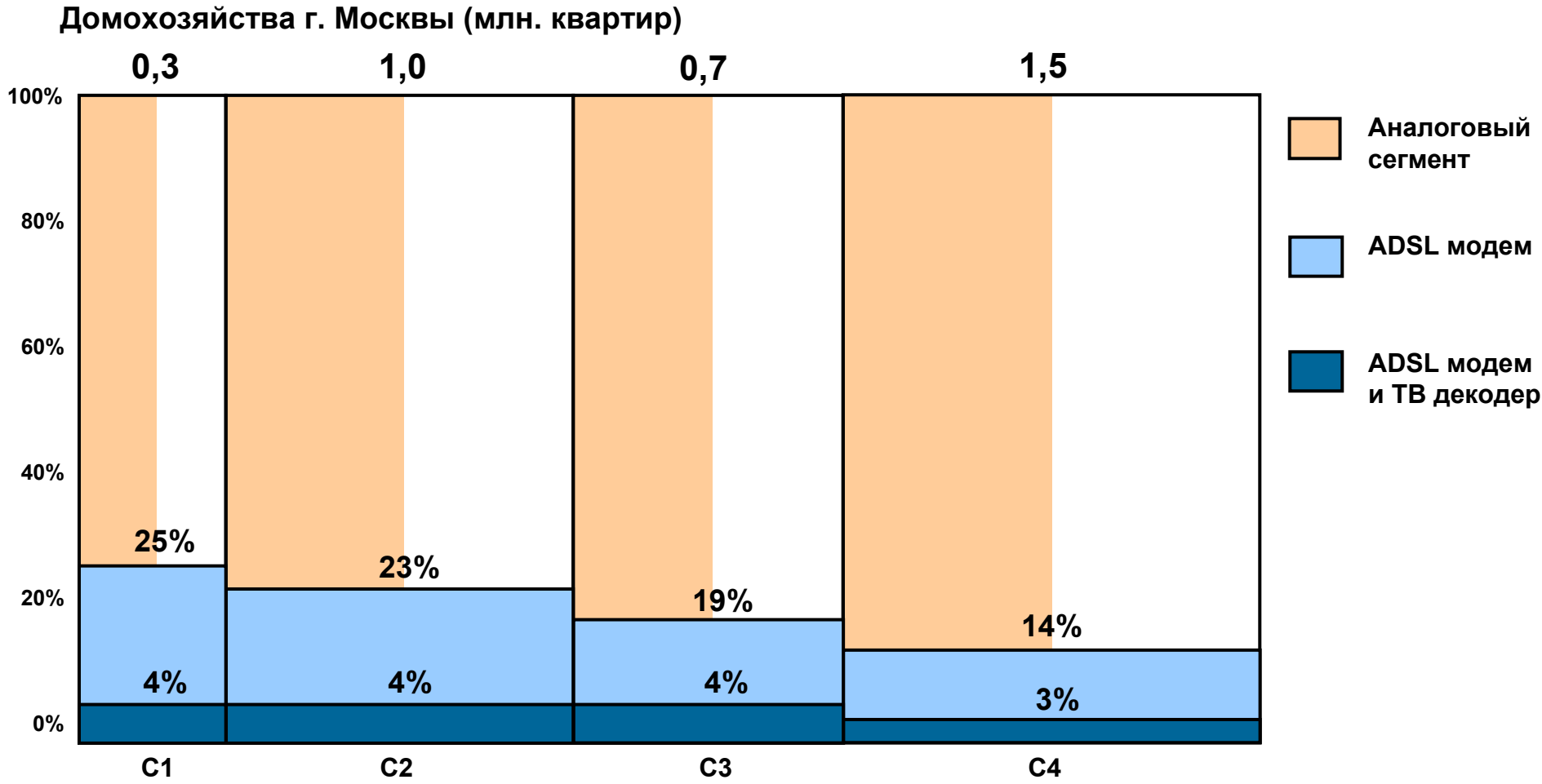
1. Рост ШПД (проникновение)
2. Рост ШПД (скорость)
3. Стимуляция трафика СРР
4. Выход на рынок МГ/МН

**Что дальше?**

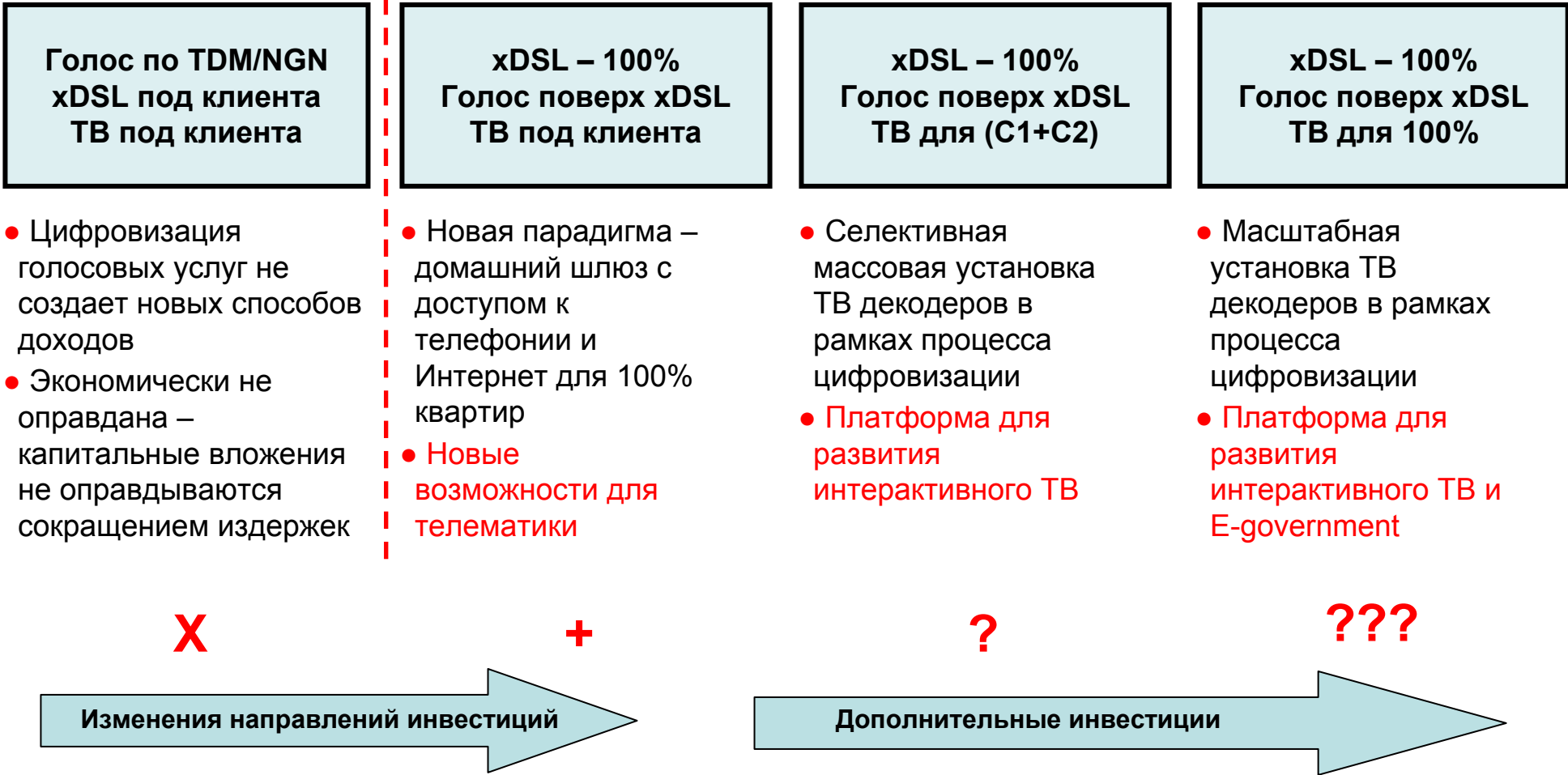


**Рост голосовых услуг ограничен. Рост доходов от доступа Интернет также скоро закончится. Рост услуг на базе ШПД и IPTV сдерживается проникновением модемов и ТВ декодеров. В свою очередь ограниченная база не позволяет сформировать уникальный контент**

# СТАТУС ПРОЕКТА ПО ЦИФРОВИЗАЦИИ

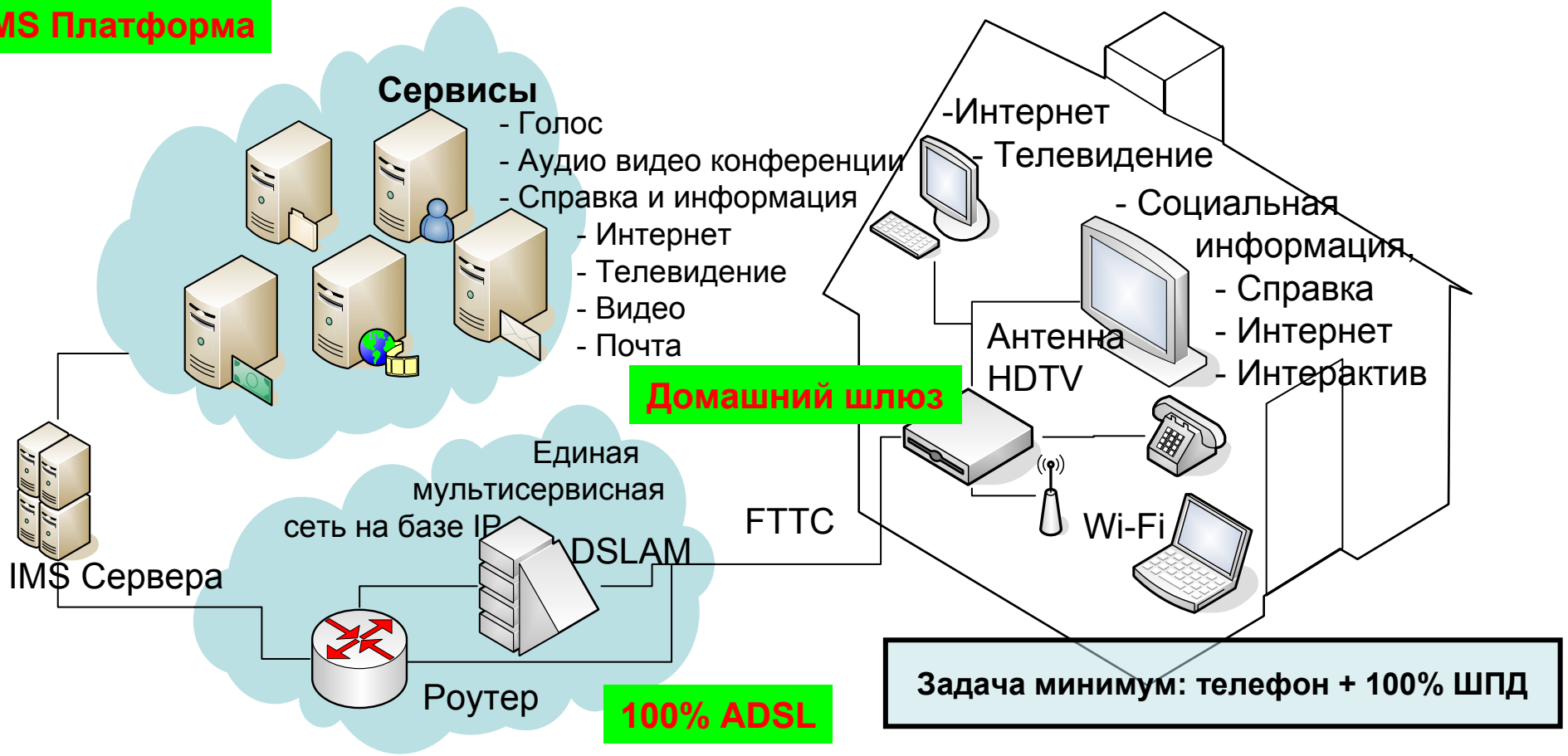


**Около половины домохозяйств во всех сегментах получают телефонные услуги по аналоговым линиям, которые должны быть переведены на цифровую телефонию. Это требует значительных инвестиций (>\$200/линию)**

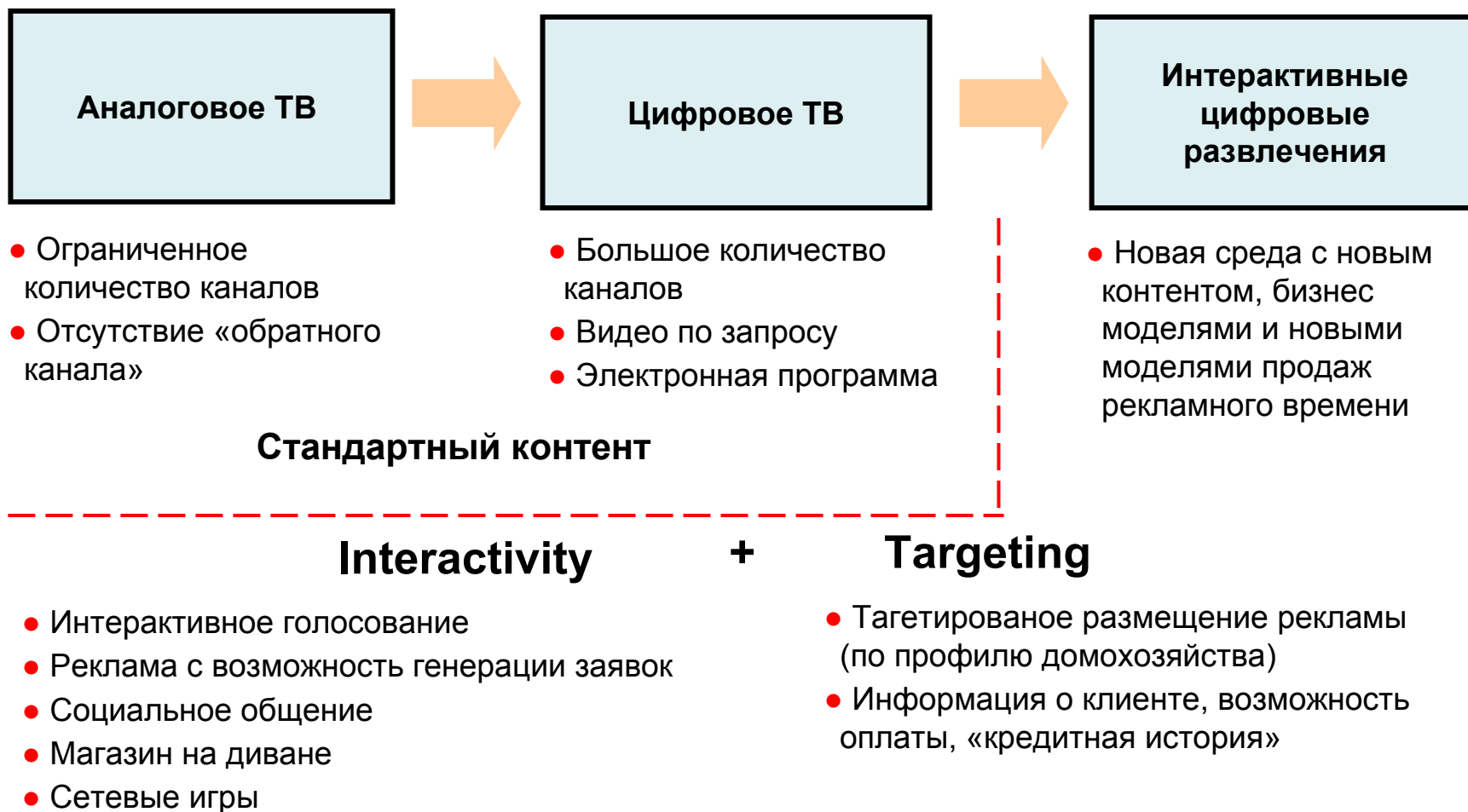


**Развитие технологий позволяет проводить цифровизацию новым способом, что не только решает проблему цифровизации, но и создает новую платформу для роста**

## IMS Платформа



**Комстар в настоящее время приступил к тестированию платформ IMS от нескольких производителей. Задача – показать возможность полномасштабной цифровизации по новой схеме**



**Интерактивное ТВ несет принципиально новые возможности, но создание контента под него возможно только при наличии существенной абонентской базы**



## Сегментирование

↑  
микросегменты

Квартира

- Профиль потребления
- Портфель услуг
- Уровень расходов

Дом

- Размер, уровень расходов

↓  
макросегменты

Район

- Почтовые индексы
- Районы
- Округа

## Каналы взаимодействия

- Интерактивное ТВ
- В контенте
- Звонковые центры
- Счета
- Личный кабинет
- Connection Manager (WiMax/WiFi)

**PUSH – PULL**  
Сервис - Реклама – Direct Marketing

**Сегментирование позволяет оптимизировать не только сам контент для каждого домохозяйства или группы домохозяйств, но и форму взаимодействия**

## Нужно

- Максимальный охват
- Простой интерфейс
- Безопасность
- Решение социальных задач

## Не нужно

- Высокое качество картинки
- Сложности в поддержании системы

### E-government на ПК

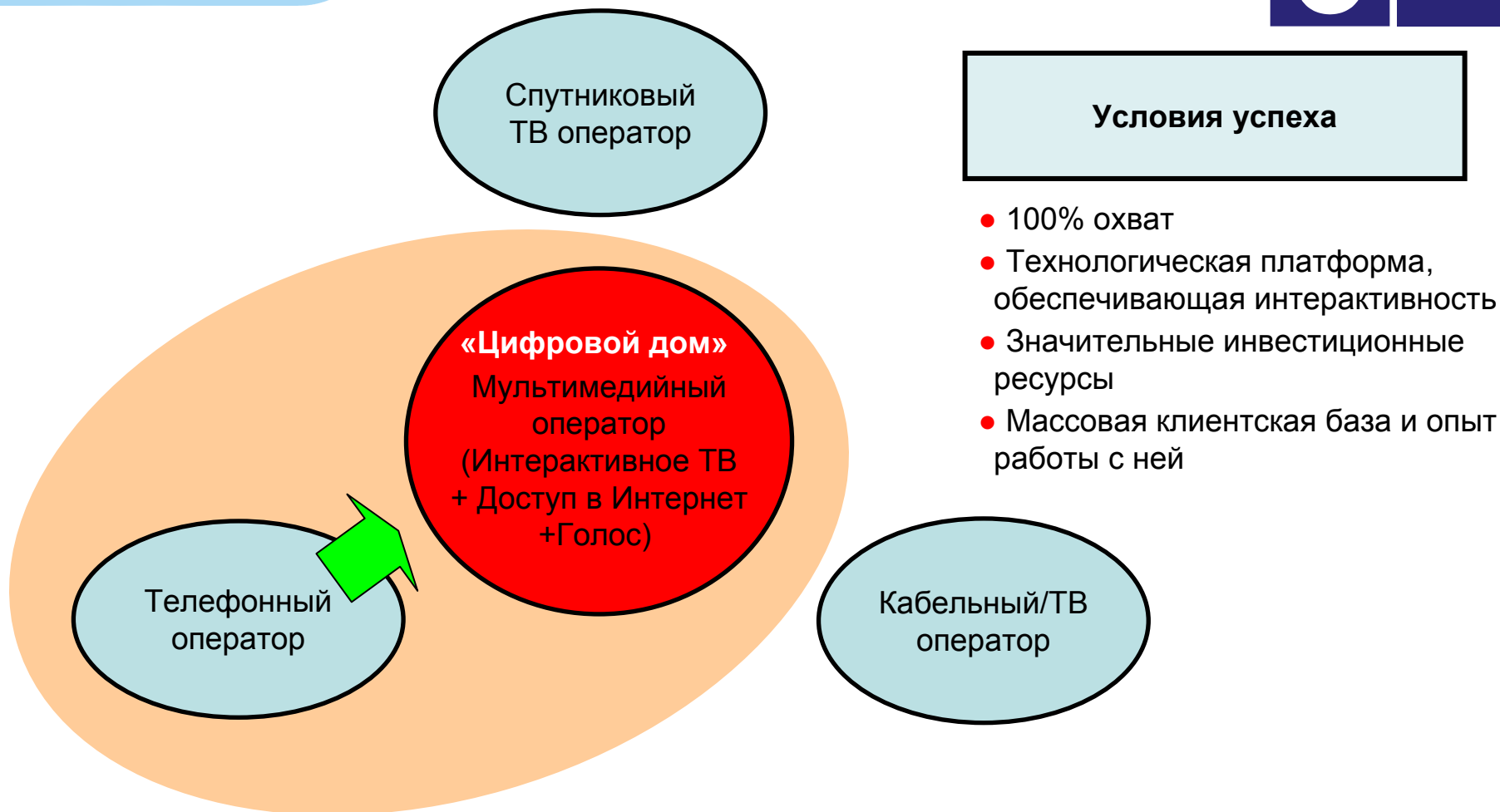
- Быстро разворачивается, но не «дотягивается» до 100% жителей
- Поддержание ПК в рабочем состоянии сложно и обходится дорого
- Нет физической привязки к местоположению абонента

### E-government на ТВ

- Широкой охват
- Простота использования и решения технических проблем
- Значительное снижение стоимости контакта (экономия на рассылках, звонках и личном обслуживании)

**Врачебное обслуживание, расписание транспорта, счета за ЖКХ, банк социальных работ, образование**

**Интерактивное ТВ позволяет создать массовую среду, которая может решить ряд задач более эффективно по сравнению с моделью ПК**



**Из трех моделей IPTV в специфическом случае Москвы группа Комстар имеет самые высокие шансы для успешного создания полномасштабной платформы для мультимедийных услуг**

## Интерактивное ТВ/Услуги

- Стратегические партнеры в категориях: игры, магазины, социальные сети, безопасность
- Производители интерактивных шоу
- Рекламные агентства для запуска «тагетированного» размещения
- Операторы наложенных интерактивных возможностей

## E-Government

- Регуляторная поддержка проекта
- Интеграция с проектами в сфере ЖКХ
- Доступ к образовательным библиотекам
- Кооперация с ответственными за социально-ответственные проекты

Тестирование возможно на существующей базе

## НУЖНЫ ПАРТНЕРЫ !!!

**Проект такого масштаба возможен только при наличии стратегических партнеров, которые помогут наполнить платформу содержанием без затрат для абонента**