

# Интерактивные Сервисы

## Производство брендированного контента

### Тенденции развития.



**“Я помню, как все начиналось..”**

***Чтобы предсказать будущее,  
нужно понять прошлое...***

# Появление интерактива на ТВ

**2002г.** – появление интерактивных сервисов на ТВ в России.

Одна из самых первых интерактивных программ появилась на MTV “**SMS Чарт**”.

**Концепция:** Отправка SMS голоса за клип. Чем больше SMS голосов, тем клип выше в линейки ротации.

**Генеральный Спонсор:** МТС.

**Цель:** 1год: популяризовать использование SMS сервисов  
2год: Сгенерировать дополнительный SMS трафик

**Доходы МТВ:** выделенный спонсорский бюджет, без деления трафика

2002г – 2004г.

- Телеканалы интегрируют интерактив в свои текущие проекты. (в основной своей массе).
- Параллельно создаются новые интерактивные форматы и телепрограммы (в недостаточном объеме)
- рекламное время телеканалов примерно на 50%, во многих случаях даже больше заполняется рекламой контентных сервисов.

# Схема взаимодействия OLD

Типичные схемы взаимодействия сервис провайдеров с Телеканалами используемые в 2002-2004г.



СЕРВИС ПРОВАЙДЕР



ТЕЛЕКАНАЛ

1. Разделение доходов от интерактивных сервисов. Сервис провайдер отчисляет 50% - 60% от получаемых доходов от сервиса телеканалу.
2. Оплата спонсорства программы в которую интегрируется интерактив, без деления доходов.
3. Размещение телерекламы контентных услуг на условиях разделения доходов от трафика.

# Схема взаимодействия NEW

1. Процент отчислений сервис провайдеров телеканалу вырос от 50% в 2002-2004г. до 70%-95% в 2004-2007г. IVR – 70%, SMS – 80%-95%
2. Стоимость спонсорства ТВ программ повышается примерно на 30%-40% ежегодно. Кроме, фиксированной оплаты спонсорства интерактивной телепрограммы, появилось обязательное разделение доходов от трафика (50/50 как минимум)
3. Телеканалы отказались от размещения рекламы контентных сервисов на условиях разделения доходов от трафика. Вместо этого, некоторые телеканалы стали повышать стоимость рекламы контентных сервисов.



# Старые модели продаж не работают...



**4Q 2004г. – 1Q 2005г.**- Телеканалы отказываются от схемы размещения рекламы контентных услуг на условиях разделения доходов.

Причины:

- Рекламного времени не хватает.
  - Увеличение числа сервис провайдеров и вместе с тем увеличение спроса на ТВ рекламу
  - Телеканалы не желают больше рисковать и участвовать в чужом бизнесе.
- Это не бизнес телеканала.

**1 Q 2005г.** – Реклама контентных сервисов в основной своей массе уже не дает высокой рентабельности. У многих рентабельность рекламы снижается к нулю и с периодическим повышением цен на рекламу, сервис провайдеры уходят с ТВ в прессу и другие медиа.

В Топ 100 рекламодателей в 1Q 2005 в СМИ, из сервис провайдеров входят:

- Infon – 16 место
- Jippii – 18 место
- SMXCOM – 47 место
- Информ Мобил – 51 место
- Nikita - 54 место
- Солво Интернешнл – 74 место
- Бифри – 95 место

**1Q 2005г.** начался спад спроса на услуги кастомизации, который продолжается и сегодня. Доля кастомизации в контент-услугах не превышает 40% против 80-90% в 2002 – 2004г.

# Рынок меняется!

- Сервис провайдеры перераспределяют свои рекламные бюджеты на другие медиа (пресса, радио)
- Рентабельность контентной рекламы на ТВ все больше снижается. (Высокая стоимость рекламы, недоверие потребителей, неоправданные ожидания от используемых сервисов...)
- Происходит рост медиаинтегрированных сервисов на телеканалах, но понижение трафика интерактивных сервисов (исключение проекты call tv и эротика)
- Создание медиа контента на базе программ/сериалов на телеканалах Первый, MTV, СТС, ТНТ и др.
- Появление множества Call TV проектов на телеканалах (killer application)



# Интерактив в каждой программе...

- Интерактивные сервисы появляются на всех телеканалах, практически в каждой программе (развлекательных, информационных и даже политических)
- На каждом телеканале один генеральный партнер – сервис провайдер, обеспечивающий реализацию интерактивных сервисов
- Лидеры в категории программ по доходности от интерактивных сервисов:
  - Call TV
  - Эротика



# Российский Call Tv – точная копия...

- Доходы от Call TV делятся на три части: примерно половину суммы забирает мобильный оператор, остаток делится между телеканалом (50% и более) и сервис провайдером.
- Английское Call TV - Один час трансляции приносит до 37 000 фунтов стерлингов (примерно 72 000 долларов) в зависимости от времени эфира и популярности канала.
- Передачи Call TV смотрят 15% населения Британских островов
- 6% хотя бы раз на них звонили.
- Дозвониться до эфира удавалось в среднем каждому пятидесятому зрителю.

# Доходы от интерактива

- совокупный объем рынка интерактивных сервисов в 2006 году достиг 187 млн. долл. MindShare Interaction
- Четверть всех доходов в 2006 году сервис провайдерам принесли медиаинтегрированные услуги.
- Около 100 млн. долл. В 2006г. принесли телевизионные викторины (в основном call tv)
- Сервис провайдеры обслуживающие call tv проекты входили в топ 5, в течении всей второй половины 2006г. (Нева Лайн, Союзтелеком)
- К 2010 году аналитики обещают российскому рынку мобильного контента рост до миллиарда долларов.

# “МИЛЛИАРД долларов США... жизнь будет хороша...” За счет чего?

## КОНВЕРГЕНЦИЯ!!!

- ❖ Что такое конвергенция? - "конвергенция является потоком разных технологий, производств и проектов, которые все более переплетаются между собой, используя общий язык цифровой информатики"
- ❖ ЧТО ТАКОЕ КОНВЕРГЕНЦИЯ?  
Вопрос для ребенка. Что бы ваш ребенок хотел получить в подарок?  
Один из самых распространенных ответов:  
- Новый мобильный телефон!  
Обязательно со встроенной камерой,  
с возможностью проигрывать MP3,  
с интернетом и большой памятью.



Это и есть конвергенция в действительности!

# Назад в будущее...

- Инвестирование в развертывание 3G сети.  
МТС, Билайн, Мегафон инвестируют десятки, сотни миллионов долларов в развертывание 3G сети.
- Появление пилотных проектов по запуску 3G.  
(МТС осуществила трансляцию прямого эфира «Вести» по сети 3G в рамках Инфоком -2007, Мегафон осуществил запуск 3G и возможности видеозвонков между абонентами в нескольких районах Санкт Петербурга).
- Технологии опережают сервисы. 3G запустится в 2008. Готов ли рынок? Что мы можем предложить абонентам?

# Назад в будущее...



Останкинская башня – 3G сеть.

Телевизор – Мобильный телефон – новая медиа.

Что мы увидим уже в 2008г. На экранах своих мобильных, когда операторы построят сеть 3G?

# Назад в будущее...

- Технологии будут готовы в ближайшее время.
- Технические решения операторов позволят демонстрировать потоковое видео, загружать видеосюжеты прямого эфира непрерывно и одновременно, в реальном времени
- Самый большой вопрос, которому не уделяется должного внимания:



## Чем наполнять эфир мобильной медиа???

- На рынке нет контента созданного для 3G сетей.
- Самое большое заблуждение: “Мы запустим телевизионный контент (программы, сериалы...) в 3G сетях и все будет хорошо!”
- Модель простого переноса телепрограмм в мобильные не даст результата
- Нужен контент специально созданный и адаптированный для 3G.
- Необходимо создание новых форматов сериалов, мультипликации, программ, максимальная продолжительность которых не будет превышать 4-5 мин.

# Спасибо за внимание!

## Контактная информация

- Директор департамента интерактивных сервисов

Телекомпания ВИД

[romanenkor@ostankino.vid.ru](mailto:romanenkor@ostankino.vid.ru)

тел. +7 903 272-5483