

Второй шанс для Yota

Данный оператор в представлении не нуждается. На территории нашей страны он достаточно известен и во многом благодаря своим эпическим провалам. Всю свою историю Yota старалась быть исключительно инновационной компанией и потрясать рынок, и каждый раз оказывалось, что хорошие идеи требуют качественной реализации. С последним пунктом у компании как-то не задалось. Первым провалился WiMax, за ним последовал Yotaphone (явно не стоящий запрашиваемых 20 тысяч рублей), наконец, компания была куплена на корню Мегафоном вместе со своей инфраструктурой. Казалось, на этом всё и закончится: базовые станции и линии связи будут использоваться самим Мегафоном для улучшения своей сети, а Йота потихоньку прекратит существование. Однако самое ожидаемое не произошло, и компания продолжила оказание услуг по модели MVO (виртуальный оператор). Такая ситуация вызывает удивление, так как ценовая политика у Йоты и Мегафона в корне различны. Первая предоставляет истинный безлимит, а второй – крайне ограниченные и дорогие пакеты трафика. Логически объяснить такой «слив» собственного бренда трудно, но после произошедших недавно событий появились сомнения, что всё делается по незнанию или непрофессионализму. Теория заговоров, ставшая в последнее время очень популярной, подсказывает, что Мегафон первым понял, какие перемены происходят на рынке связи и решил возглавить сей процесс, не показывая своих истинных намерений. Но об этом мы поговорим позже, а пока расскажем непосредственно о самих событиях.

Что предлагается

24 апреля, представители Йоты провели на конференции «РИФ+КИБ 2014» презентацию своего нового продукта. Продуктом стала ни много, ни мало голосовая связь по всей стране. При этом в компании не стали стесняться и представили себя не просто игроком уровня «Ростелекома» или «Теле2», а «четвёртым федеральным оператором»:

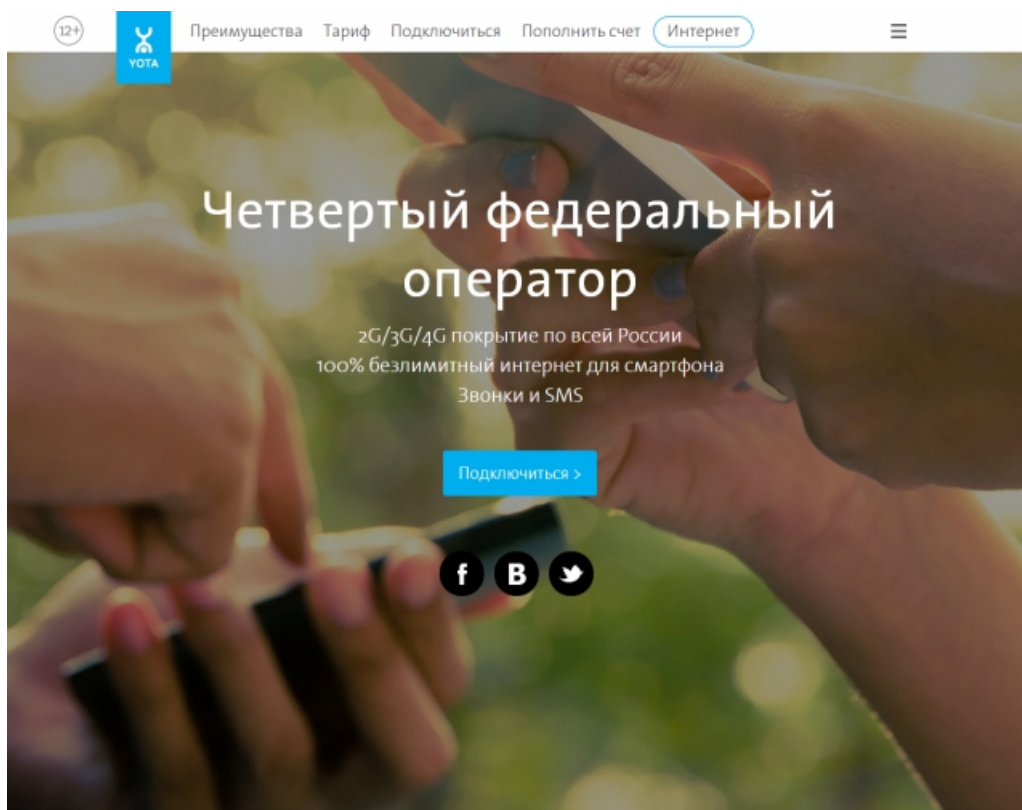


Рисунок: От скромности PR-отдел точно не умрёт

Забегая вперёд, скажем, что от федеральности сейчас есть возможность подключиться в двух столицах, а вот подключения по всей России нет. Впрочем, это (как и некоторые другие ошибки) можно списать на идущий сейчас тестовый период. Ну а теперь по порядку.

Презентацию проводили глава Йоты Анатолий Сморгонский и Валерий Гелинава, директор по продуктам. В первой части было рассказано о самом продукте, а во второй даны ответы на вопросы участников. Началась презентация с демонстрационного звонка, который хоть и со сбоями, но состоялся. Затем ведущие начали рассказывать о самом продукте. Анатолий Сморгонский рассказал, что выйти на рынок фирму побудила ситуация на рынке мобильных устройств, которые показывают очень сильный рост год к году. Например, смартфоны за прошлый год выросли на 50%, а планшеты – на 125%. Передача данных прибавила 37 процентов. Поэтому Yota, как провайдер мобильной передачи данных, решила сделать оператор для смартфонов и планшетов. Именно на эту

целевую аудиторию рассчитано предложение. Оно будет работать и обычными телефонами, но часть функций будет недоступна, а цена делает его не привлекательным. Абоненту пока доступен всего один тариф с фиксированной абонентской платы, которая зависит от региона. В Москве придётся отдать 750 рублей, а вот в Санкт-Петербурге 590 рублей в месяц. Дифференцирование будет распространяться и на другие регионы. За эту немалую для обычного пользователя сумму предлагается безлимитный интернет, безлимитные SMS, безлимитные звонки Yota-Yota и 300 включённых минут на других операторов по всей России:



Рисунок: Предложение для Санкт-Петербурга

После использования включённых минут будет действовать единая цена на звонки и смс по всей стране:

Тариф «Базовый»
Предоставляются услуги вызовов и SMS на номера Оператора и иных операторов по всей России и на территории других стран.
Вызовы на номера Оператора по всей России – 2,50 руб. за минуту
Вызовы на номера других операторов по всей России – 2,50 руб. за минуту
SMS на любые мобильные номера по всей России – 2,50 руб. за штуку
Входящие вызовы за пределами Домашнего региона – 2,50 руб за штуку
Входящие и исходящие вызовы, SMS за пределами России (роуминг) оплачиваются в соответствии с тарифами для роуминга, международные вызовы – в соответствии с тарифами на международные вызовы.

Рисунок: Цена за минуту и одну смс (актуальны для Москвы) одинакова по всей стране

В дальнейшем можно будет сконструировать свой собственный тариф, выбрав то, что реально нужно.

Тарифы в международном роуминге определяются соглашением с партнёрами и вряд ли будут низким, но вот над понижением стоимости мегабайта компания активно работает. А вот внутрисетевой роуминг отсутствует, что сразу же рождает мысли о покупке симок в регионах, где тарифы ниже и завозе их туда, где они выше. Конечно, ради экономии 160 рублей в месяц нет смысла специально ехать из Москвы в Питер, но очень вероятно, что кто-то поставит данное дело на поток. Опять же, по мере запуска услуги в регионах кататься придётся максимум в соседнюю область. Не понятно, как оператор планирует и планирует ли вообще бороться с этим.

Услуги будут предоставляться везде, где есть сети «Мегафона»: от 2G до 4G+. По словам Анатолия Сморгонского, сети обладают достаточной ёмкостью, чтобы обеспечить качественную связь и самого «Мегафона» и Йоты.

Интернет, хотя и назван безлимитным, всё же имеет ограничения. Во-первых, он будет работать только на мобильных устройствах. Подключение сим-карты в модем или использование смартфона в

качестве модема не допускается. Во-вторых, запрещены пиринговые сети (т.е. торрент) и загрузка больших файлов. Компания будет отслеживать все такие случаи и снижать скорость до 32 Кбит/с. Подобное ограничение объясняется просто – Йота хочет предоставить своей основной аудитории (пользователям мобильных устройств то бишь) возможность спокойно выходить в интернет: читать сайты, общаться в социальных сетях, слушать музыку и так далее. Если не вводить вообще никаких пределов, сети очень быстро будут перегружены и на этом всё и закончится.

Отдельного упоминания заслуживает обслуживание. Оно предполагает заказ универсальной сим-карты на сайте и получения её либо курьером, либо в точке выдачи. Для этого следует скачать специальную программу для Android и iOS:

Подключись первым

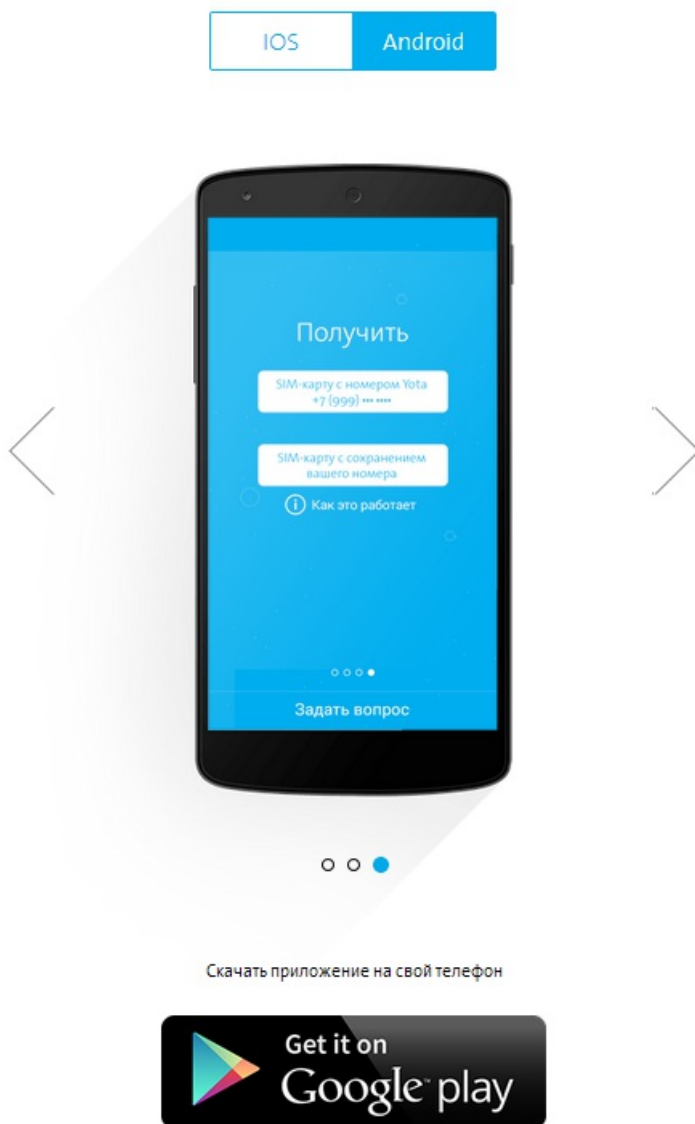


Рисунок: Приложение Yota

Программа объединяет в себе все необходимые функции: просмотр баланса и остатка минут, онлайн-чат с технической поддержкой и возможность оплаты при помощи банковской карты. Справедливости ради надо сказать, что версии для iPhone пока нет, а версия для Android содержит критические ошибки:

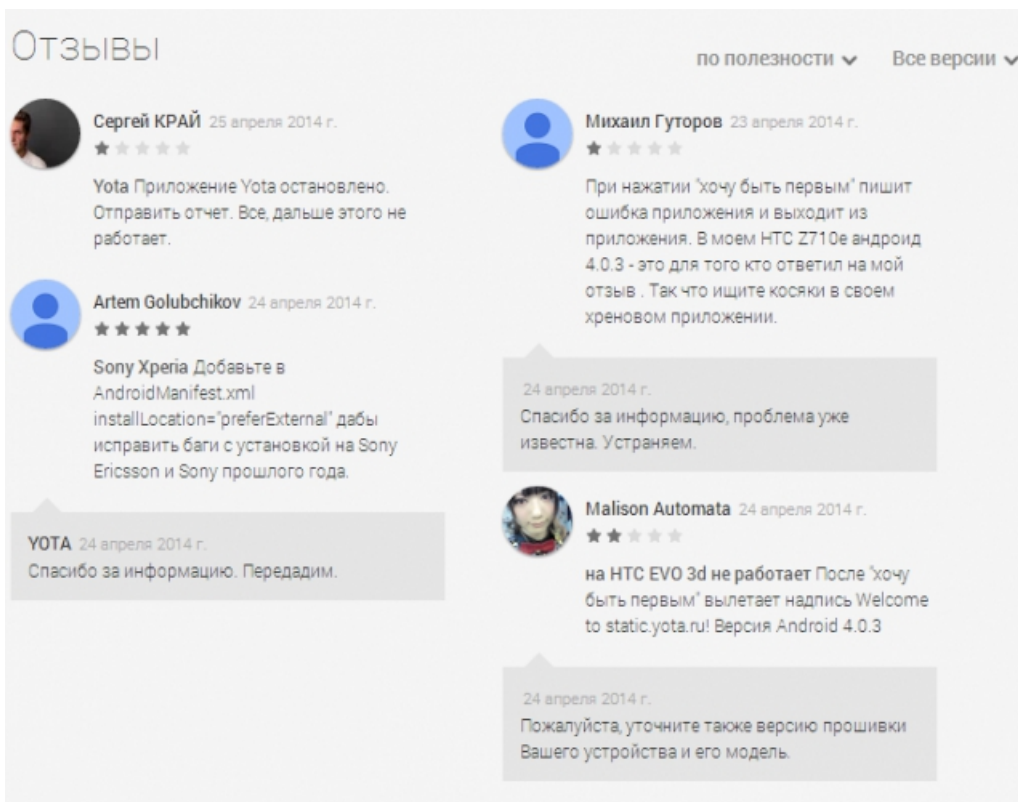


Рисунок: Тестирование в реальных условиях показало, что программа может просто не работать

Судя по количеству затронутых моделей, тестированием в компании особо не заморачивались, что характерно для новых продуктов Йоты и «Мегафона». Ошибки рано или поздно исправят, но осадочек остался.

Техническая поддержка также осуществляется нестандартно: через веб-чат и онлайн-звонок с сайта. От привычного голосового Call-центра было решено отказаться. Идея отказаться от привычного способа связи может показаться излишне смелой, но не будем забывать: основные пользователи услуги – это владельцы мобильных устройств. Для них текстовое общение гораздо привычней голосового, да и само по себе оно гораздо удобней. Не нужно «висеть» на трубке несколько минут дожидаясь оператора, на время уточнения информации можно заняться чем-то другим, посторонние шумы не мешают. Как утверждает Валерий Гелинава, такой способ связи с клиентов будет доминирующим в будущем. Мы проверили, как это работает и работает ли вообще. Возможно, нам просто повезло, но достучаться до оператора удалось сразу и общение заняло гораздо меньше времени, чем традиционное «если вас интересуют новые тарифы, нажмите цифру 1»:

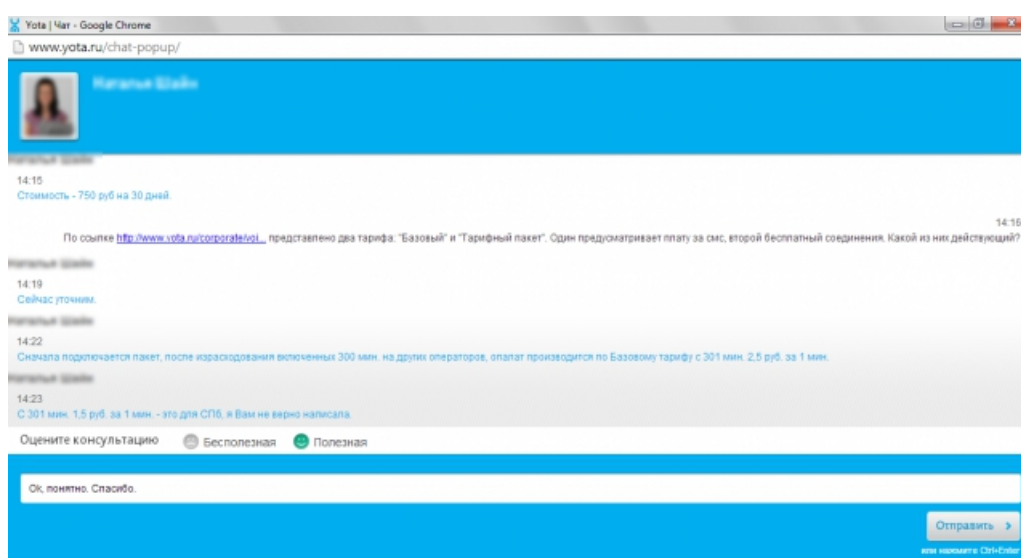


Рисунок: Так происходит общение с оператором техподдержки

Только вот окно чата также следует доработать, ибо сейчас оно не масштабируется в высоту. Из-за чего в неразвёрнутом виде обрезает видимую часть текста на уровне пары-тройки слов. В общем, с технической частью ещё работать, устраняя недоделки и улучшая юзабилити.

Все номера получают новый красивый префикс 999, а так как клиентов пока очень мало, можно без

труда подобрать себе «красивый» номер. В ближайшие 5 лет компания планирует набрать до 10 миллионов абонентов. Услуга переносимости номеров работает, так что покупать новую сим-карту не обязательно:

1

Проверьте документы

Убедитесь, что договор с прежним оператором оформлен на ваше имя.

2

В будущее – без долгов

Если у вас осталась задолженность перед прежним оператором, погасите ее до подачи заявления в Yota или в течение 4 дней после подачи.

3

Подпишите новый договор

Зайдите в точку продаж и обслуживания Yota, подпишите заявление и получите SIM-карту Yota.

4

Ждите хороших новостей

Технически переход может занять от 8 дней. Вы получите SMS-уведомление с указанием времени перехода. До момента переноса вы можете продолжать пользоваться номером у прежнего оператора.

5

Добро пожаловать в Yota

Номер старый, оператор новый, впереди безграничная радость безлимитного общения!

Рисунок: Перенос номера такой же, как и других операторов

Каких-либо преференций и тестового периода, как было при запуске сетей WiMax, нет. Всё совершенно одинаково для всех, даже для владельцев модемов Yota и смартфонов Yotaphone. Последнее несколько удивительно, потому как конвергенция этих продуктов предполагается их общим брендом. Американская практика субсидирования телефона контрактом на несколько лет у нас приживается слабо.

Хорошей новостью является то, что контентщикам доступ (во всяком случае, пока) к абонентам закрыт – никаких премиум-смс, коротких номеров и прочих честных способов отъёма денег не существует. Их появление зависит от желания самих абонентов. Если желающий будет мало, то услуги подобного рода вводиться не будут.

Для кого и зачем это делается



Выход на рынок голосовых услуг понятен – хотя интернет и развивается очень бурно, необходимость звонить по сетям сотовой связи пока никуда не исчезла. Отсутствие возможности дать интернет в любой смартфон и планшетник (которые сильно потеснили ноутбуки) напрямую сильно ограничивало круг потенциальных абонентов, а те, кто как-то решил эту проблему, вынуждены были пользоваться одним из сотовых операторов для мобильных звонков. Кроме этого, сокращалась и ниша домашних пользователей: всё больше их число подключало высокоскоростной кабельный интернет за те же деньги. Даже в частном секторе наиболее активные проводили себе оптику в дом. В общем, необходимо было предложение для наиболее активных ниш в виде смартфонов (где Йота не была представлена практически никак) и планшетных компьютеров (которые можно было подключить через внешний модем, но делать это было неудобно). А для этого нужно было запускать продукт через сим-карты. Естественно, с голосом, так как владельцы односимочных аппаратов не решились бы потерять голосовую связь ради интернета.

Ну а теперь можно удариться в конспирологию и предположить, почему всё получилось так, как получилось. Всё же безлимитные смс, безлимитные звонки внутри сети и настоящий безлимитный мобильный интернет – это сильная заявка на победу и атака на основы сотового бизнеса. В то время, когда у других операторов смс продолжает стоить почти два рубля, давать их бесплатно в неограниченном количестве в паре с неограниченными внутрисетевыми звонками. Ах, да, ещё интернет и отсутствие роуминга. И вполне сносное количество минут на другие сети. Ну и самое главное – почему «Мегафон» пошёл на это, предоставив Йоте все свои сети (не только LTE) и гарантированно лишаясь статуса самой инновационной компании? Ведь Москва и Питер – это только начало и дальше подобное предложение будет представлено в регионах.

На наш взгляд, «Мегафон» решился на глобальный эксперимент. Заключается он в предоставлении пакетных предложений с превалирующим безлимитом. При этом он пошёл дальше и решился тестировать не только сами безлимитные пакеты, но и новый подход к обслуживанию в виде интернет-чатов. Телефоны без особого сожаления были оставлены в стороне – их число постепенно уменьшается и через несколько лет ими будут пользоваться малоодоходные абоненты.



Рисунок: Дни обычных телефонов сочтены

А смартфоны и планшетики – это текущий технологический цикл пользовательских устройств на несколько лет. Впоследствии они трансформируются во что-то с гибкими/голографическими экранами, а то и вовсе во что-то типа Google Glass, но доступ в интернет им будет необходим в любом случае. Именно такой вот переход «специализированные голосовые/текстовые сервисы -> универсальные сервисы» и было решено возглавить. Нет никаких сомнений, что связь следующего

поколения будет основана исключительно на протоколах TCP/IP и будет использовать OTT-сервисы. Пользователь будущего (и частично настоящего) наотрез откажется платить по несколько рублей за несколько слов смс-сообщения или покупать мегабайт голосового трафика за 10 рублей. Следовательно, нужно уже сейчас предложить ему нужный продукт. Этим продуктом является мобильный безлимитный доступ в интернет. Без навязанных пределов, премиум-трафика, специального контента, роуминговых цен и прочего. Именно это и предложила Йота, попутно решив проблему низкого ARPU – стоимость тарифа достаточно велика, она зафиксирована и требует ежемесячного платежа для работы.

Как мы уже говорили, перед строителями светлого будущего стояла задача не только придумать продукт, но и заинтересовать им людей. Это было сделано добавлением традиционных услуг: голоса и смс, но они в предложении далеко не самые важные, даже если окажется обратное. Об этом говорит и ориентация на умные устройства и безлимит внутри сети. Если бы за интерконнект не требовалось платить, Yota с высокой долей вероятности сделала бы безлимит и на другие сети. Традиционные предложения призваны привлечь клиентов и обеспечить комфортный переход к потреблению интернет трафика. За выпадающие доходы от смс и голоса компания не беспокоится – они всё равно будут уменьшаться, а вот завлечь «безлимитностью» на высокую абонентскую плату за интернет способны.

Почему же такое решение не стал реализовывать сам «Мегафон», если оно настолько выгодно? Ответ прост: потому что это эксперимент, который ещё неизвестно чем может закончиться. Реализуя его через Йоту, в любой момент можно что-то переиграть, не рискуя основным брендом. Если проект окажется неудачным – ничего страшного, в актив Yota будет записан ещё один провал. Если же удачным – ну что ж, ничего страшного, просто основную прибыль будет приносить не «Мегафон», а Yota получит второй шанс стать лидирующей инновационной компанией.