

Примеры из практики

Создание условий для развёртывания конкурентоспособного Интернет-телевидения

Как компания British Telecom использует цифровые видеомаягнитофоны в качестве фундаментального компонента для достижения конкурентного преимущества на рынке вещательного телевидения

Телефонные операторы становятся операторами вещательного телевидения

Бизнес в сфере телефонии переживает серьезные изменения. Традиционные услуги проводной телефонной связи подвергаются жесткой конкуренции со стороны поставщиков услуг беспроводной и IP-телефонии. По прогнозам издания In-Stat, в США среднегодовой темп роста доходов от потребительской голосовой связи в сложных процентах за период между 2004 и 2009 гг. составит отрицательную величину (- 8,5 процентов).¹ Подобный спад наблюдается и на мировом рынке проводной голосовой связи.

Поэтому неудивительно, что по всему миру телефонные компании объявили о планах по выходу на рынок вещательного телевидения с использованием стратегии Интернет-телевидения либо рассматривают такую возможность. Для многих превращение из поставщика базовых услуг телефонии в поставщика трех различных типов услуг является принципиальным вопросом выживания в долгосрочной перспективе. Так или иначе, непосредственная конкуренция с уже зарекомендовавшими себя на рынке поставщиками кабельного, спутникового и эфирного телевидения – задача не из легких. Для вывода на рынок привлекательного, конкурентоспособного продукта требуются немалые инвестиции в построение сети, закупку телепрограмм и разработку услуг, однако потенциальные выгоды от нового начинания весьма заманчивы.

Одной из компаний, которая, судя по всему, способна справиться с этой задачей, является British Telecom (BT). Располагая обширной базой клиентов и известной маркой, что открывает широкие возможности для закупки телепрограмм, компания BT разрабатывает стратегию завоевания клиентов за счет привлекательных цен, конкурентоспособных телепрограмм и дифференцированного подхода к рынку.

Каким образом ключевые потребности клиентов влияют на стратегию?

Чтобы предложить клиентам убедительные преимущества по сравнению со своими конкурентами, компания BT Vision группы British Telecom поставила перед собой задачу четко определить потребности клиентов и обеспечить более полное их удовлетворение по сравнению с существующими операторами. Как показали результаты этих исследований, клиентам требуется главным образом следующее:

- удобство использования,
- наличие выбора,
- возможность контроля,
- альтернатива устоявшимся платформам,
- отсутствие обязательной подписки.²

Дополнительные сведения

BT Vision компании British Telecom

Посетите веб-узел компании по адресу www.btvision.bt.com

Жесткие диски Seagate DB35 Series

Для получения сведений о жестких дисках Seagate® DB35 Series для цифровых видеомаягнитофонов емкостью до 750 ГБ обратитесь на веб-узел www.seagate.com или обратитесь по адресу dvrinfo@seagate.com.

¹ Wireline Remains in Decline: US Wireline Service in 2005 (Продолжающийся спад на рынке проводных линий связи: Проводные линии связи в США в 2005 г.), In-Stat, 2005 г.

² «Developing a hybrid STB, what will BT's product look like?» (Разработка гибридной абонентской телеприставки: каким будет продукт компании BT?). Джеймс Соумз (James Soames) – BT Vision, 8 мая 2006 г., 2-й Ежегодный форум по Интернет-телевидению и предоставлению трех видов телекоммуникационных услуг.

Создание условий для развертывания конкурентоспособного Интернет-телевидения



Как компания British Telecom использует цифровые видеомagniфоны в качестве фундаментального компонента, обеспечивающего конкурентное преимущество на рынке вещательного телевидения

Три из этих пяти ключевых потребностей могут быть удовлетворены, как минимум частично, за счет включения в абонентскую телеприставку компании ВТ цифрового видеомagniфона. Стремление компании ВТ к всестороннему учету потребностей своих клиентов столь велико, что в состав каждой абонентской телеприставки, которая устанавливается компанией, включается цифровой видеомagniфон с жестким диском емкостью 160 Гб. Еще примечательнее тот факт, что для подписки на услуги клиентам ВТ Vision не требуется выплачивать никакой абонентской платы!

Каким же образом компания ВТ оправдывает свою, на первый взгляд, безрассудную и дорогостоящую политику завоевания клиентов? ВТ делает ставку на то, что ее стратегия окупится. Создавая крепкую базу клиентов, состоящую из удовлетворенных потребителей трех типов услуг, и уменьшая текучесть клиентов, ВТ рассчитывает на то, что она получит мощную отдачу от своих инвестиций. Подтверждением тому должен послужить цифровой видеомagniфон, являющийся важнейшим компонентом нового предложения.

Цифровой видеомagniфон как объект привязанности потребителя

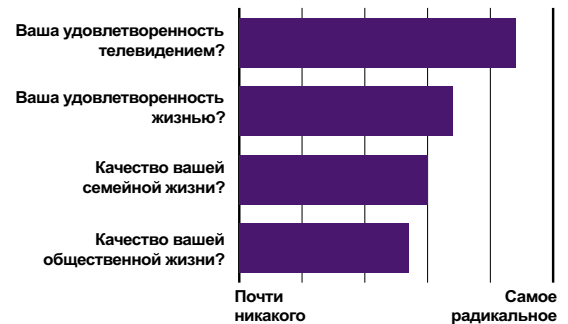
Опрос почти шести сотен пользователей цифровых видеомagniфонов, проведенный компанией Forrester Research в 2004 г., показал, что цифровой видеомagniфон является одним из самых любимых потребителями устройств бытовой электроники за всю ее историю – и акцент здесь делается на определении понятия *любимый*. По данным компании Forrester, когда участников исследования попросили выразить в свободной форме свое отношение к цифровому видеомagniфону, то каждый пятый пользователь использовал в своем описании слово *привязанность*. Это настолько удивило представителей Forrester, что они прокомментировали полученный результат следующим образом:

«Компания Forrester занимается опросами целевых групп уже семь лет, но мы еще никогда не видели, чтобы какое-либо устройство вызывало такое сильное чувство привязанности, как цифровой видеомagniфон».³

Привязанность пользователей к своим цифровым видеомagniфонам отражается на других ключевых статистических показателях исследования Forrester. Пользователи цифровых магнитифонов демонстрируют значительно более высокий уровень удовлетворенности просмотром телепрограмм по сравнению с теми, кто не обладает таким устройством – средний балл составляет 4,4 по 5-балльной шкале. Но это еще не все!

³ Интересы пользователя цифрового видеомagniфона: приобретение и возможности. Forrester Research Inc, 2004 г.

Какое влияние на вашу жизнь оказывает цифровой магнитифон?



Те же пользователи оценивают вклад, вносимый цифровым видеомagniфоном в *общую удовлетворенность жизнью*, на 3,4 из 5!

Эти невероятные уровни удовлетворенности клиентов – как раз то, на что и делает ставку группа ВТ Vision. Цифровой видеомagniфон представляет собой мощное средство удовлетворения трех из пяти основных потребностей клиентов, выявленных компанией ВТ – потребностей в удобстве, наличии выбора и возможности контроля.

Цифровой видеомagniфон обеспечивает такое удобство просмотра телепрограмм, как ни одно другое устройство в истории телевидения. Пользователи демонстрируют почти безусловную удовлетворенность простотой выбора и записи любимых телепрограмм. По данным опроса компании Forrester, для 91 процента всех пользователей цифровых видеомagniфонов основной причиной его использования является то, что он «облегчает запись телепрограмм». Простота записи позволяет пользователям цифровых видеомagniфонов смотреть любимые телепрограммы по собственному графику, без необходимости подстраиваться к графику вещания.

А как насчет выбора? Если задача упрощения записи любимых телепередач для среднестатистического телезрителя решена, то выбор и вкусы потребителя расширяются радикальнейшим образом. Совершенные алгоритмы современных абонентских телеприставок с цифровыми видеомagniфонами автоматически запоминают пристрастия пользователей в ходе работы и записывают аналогичные телепрограммы, что добавляет элемент эмоциональности и вносит еще больше разнообразия в меню пользователей. Расширение выбора у пользователей цифровых видеомagniфонов еще раз подчеркивается в указанном выше исследовании Forrester, которое констатирует падение объема просмотра телепрограмм в реальном времени на 60 процентов.

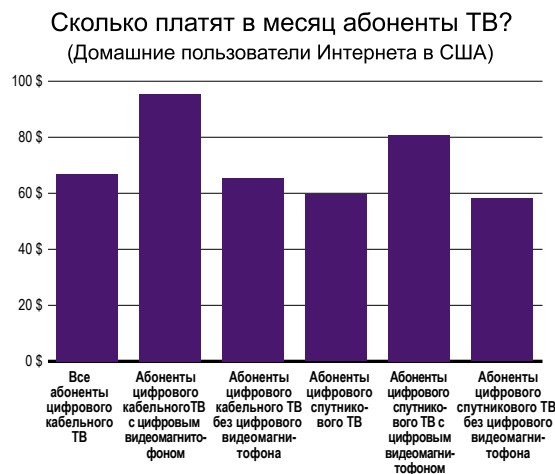
Создание условий для развертывания конкурентоспособного Интернет-телевидения



Как компания British Telecom использует цифровые видеомagnитофоны в качестве фундаментального компонента, обеспечивающего конкурентное преимущество на рынке вещательного телевидения

Вершиной того, что цифровой видеомagnитофон способен предложить телезрителям, является расширенный контроль над процессом просмотра. Несложное программирование позволяет записывать по запросу большое количество телепрограмм, обеспечивая потребителям богатый выбор. Но гораздо большей популярностью пользуются другие возможности цифровых видеомagnитофонов, обычно называемые в отрасли *спецэффектами воспроизведения*. С одной стороны, цифровой видеомagnитофон предоставляет пользователям те же базовые возможности, которые изначально присутствовали в обычных кассетных видеомagnитофонах – приостановка и перемотка видео вперед и назад. С другой стороны, жесткий диск как фундаментальный технологический компонент цифрового видеомagnитофона выводит возможности спецэффектов воспроизведения на качественно новый уровень. Приостановка прямого телеэфира и пропуск рекламных роликов – вот два основных спецэффекта воспроизведения, обожаемых пользователями и обеспечивающих им небывалый уровень контроля над процессом просмотра ТВ.

В момент приостановки прямого телеэфира картинка текущей телепрограммы «замораживается» на экране, а сама программа продолжает записываться на жесткий диск. Когда пользователь готов к продолжению просмотра, он просто нажимает кнопку воспроизведения на пульте дистанционного управления и программа возобновляется с того же места, на котором она была прервана. Когда есть цифровой видеомagnитофон, то телефонный звонок, неожиданный посетитель или другая помеха не заставят телезрителя пропустить ни единого момента из любимой передачи или фильма. Легко понять, почему пользователи считают эту возможность наиболее важной в категории расширенного контроля над процессом просмотра.



⁴ Управление цифровым домом – опрос среди 3 400 домашних пользователей Интернета в США. Parks Associates, 2006 г.

Пропуск рекламы в записанных программах – еще одна возможность, популярная среди пользователей цифровых видеомagnитофонов, несмотря на неоднозначное отношение к ней рекламодателей (что, в свою очередь, является чувствительным моментом для поставщиков услуг). По данным исследования Forrester, 46 процентов пользователей называют возможность пропуска рекламы основной причиной использования цифровых видеомagnитофонов, что опять-таки подчеркивает желание пользователей более полно контролировать процесс просмотра телепрограмм.

От роста удовлетворенности клиентов – к росту доходов

Хотя цифровой видеомagnитофон обеспечивает удовлетворение трех ключевых потребностей клиентов ВТ (удобство, наличие выбора и контроль), есть и другие аргументы в пользу того, чтобы каждый клиент стал обладателем цифрового видеомagnитофона. Компания ВТ предполагает использовать цифровой видеомagnитофон как источник увеличения своих доходов.

Опыт показывает, что будучи удовлетворенными клиентами, пользователи цифровых видеомagnитофонов тратят больше денег на другие услуги. По данным опроса среди 3 400 домашних пользователей Интернета в США, денежные поступления от пользователей цифровых видеомagnитофонов составляют на 11–15 долларов больше, чем от тех, кто не обладает этими устройствами.⁴

Более того, клиенты с цифровыми видеомagnитофонами, как правило, намного *лояльнее*, редко меняют состав услуг и почти никогда не отказываются от использования цифрового видеомagnитофона совсем. И снова данные Forrester Research демонстрируют факт лояльности к цифровому видеомagnитофону, показывая, что только 2 процента опрошенных больше не пользуются цифровым видеомagnитофоном.

Высокая удовлетворенность клиентов, большая выручка, меньшая текучесть – все это вместе придает стратегии ВТ определенный смысл. Однако тому, кто решился на инвестиции, связанные с выдачей каждому клиенту цифрового видеомagnитофона, необходимо как следует постараться, чтобы получить максимальную отдачу от каждого из этих устройств.

Компания ВТ использует инвестиции в цифровые видеомagnитофоны как рычаг для получения дохода от других услуг. Одним из примеров является загрузка содержимого в абонентскую телеприставку ВТ Vision и на ПК. Помимо стандартной возможности просмотра видео по запросу, это обеспечивает пользователям более широкий

Создание условий для развертывания конкурентоспособного Интернет-телевидения



Как компания British Telecom использует цифровые видеомагнитофоны в качестве фундаментального компонента, обеспечивающего конкурентное преимущество на рынке вещательного телевидения

выбор в приобретении и просмотре содержимого, распространяемого по модели проката или продажи. Эта услуга базируется на Интернет-компоненте системы Интернет-телевидения, открывая доступ к содержимому с помощью абонентской телеприставки BT Vision через стандартную веб-службу в рамках стратегии «walled garden» (предоставление доступа к определенным секторам Интернет специальной группе пользователей). В новостях на веб-узле BT Vision данная услуга описывается так:

«Содержимое будет доступно для приобретения с целью просмотра на ПК через магазин BT Vision – новую службу загрузки фильмов и телепрограмм, которая открывается с 31-го июля по адресу www.bt.com/btvision, а также для приобретения или аренды с целью просмотра на платформе BT Vision TV после того, как компания начнет предоставлять услуги телевидения нового поколения нынешней осенью».⁵

Открытие служб загрузки содержимого для клиентов BT Vision не только обеспечивает более широкий выбор и рост прибыли, но и предоставляет компании великолепную возможность завоевать клиентов среди пользователей, владеющих только персональным компьютером и обращающихся к услугам BT для получения содержимого исключительно с целью просмотра на ПК.

От доходов – к эффективной работе

В конечном итоге, компания BT осознала преимущества цифровых видеомагнитофонов, которые помогают компании обеспечить более эффективную доставку содержимого и управление расходом сетевого трафика. Например, у многих клиентов BT Vision пропускная способность сети несколько ограничена и составляет всего порядка 2 Мбит/с в направлении загрузки. Такая полоса пропускания позволяет одновременно передавать всего два или три канала, поэтому BT обеспечивает возможность просмотра содержимого с цифрового видеомагнитофона из нескольких помещений при помощи абонентских приставок, не содержащих цифрового видеомагнитофона. Это дает возможность пользователям в других комнатах дома получать доступ к содержимому, записанному на цифровой видеомагнитофон, предоставляя им огромный выбор *виртуальных каналов*.

Службы видео по запросу (VOD) – еще одна область, в которой цифровой видеомагнитофон позволяет повысить эффективность оператора. Хотя видео по запросу – одна из обязательных возможностей, обеспечивающая богатство выбора и удобство для клиентов, реализация такой услуги в чистом виде вынуждает оператора предоставлять отдельный поток для каждого просматриваемого продукта. Реализуя упрощенный вариант услуги видео по запросу при помощи цифрового видеомагнитофона, операторы могут обеспечить доставку различных видеопрограмм по запросу для целого блока клиентов. Цифровой видеомагнитофон сохраняет содержимое в отдельном буфере на жестком диске, а клиенты просматривают его в удобное для себя время, пользуясь всеми стандартными возможностями видеомагнитофона для спец-эффектов воспроизведения. Загруженное содержимое может удаляться по истечении определенного периода просмотра или предлагаться клиенту для приобретения, что создает еще один источник доходов.

Каковы перспективы?

Хотя исследование четко указывает на привязанность пользователей к своим видеомагнитофонам, у операторов остается другая, еще не раскрытая возможность – извлечение выгоды из инвестиций в устройства хранения данных, устанавливаемые в видеомагнитофоны. Пользователи давно ожидают заполнения создавшегося на рынке пробела между развлекательными устройствами, ориентированными на просмотр видео, и остальными мультимедийными устройствами. Устройства хранения данных, лежащие в основе цифровых видеомагнитофонов, позволяют легко создавать универсальные цифровые проигрыватели и могут служить платформой для упорядочения цифровых фотографий и домашних видеороликов, а также для реализации некоторых базовых функций, традиционно входящих в сферу специализации персональных компьютеров – например электронной почты, игр и Интернета.

Следует ожидать, что по мере обострения конкурентной борьбы за привлечение клиента поставщики услуг сосредоточат главное свое внимание на удовлетворении нужд клиентов, способствуя тем самым социальному и техническому прогрессу. Весьма вероятно, что привязанность пользователей к цифровым видеомагнитофонам со временем не только сохранится, но даже возрастет.

⁵ «Новые независимые сделки BT Vision по предоставлению услуг видео по запросу». <http://www.btvision.bt.com/newsarticle-150806.aspx>