

Рынок мобильных услуг: что происходит?



Кирилл Петров, i-Free

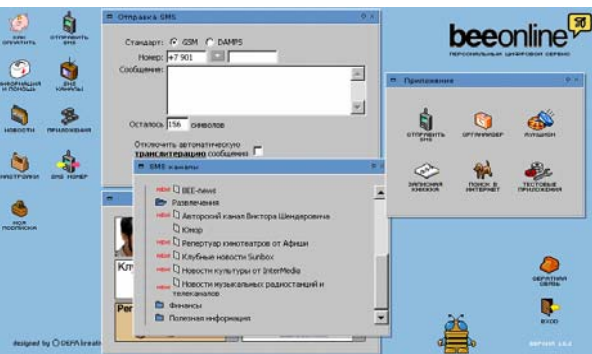


Как все начиналось...

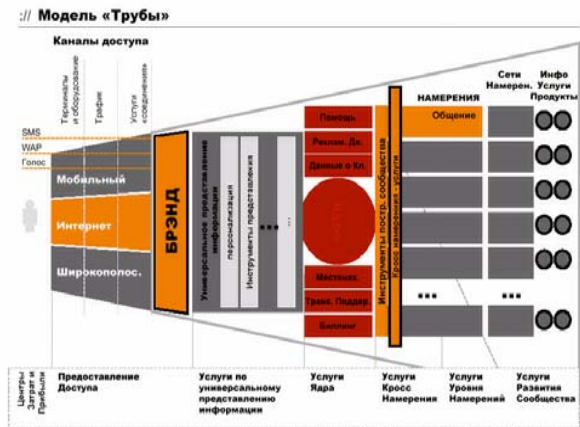




Начинался 2000ый год...

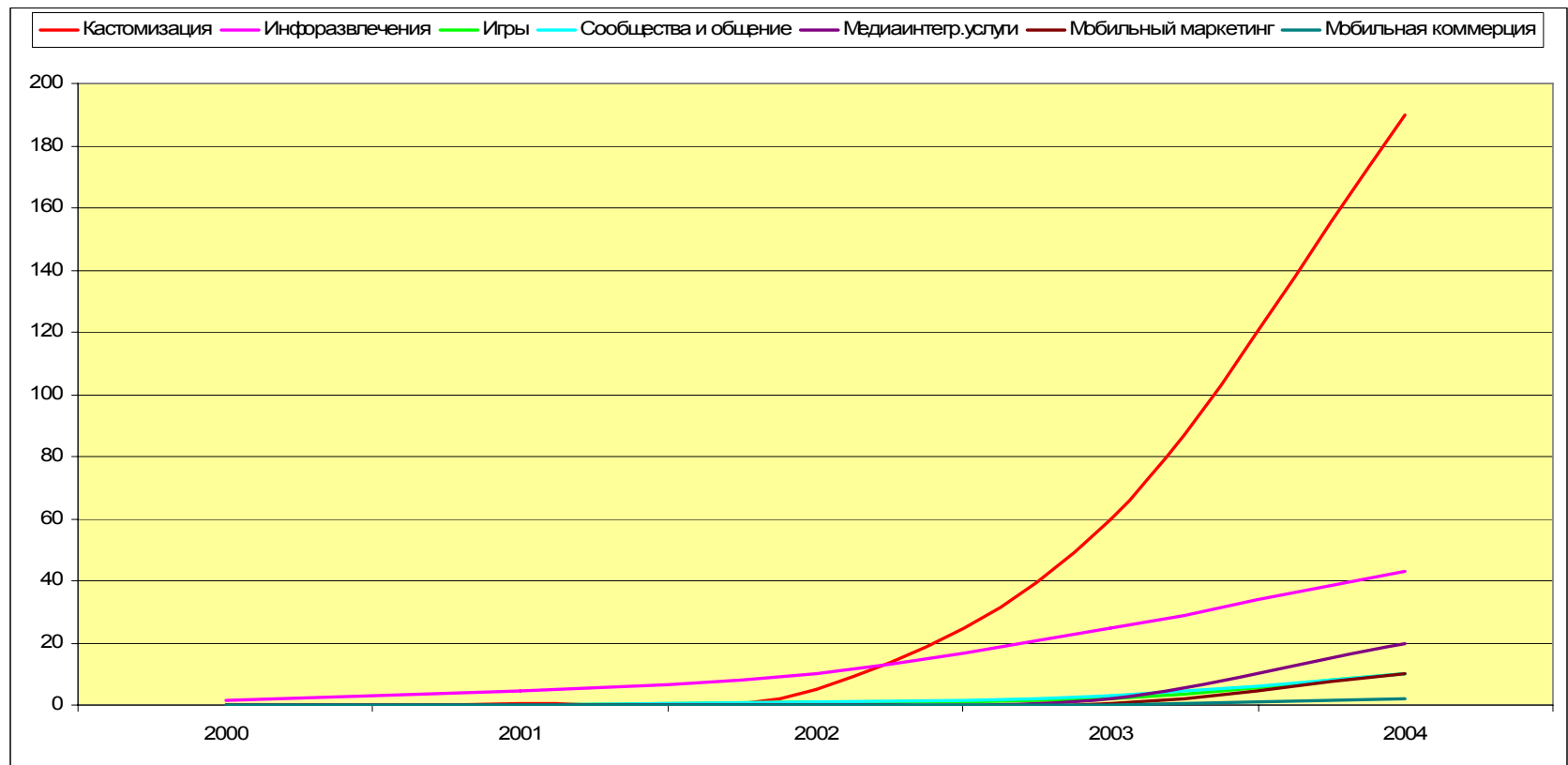


- Аналитики прогнозируют 1 млрд.пользователей мобильных услуг в 2005(ARCGroup), стремительный рост 3G к 2005 году, необыкновенный рост мобильной коммерции, видео, услуг позиционирования и информации. Никто не предсказывал появление рынка кастомизации телефонов.
- Текущая реальность в России: 1,3 млн. абонентов сотовой связи. GSM только-только сравнился с аналоговыми сетями
- До 2000 года на рынке существовали только голосовые услуги построенные по принципу «Голосовой справочной службы».
- Первая IVR услуга *900 появится летом 2000 года в Северо-Западном GSM (совместно с Техникой Открытых Технологий)
- В июне 2000 года запустится проект БиОнлайн. Самый прогрессивный проект в сфере услуг, по иронии судьбы, будет сдерживать рынок кастомизации до лета 2003 года.
- SMS-информационные услуги запустятся БиОнлайном летом 2000 года
- В феврале 2000года Северо-Западным GSM запускает первый WAP-портал
- В мае 2000года МТС запустит услугу «WAP»
- Через год, в июле 2001 БиОнлайн запустит услугу «Рингтоны для Nokia», в августе 2001 года Инфон запустит свой «Логотон» совместно с Северо-Западным GSM. МТС присоединиться в ноябре 2001, но заказ контента еще больше года будет доступен лишь через Интернет-систему поддержки абонентов.
- В 2001 году на рынок «Картинок и мелодий» выйдут компании «Инфон», «СПИК», «Активист»
- Первые знакомства будут запущены Информ-мобил на WAP-портале МТС в октябре 2001 года
- Первый ТВ-чат запустит Инфон на «Невском канале» в сентябре 2002
- Бурный рост рынка начнется лишь осенью 2003, когда Билайн запустит программу CPA "BeePartner". Это даст контент-провайдерам возможность размещать федеральную рекламу услуг в расчете на всю тройку.





Развитие рынка мобильных услуг в России: время роста





Что происходило на рынке за последние 2 года?

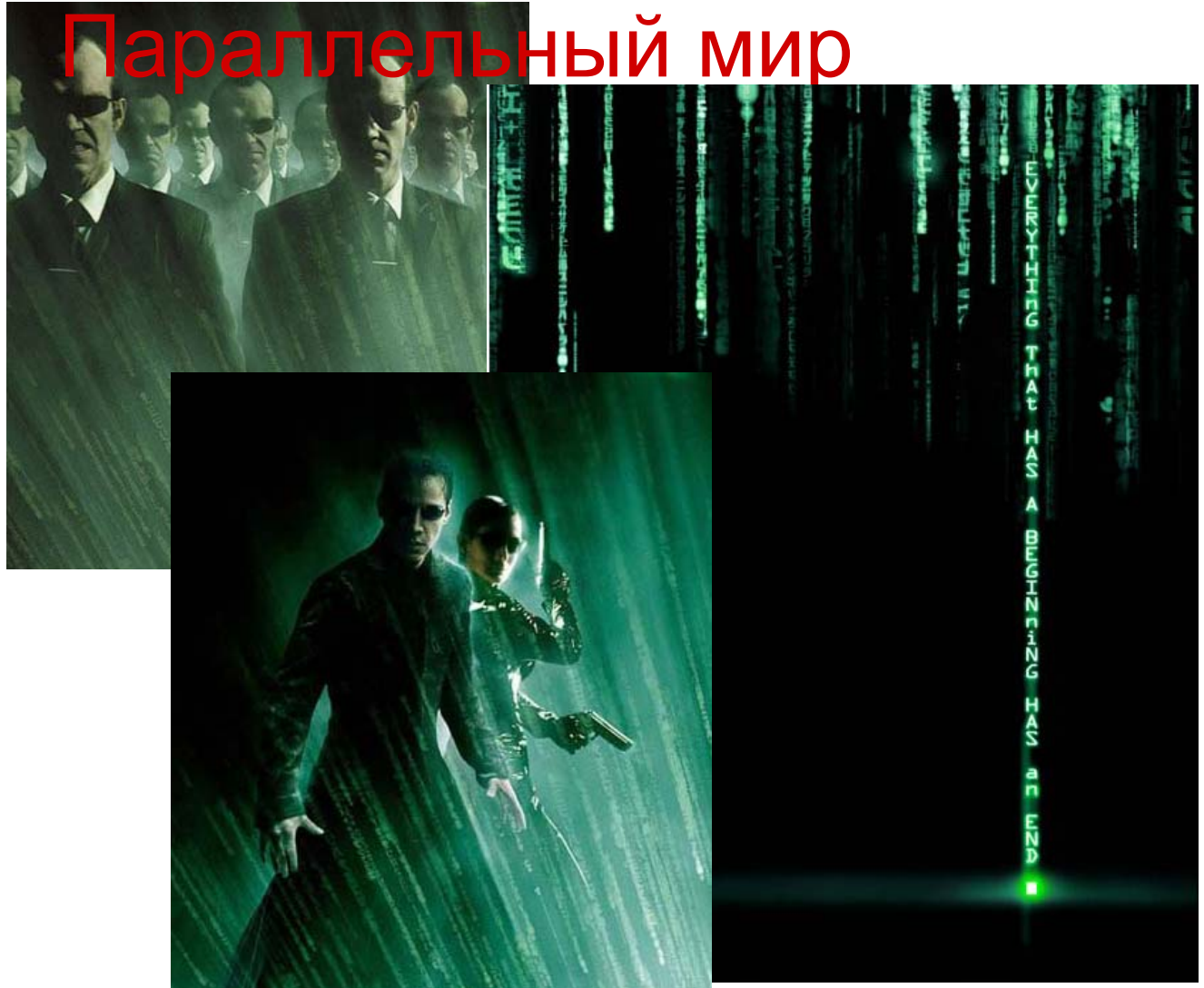
- Конец 2004-начало 2005 – появление первых партнерских программ в ВАП
- 2005-2006 – спад на рынке рингтонов
- Осень-зима 2005/06 – золотая пора IVR
- Май 2006 – телешоу с IVR
- Май 2006 – агрегация контента
- Май 2006 – WAP CPA в Билайн
- Август-сентябрь 2006 – активное развитие и продвижение порталов МТС и Билайн





The WAP.

Параллельный мир





РуВАП: революция

Хронология

- В 2001-2002 годах казалось, что WAP умер едва родившись. Убогие интерфейсы, неудобный ввод, дороговизна и низкая скорость передачи данных. Мало пользователей и мало доходов. В итоге, большинство игроков пропустило тот момент, когда WAP стал красочным, интересным и насыщенным контентом.
- До 2006 года операторы занимались своими WAP-порталами по остаточному принципу. WAP-тарификации также не было. Но это дало возможность развиваться независимым порталам. Лидером стал Artemka.ru Артема Силаева
- Скорее по недосмотру, нежели по умыслу Билайн сохранил несколько тарифов с безлимитным WAP, а цены на остальных тарифах оставались крайне низкими. Это стимулировало развитие РуВАПа. А Билайн сделало лидером по трафику.
- Продажи полифонии, MP3, анимаций, цветных картинок и игр в купе с массовой рекламой привели в WAP миллионы людей.



РуВАП: революция

Хронология

- Трафик в WAP рос стремительно и стал огромен. Но ресурсов было мало, а конвертировать трафик в деньги посредством рекламы (как в традиционном Интернете) было невозможно. Для внешнего мира WAP оставался невидим.
- В конце 2004 года Playfon запустил продажу пакетов, чуть позже инициативу подхватил Юник, затем все остальные. В конечном итоге, эта форма продаж позволила осознать контент-провайдерам важность их собственных war-порталов.
- В конце 2004 года Playfon запускает первую WAP-партнерку «B2M» - самый простой способ превратить трафик в деньги – посредством продаж наиболее продаваемых услуг для мобильных абонентов: музыки, игр и картинок прямо на сайтах в WAP. Феномен резкого роста Playfon (особенно в Билайне) без масштабных рекламных кампаний долгое время был неясен другим игрокам рынка. Первым за Playfonom последовал Ириком.
- Осенью 2006 года WAPом пользуются более 16 млн. человек. Ежедневная аудитория 2,5 млн. человек. В начале 2007 года, WAP опередит WEB.





Обвал ключевого сегмента

Спад на рынке кастомизации начался в феврале 2005 года и продолжается до сих пор. Этот сегмент составлял большую часть рынка мобильного контента, как следствие, некоторое время сокращался весь рынок. Общий спад составил ~30%, хотя у многих игроков продажи сократились в 2-3 раза.

Суть падения лежит в общем снижении объема рыночного спроса на мелодии и картинки.

Причины:

- Низкое качество услуг и контент-провайдеров (недоверие абонентов)
- Смена технологии доступа к контенту – сложность понимания war-технологии, ненастроенные терминалы, долгий и неудобный процесс скачивания.
- Объективное повышение цены на контент за счет включения в стоимость цены war-трафика
- Очень быстрое развитие мобильных телефонов: нужны только mp3, их можно достать разными путями, самый неудобный и дорогой - через сеть оператора.

Правообладатели не готовы к продажам цифрового контента. В результате контент-провайдеры не могут сформировать полное предложение по разумной цене.



Взлет и падение развлекательных IVR-услуг





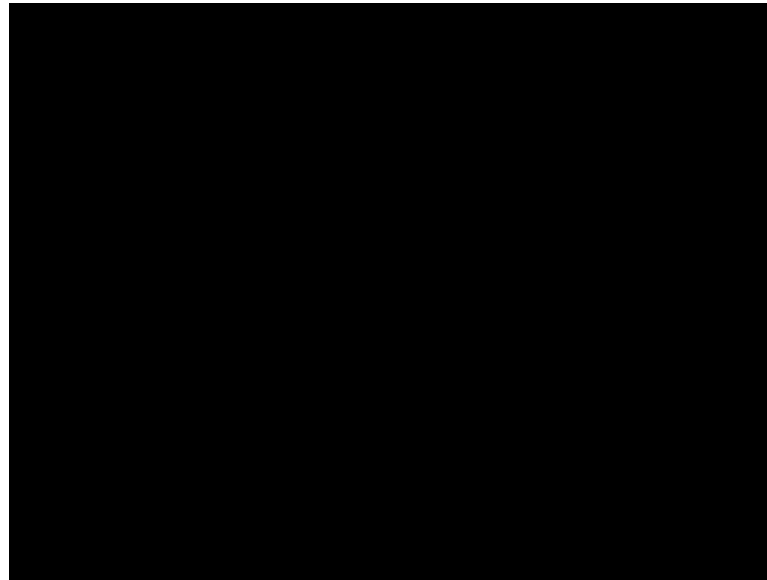
Взлет и падение развлекательных IVR-услуг

Хронология

- В 2005 году большая часть компаний-провайдеров голосовых услуг получила возможность работать на территории всей России
- Первыми эту возможность эффективно использовали воронежские «Мобильные ответы»
- В ноябре-декабре 2005 года активность на этом рынке достигла пика. Агрессивные рекламные кампании проводили Солво, Мобильные Ответы, Делфи, Нэритон.
- Лидер предложения: все те же мелодии для мобильных.
- В рекламе доминируют два противоречивых сообщения:
 - *«Надоели некачественные звонки? Звони, слушай, закачивай»*
 - *«Все мелодии бесплатно. Звони и закачивай сколько хочешь».*
- Кроме IVR услуг на голосовом рынке традиционно сильны справочные службы. Но вторым хитом сезона 2005-2006 года стал «Секс по телефону». Call-центры с сотнями девушек с трудом обрабатывают наплыв желающих пообщаться с ними в вечернее время.
- Зимой 2006 года конкуренция достигла максимума, а спрос стал падать. Абоненты стали очень быстро понимать свои ошибки. Компании начали снимать рекламу.
- К лету 2006 года рынок сократился почти в два раза от уровня декабря.



Май, 2006...





Лохотрон v2.0 Телешоу+IVR

Хронология

- Май 2006 года. День рождения нового азартного шоу. «Деньги на проводе» на ТНТ, созданные по лицензии компанией SMS Media Solutions на базе оборудования Нева-Лайн.
- Уже в июне телезрители тратят больше 1 млн. долларов в надежде выиграть заветный приз.
- Июнь-Октябрь 2006 «Деньги на проводе», «Киномания», «Ночные игры», «Деньги по вызову» и их клоны запускаются на ТНТ, РенТВ, Рамблер ТВ и других каналах. Нева-Лайн и SMS Media Solutions твердо занимают верхние позиции в рейтингах операторов.
- Успех телешоу, хотя, скорее всего и временный, наглядно демонстрирует потенциал огромного и нераскрытого до сих пор сегмента: азартных игр с помощью мобильных телефонов.



Операторы и порталы

- Август-Сентябрь 2006 года – МТС и БиЛайн активизируют собственные каналы продвижения. Появляются мощные порталы с интересным контентом
- МТС анонсирует собственный магазин музыки «Живой Звук»
- Аналогичное заявление делает Билайн.
- Операторы выбирают агрегаторов для поддержки разделов на порталах. Наиболее «открытым» становится портал МТС, наиболее «закрытым» МегафонПРО

The screenshot shows the MTS mobile portal interface. At the top, there is a red header with the MTS logo and the text 'КИНО КЛУБ' and 'Все герои кино в твоём телефоне! >>'. Below this, there are sections for 'ЛУЧШИЕ' (Best), 'ЖИВОЙ ЗВУК' (Live Sound) featuring 'T.A.T.U. - All About Us >>' and 'London Bridge - хит Fergie!', 'ИГРЫ' (Games) with 'Кинг Конг' (King Kong), 'ВИДЕО-КЛУБ' (Video Club) with 'Азирис Нуна. Фантастическое кино в твоём мобильном! >>', and 'СЕГОДНЯ' (Today) with 'Трудности только начинаются! Драма "Прощальный поцелуй" >>'. At the bottom, there is a 'КАТАЛОГ' (Catalog) section with links for 'ПОГОДА', 'БИЗНЕС', and 'СПОРТ'.

The screenshot shows the 'ВИДЕО' (Video) section of a mobile portal. It features a red header with the word 'ВИДЕО' and a camera icon. Below the header, there is a section for 'ПРОВЕРЬТЕ ВИДЕО' (Check Video) with a 'Видео дня:' (Video of the day) section. The 'Видео дня:' section includes a small image of a man in a uniform and the text 'КАПИТАНА МИЛИЦИИ ВШТОРИЛО НЕ ПОДЕТСКИ (НИКТО НЕ ЗНАЕТ ПРО СЕКС)'. Below this, there are three video thumbnails with titles: 'ДАНИЛА (СЕРИАЛ "КЛУБ")', 'КОТ-ДРАЧУН', and 'ЭКСТРИМ НА ИНВАЛИДНОЙ КОЛЯСКЕ'. There is also a yellow box with a 'VIP' icon and the text 'Бесплатное видео', 'Скидки', 'Призы и подарки', 'VIP-контент', and 'ПОДПИСАТЬСЯ!'. Below this, there is a 'СВЕЖЕЕ' (Fresh) section with a 'ХИТ-ПАРАД' (Hit Parade) section. At the bottom, there is a section for 'Анимация в подарок' (Animation as a gift) with the text 'Скачайте ПРИКОЛЬНОЕ ВИДЕО - и получите в подарок смешную анимашку!' and 'ДРУГИЕ АКЦИИ'. There are also links for 'ВИДЕО-ЗВОНКИ' (Video Calls) and 'ВИДЕО-КАТАЛОГ' (Video Catalog). At the very bottom, there are links for 'ЛУЧШИЕ ФИЛЬМЫ' (Best Movies), 'Смотреть КАМАСУТРА', and 'ПОМОЩЬ' (Help).



«Идеальная компания». Ретроспектива.

- 2001 – запуск справочных голосовых служб (1-я городская справочная служба)
- 2002 – запуск инфоразвлечений в SIM-меню (Информ-мобил)
- 2003 – агрессивный выход на рынок кастомизации (i-Free)
- 2004 – запуск партнерской программы в WAP (Playfon)
- 2005 – вывод на рынок и агрессивная реклама развлекательных IVR-порталов (Мобильные ответы)
- 2006 – запуск телевизионных шоу на основе IVR (SMS-Media)

- Идеальная компания заработала бы на рынке более 300 млн.долл. за 5 лет.

- 2007: ???





Что происходит в мире?





Что происходит в мире?

- Падение ключевых компаний
 - К общим проблемам рынка кастомизации в Европе добавилась полная потеря лояльности абонентов после реализации подписных моделей
- 3G развивается, но медленнее, чем ожидалось (лидер – UK с 10% абонентов)

3G-стандарт	кол-во аб-тов	ср. скорость
CDMA2000 1x	301 350 000	60-100 кбит/с
CDMA2000 EV-DO	36 122 000	300-600 кбит/с
W-CDMA	88 469 000	140-380 кбит/с

- 51% Jamster! приобретены News Corporation за 187млн.\$
- RealNetworks приобрела компанию WiderThan (Юж.Корея) за 334млн.\$
- Правообладатели по прежнему не готовы к продажам цифрового контента, многие сервис-провайдеры отказываются от продажи лицензионных рингтонов
- Активно развивается направление communities и UGC
- На фоне европейской картины ситуация в России выглядит более оптимистично

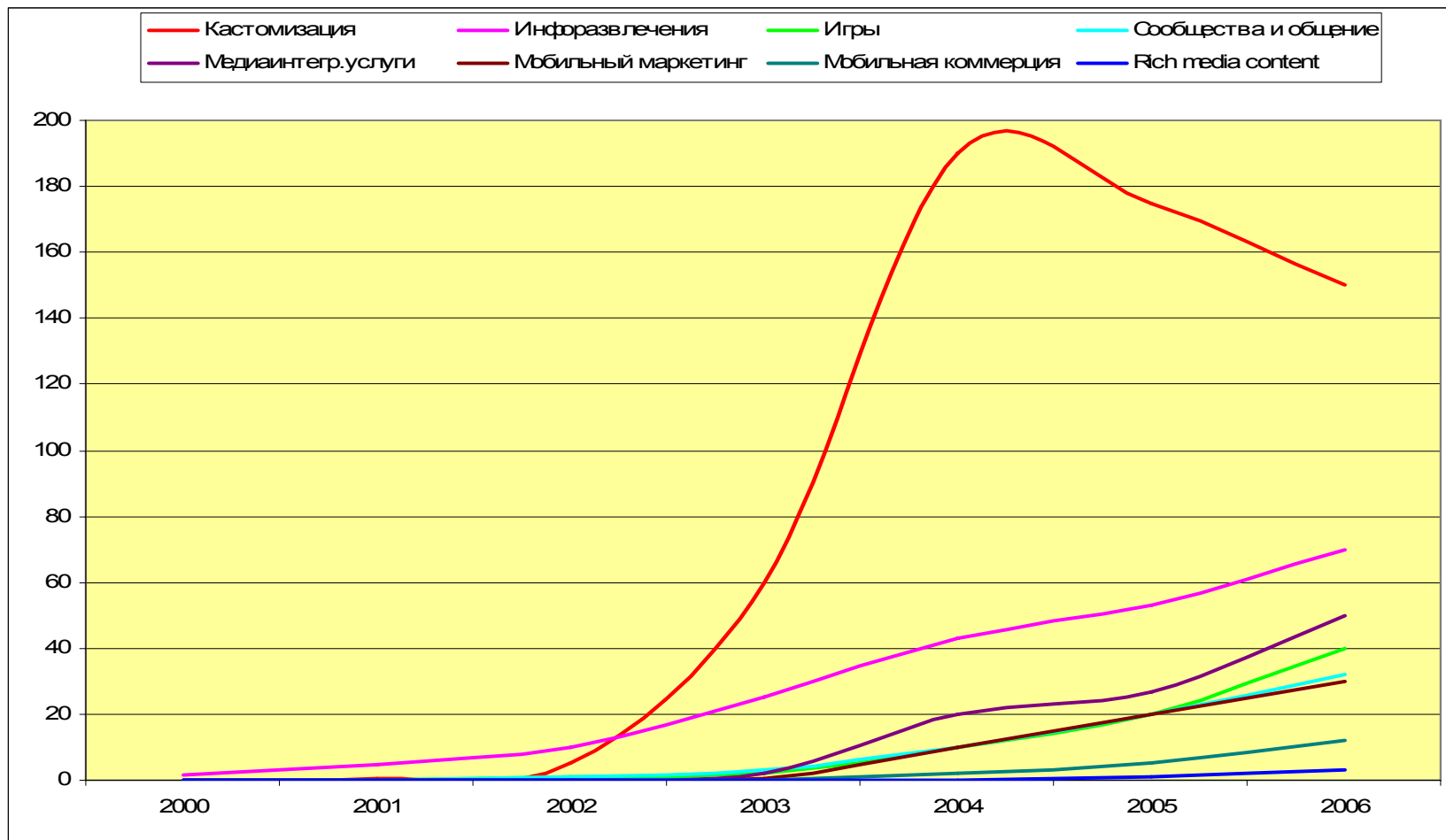


Мобильные услуги в России





Мобильные услуги в России: динамика



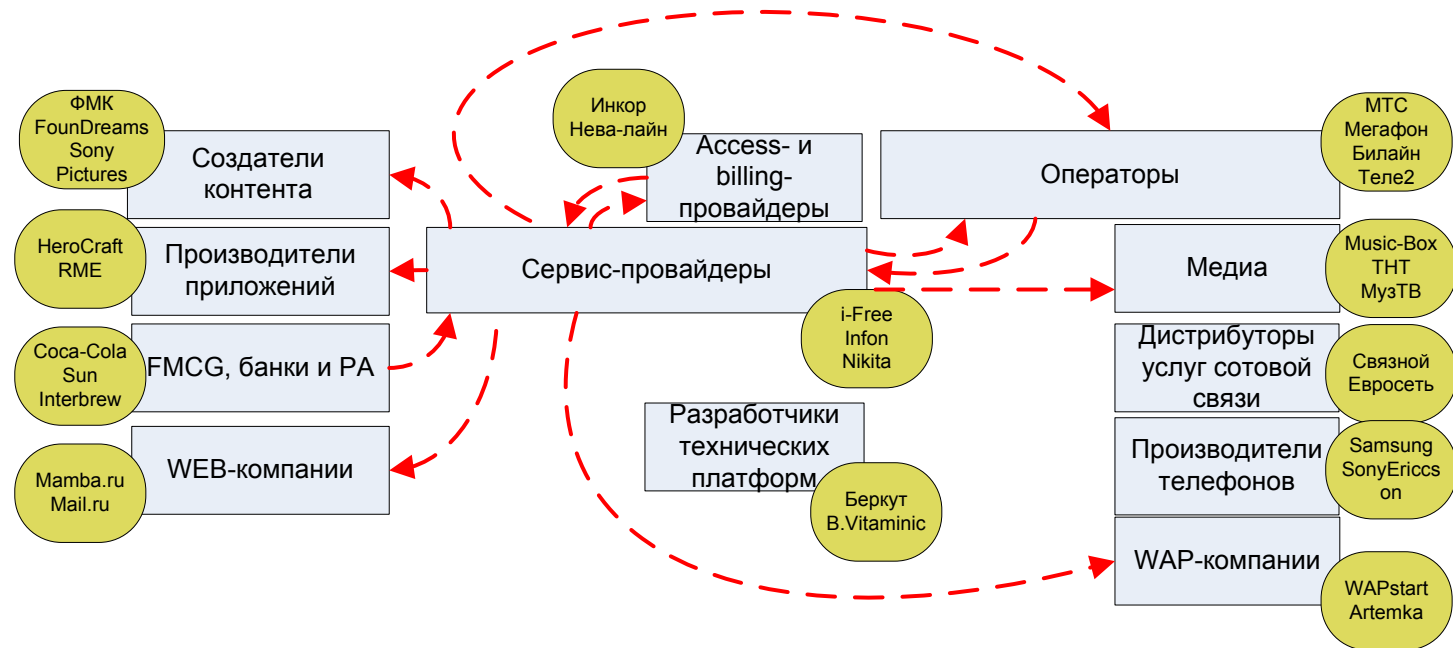


Особенность момента

- **Осень, 2006.**
- **В ДОЛГОСрочной перспективе (3-4 года) будущее рынка мобильных услуг еще никогда не было таким безоблачным.**
 - 2 млрд. абонентов сотовых сетей
 - 3G сети: 125 млн. человек
 - 3,12 млрд.\$ объем рынка мобильного контента в Японии в 2005 году
 - Мобильный телефон привел к сокращению рынков: будильников, iPodов, цифровых фотокамер
- **В КРАТКОСрочной перспективе (1-5 месяцев) ситуация на рынке легко прогнозируемая.**
 - Несущественный сезонный рост в преддверии Нового года, падение в январе
 - Постепенное сокращение рынка кастомизации
 - Выведение новых продуктов на рынок
- **В СРЕДНЕСрочной перспективе (6 мес.-2 года) ситуация на рынке крайне нестабильная.**
 - Сегмент кастомизации продолжает сокращаться и может упасть еще в 2 раза. Это сделает невыгодным размещение традиционной рекламы в СММ и уничтожит основную бизнес-модель продаж большинства контент-провайдеров.
 - Потеря доверия, рост цен и обострение конкуренции в сфере IVR делает невыгодной массовое размещение рекламы этих услуг
 - Операторы стремятся наверстать упущенное в части развития своих каналов: активно развиваются операторские порталы, однако прозрачности в работе через них нет. Это делает нестабильным положение многих существующих игроков.
 - Производители контента еще не готовы к моделям цифровых продаж



Структура рынка: игроки



Как происходит перераспределение стоимости?

- Разделение доходов
- Абонентская плата
- Фиксированные выплаты за права, услуги и оборудование



Структура рынка: сегменты

По оценке i-Free
общий объем
рынка в 2006 году
составит
~400млн.\$

Категория услуг	Ключевые игроки	Тренд	Доля 2005 (оценка)	Доля 2006 (прогноз)	Ключевые факторы роста
Кастомизация телефона (картинки, анимации, мелодии)	Infon, i-Free, Nikita, Playfon	↓	60%	40%	User Generated Content и дешевый WAP («тяжелый контент»), WAP-CPA, RBT, порталы вендоров и операторов
Информационно-развлекательный контент	Inform-Mobile, Solvo, i-Free, Nikita	↑	15%	19%	Adult IVR-услуги, дешевый WAP-броузинг, WAP-CPA
Игры	Infon, i-Free, Nikita, Playfon	↑	5%	9%	Дешевый WAP (броузинг и «тяжелый» контент), WAP-CPA
Community-Services	i-Free, Nikita, Inform-mobil	↑	6%	8%	UGC, Adult-контент, Java-клиенты, дешевый WAP-броузинг, WAP-CPA
Медиа-интегрированные услуги	Союзтелеком, Infon, NextMedia	↑	8%	13%	Телешоу с IVR
Мобильный маркетинг	i-Free, NextMedia, BrandMobile, A1	↑	5%	8%	SMS-CRM, WAP-порталы брендов, WAP-реклама
M-Commerce			1%	3%	Микротранзакции, продажи off-line

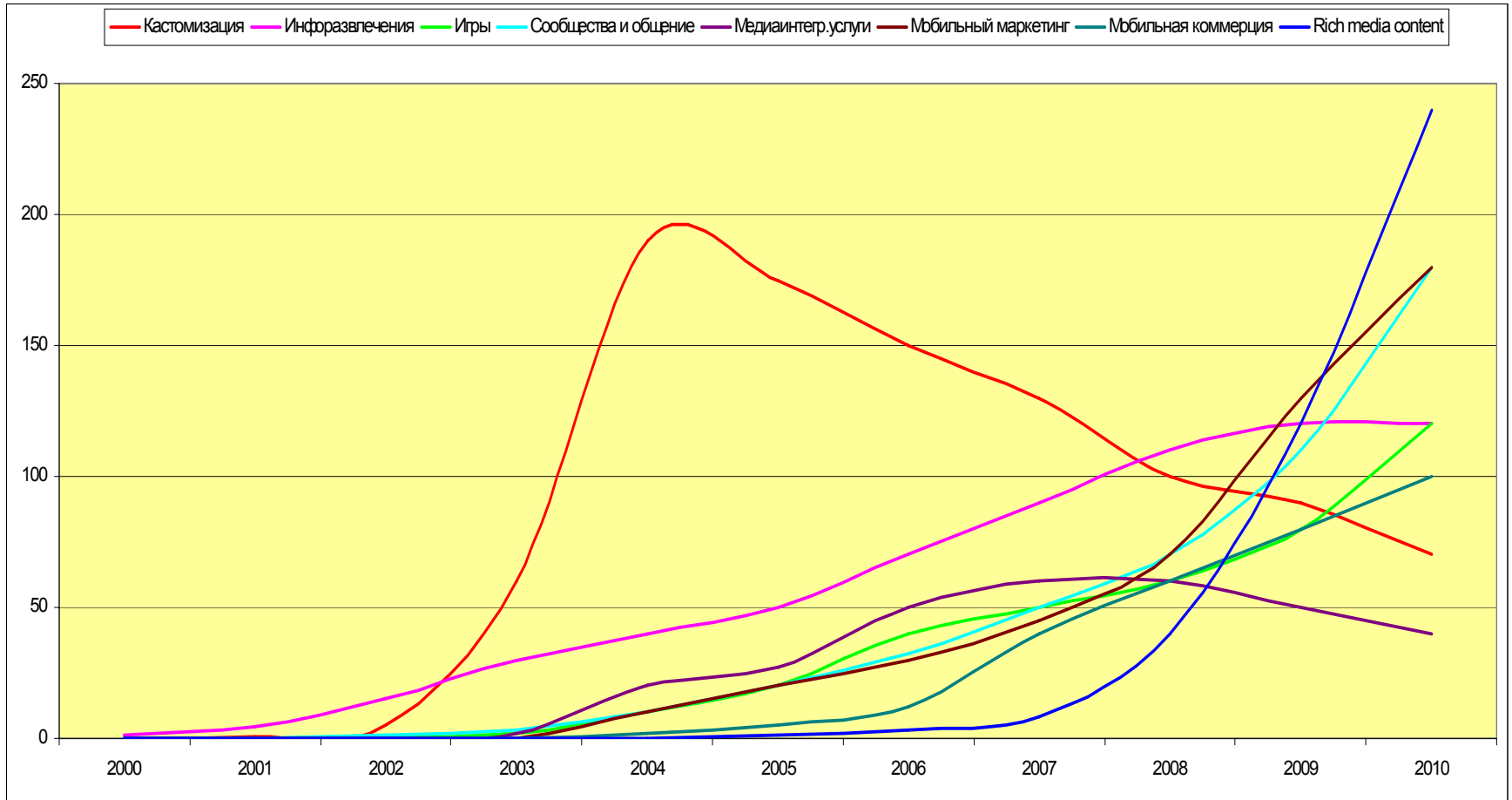


Что нас ждет?





Что нас ждет?





Сообщества и user generated content

- WEB 2.0 – активное формирование сообществ и пользовательского контента в Сети
- Сентябрь 2006 года – 54 млн. блогов в мире, 2млн. постов в день
- 80 млн. постов в русскоязычном Интернете
- Крупнейшее Интернет сообщество: MySpace.com
- Flickr: фотогалереи, более 50млн. фотографий
- YouTube: обмен видеофрагментами: 70млн. просмотров в день
- LastFM: социальная музыкальная сеть
- Прогноз Informa: рынок мобильных сообществ и UGC составит 13,1млрд.\$ в 2011 году

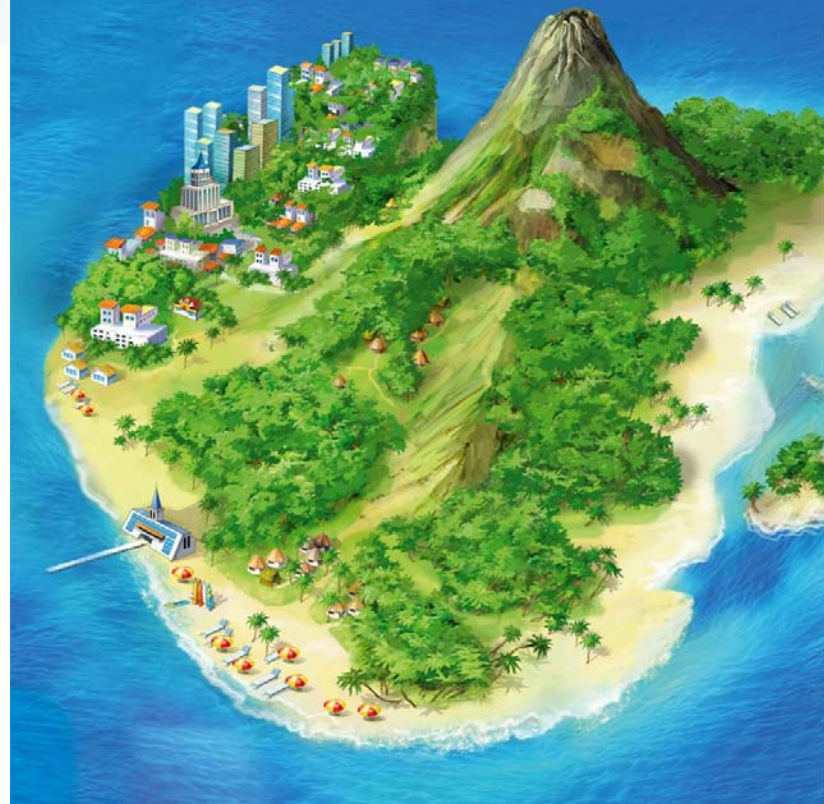


Сообщества способны удерживать пользователей, им свойственны экономические сетевые эффекты и высокие затраты на переключение



Мобильное сообщество

- 2 млн. пользователей
- 600 тысяч постов
- 2 млн. комментариев
- 55 тысяч фотографий
- 4000 sms сообщений в день
- Более 100 племен (форумов)
- Своя газета «Mango» с авторами из числа жителей острова





Мобильный маркетинг

Мобильный маркетинг включает в себя три основных сегмента:

- Промоакции для FMCG компаний
- SMS и WAP CRM (сегодня ключевой сегмент – банки)
- Продвижение и реклама в WAP – основной рост в ближайшие годы



**Сегодня в WAPом пользуются более 16млн.человек
Рынок рекламы в WAP близок к нулю.**

Реклама в WAP позволяет:

- Получать статистику по моделям телефонов
- Получать статистику в разрезе регионов и операторов
- Осуществлять таргетирование (время, регион, модель телефона)
- Возможность телефонного звонка непосредственно с сайта (Click2Call)
- Сегодняшний CTR = 3-5%

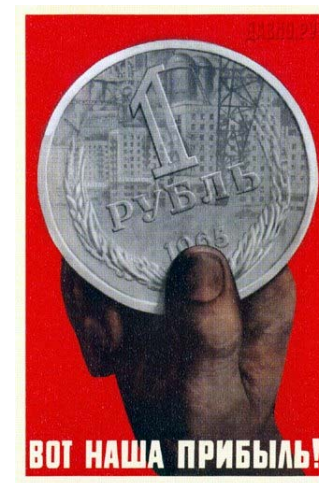
США, рынок рекламы ~270 млрд.\$, Интернет – более 10 млрд.\$

Россия, рынок рекламы ~5 млрд.\$, Интернет – менее 100 млн.\$



Мобильная коммерция

- Микротранзакции (в основном – покупки в Сети)
 - Mamba.ru
 - Территория.ру
- Мобильный вендинг
- Мобильный тикетинг
- Мобильные платежи
- Электронные магазины



Рынок мобильной коммерции в России в 2010 может превысить 100млн.\$

Развитие рынка требует решения целого ряда юридических вопросов, в т.ч. развития существующего законодательства



3G Rich media content. Мобильная музыка. Кейс «3».

- Рынок CD сокращается последние два года
- Всего в мире 2005 году коммерчески скачено 420млн. трэков (в 20раз больше, чем за два года до этого)
- Существующий стереотип – что музыка для мобильных – это рингтоны разрушается
- Лидером в Европе является сеть «3» в UK

Последние данные свидетельствуют:

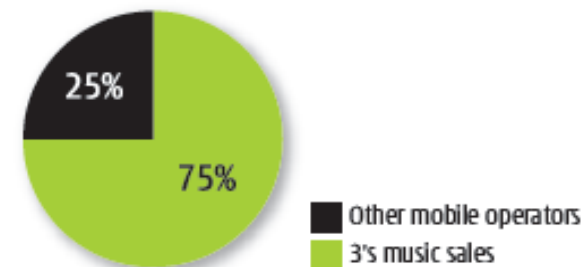
- Рост продаж цифровой музыки в UK через мобильные телефоны составил 106% за первое полугодье 2006
- 78% продаж синглов в UK приходится на загрузки в цифр.формате, на «3» - 10% от всех продаж синглов в UK
- С запуска в середине 2004 года «3» продало 20млн.музыкальных видеоклипов.
- В месяц в «3» продается более 1 млн. музыкальных треков
- Абонентская база «3» на сегодня: 3,75 млн. абонентов
- 75% аб-тов «3» зачивали мобильную музыку
- 60% абонентов «3» уверены, что рынок CD скоро

исчезнет

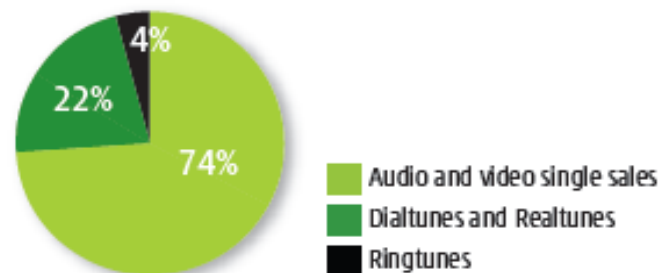
Проблемы:

- Музыкальные издательства по прежнему не имеют бизнес модели для рынка
- Существующая модель дистрибуции пока приемлема только для мобильных операторов
- Сроки запуска 3G

Mobile music download market



Music sales on 3 - September 2006





Мобильная музыка

“When free sharing of music files took off, it seemed that was the end of the record industry. There was no doubt we had our head in the sand. We were the dumbest industry in the world. The consumer was, and still is, five steps ahead of us. They're dictating. But digital has given us a second bite of the cherry. We've just got to make sure we don't screw it up. The most exciting, and the most daunting, time is now!”

- Ged Doherty, Chairman and CEO of SonyBMG



“Когда появился свободный обмен цифровой музыкой, нам казалось, что пришел конец музыкальной индустрии. Теперь нет сомнений, что мы поспешили спрятать свои головы в песок. Мы оказались самой тупой индустрией в мире. Потребитель оказался и остается до сих пор на 5 шагов впереди нас. И он определяет будущее. Но цифровая среда дает нам второй шанс. Главное, чтобы мы его не упустили. И самое необыкновенное, самое захватывающее время именно сейчас”.

Ged Doherty, предс. совета директоров и CEO SonyBMG



3G Rich media content. Видео и ТВ.

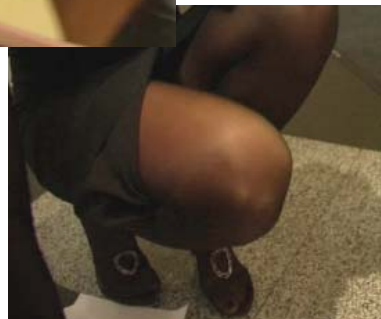
- Кейс. Мобильные телесериалы
 - Mobisodes by Fox Entertainment Mobile (News Corporation)
 - Prison Break (26 серий по 2-3 мин.), Love and Hate, Sunset Hotel, 24:Conspiracy
 - Tardisodes (Doctor Who) by BBC
- Кейс. Интерактивные фильмы и игры
 - Temptation от i-Free и FD



Orange World Vidéo



En savoir plus : consultez le détail du programme >>>





Что нам делать дальше,
чтобы всем жилось лучше?





Что нам делать дальше, чтобы всем жилось лучше?

- Придумать и реализовать адекватные модели для работы с WAP (снижение стоимости, деление трафиком)
- Продолжать реализовывать стратегии качества услуг
- Разрешить продавать через мобильный телефон все, что угодно, а не только контент
- Скорее запускать 3G и учитывать разные модели (как on-portal, так и off-portal cpa) при запуске услуг в этих сетях
- Убедить производителей контента, что массовый спрос на цифровой контент по низкой цене, лучше чем тотальное пиратство при сверхдорогом контенте.



i-Free – кто мы теперь и как у нас дела?

- Выручка по итогам 2006 года сократиться ~ на 25%
- Компания осталась прибыльной и сохранила уровень рентабельности близкий к 2005 году
- Главная задача, успешно воплощенная в 2006 году – **диверсификация**.
- Начало 2005 года – направление кастомизации приносило 80% доходов компании, в конце 2006 года уже менее 45%.
- Как следствие - последние месяцы – рост как доходов, так и прибыльности
- Диверсификация потребовала увеличения команды – сегодня у нас трудятся более 200 человек. Сохранение рентабельности в этих условиях – позитивный факт.
- Сегодня в компании 9 центров прибыли, среди них Jamango, Eromobile, i-Free Business Solutions и другие. 8 из них имеют положительную рентабельность, 6 находятся в фазе роста.
- Компания развивает 5 масштабных внутренних стратегических проектов со сроками запуска в 2007 и 2008 годах.
- Помимо России, i-Free полноценно представлена на рынке пяти стран. Три из них уже приносят операционную прибыль.
- Более 30 млн. уникальных абонентов, 150млн. заказов





Спасибо за внимание!



Кирилл Петров
управляющий директор i-Free
kir@i-free.ru