“Маркетинговое крео” оператора связи



Рынок телекоммуникационных услуг сейчас насыщен донельзя. Компаний, предоставляющих связь, развелось, как рыбы в пруду. Это, в свою очередь, делает абонента избалованным и критичным по отношения к оператору, чьими услугами он пользуется, да и к его конкурентам тоже. Еще бы, ведь выбрать есть из чего, а тот факт, что за подключение к сетям сейчас по большей части не берут никакой платы, дает пользователям широчайшее поле для выбора. Такое положение вещей заставляет маркетологов шевелить извилинами, а операторов идти на всяческие уступки и ухищрения, дабы урвать чужой кусочек абонентской базы или вернуть отобранное конкурентами.

Казалось бы, основные инструменты по привлечению и удержанию абонентов уже давно придуманы, изучены, а сказано и написано о них уже немало. Но "голь на выдумки хитра", а когда перед оператором маячит перспектива растерять абонентов и потерпеть поражение в конкурентной борьбе, приходится изворачиваться и всячески "креативить".

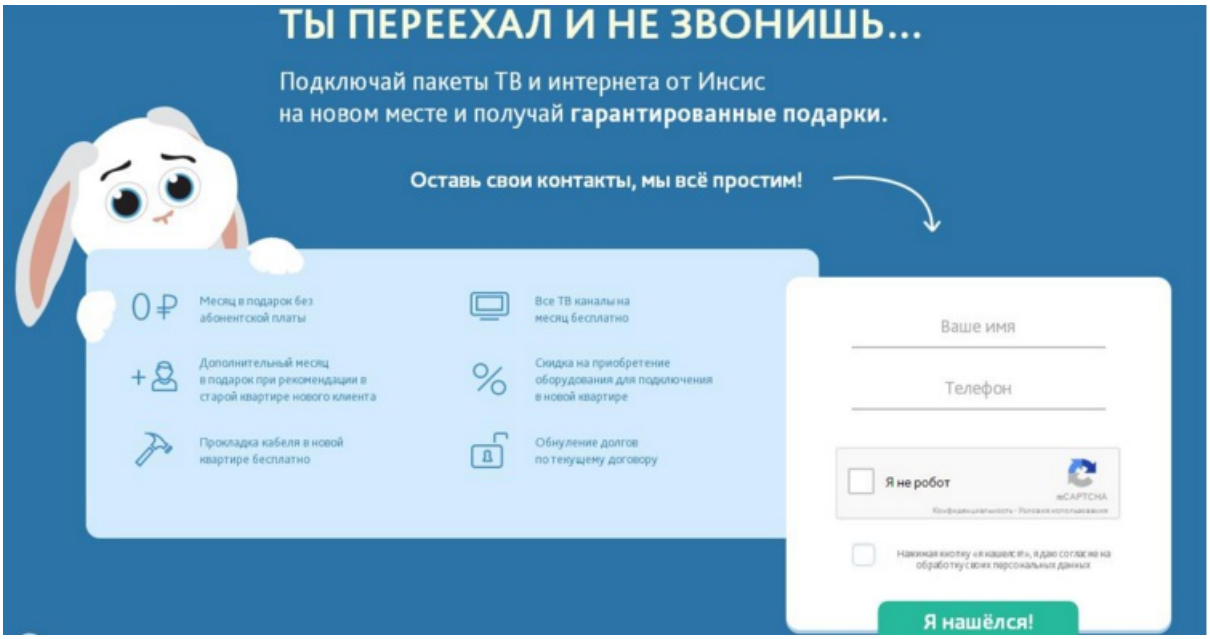
На то, чтобы пробежаться по официальным сайтам различных операторов связи России и посмотреть, что они придумывают, дабы завлечь и удержать абонента, меня натолкнуло изображение "няшного" кролика на рекламном объявлении, наклеенном возле собственного подъезда.



Кролик на плакате в расстроенных чувствах упрекал в том, что "переехать и не звонить - это плохо", но обещал "все простить", если ты пройдешь по предложенной ссылке. Это екатеринбургский интернет-провайдер "Инсис" запустил акцию по возвращению абонентов на свои сети. Пройдя по ссылке, можно увидеть довольно "вкусное" предложение, где всем вернувшимся помимо прощения всех долгов по старому договору обещают:

- месяц в подарок без абонентской платы;
- дополнительный бесплатный месяц, если порекомендуете провайдера новым жильцам вашей старой квартиры;
- бесплатную прокладку кабеля;
- бесплатные ТВ-каналы;
- скидку на оборудование.

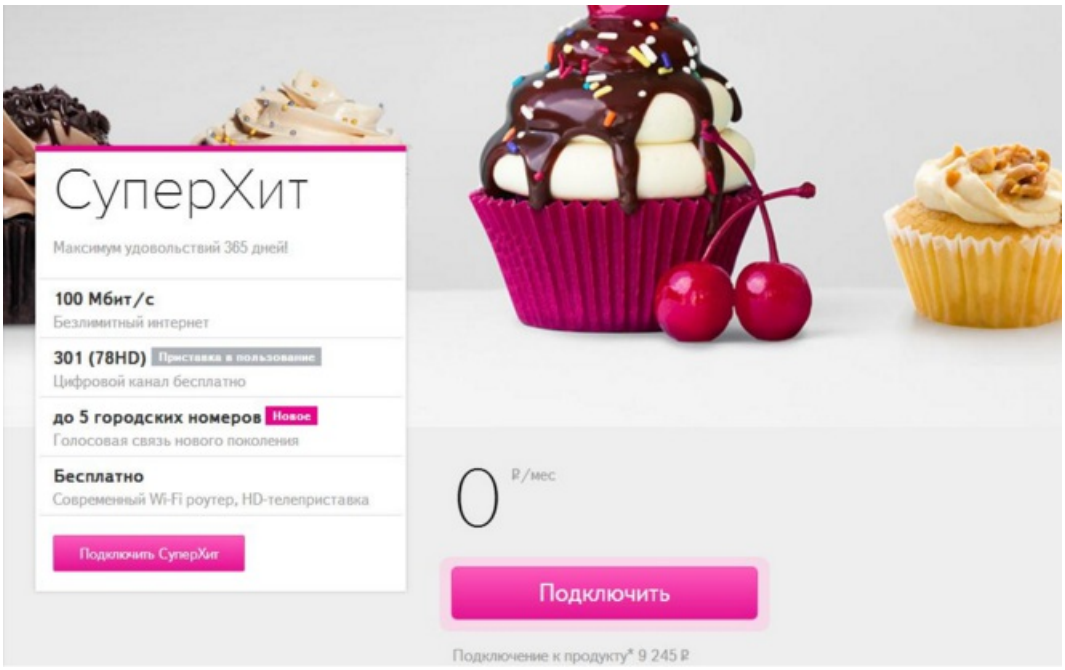
В общем, помимо уже названного прощения, старых абонентов одаривают еще и кучей плюшек. Разве не привлекательно?



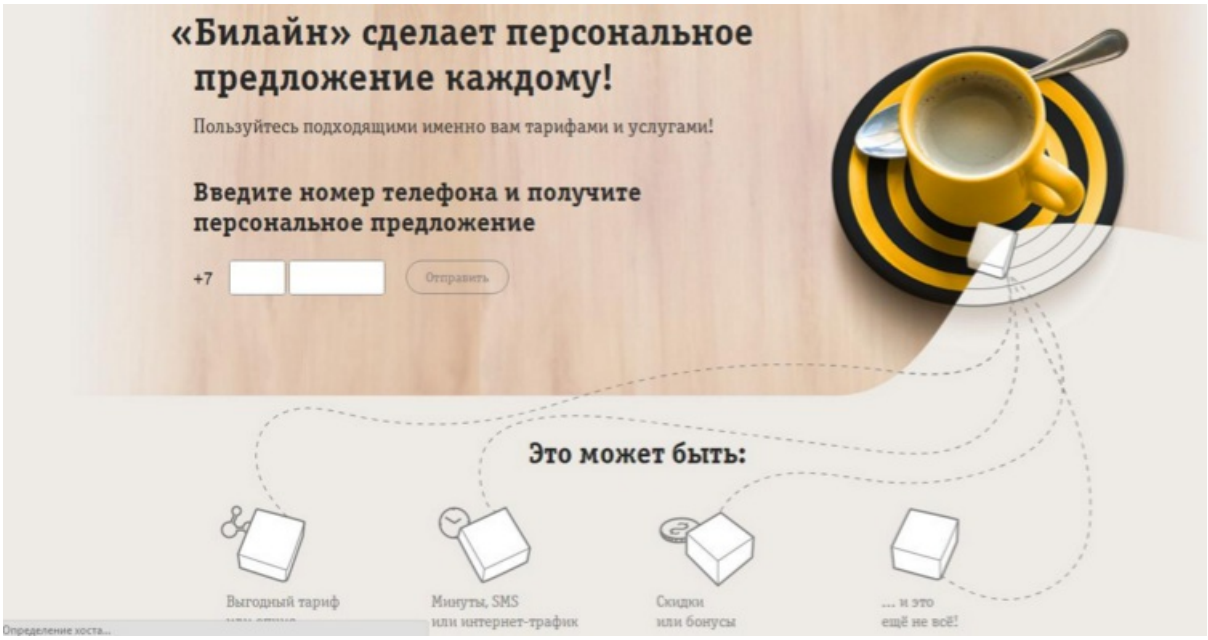
Кстати, тут же рядышком Convex заманивает абонентов ТВ-приставкой в подарок при подключении к сетям.



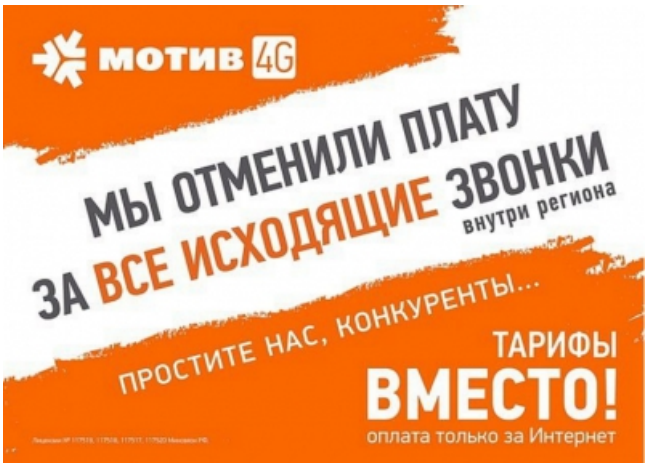
Также достаточно аппетитно, но согласитесь, не так привлекательно, как пакет услуг "СуперХит" от "Планеты". Хотя, если смотреть на цифры со "зведочкой", то стоит еще подумать.



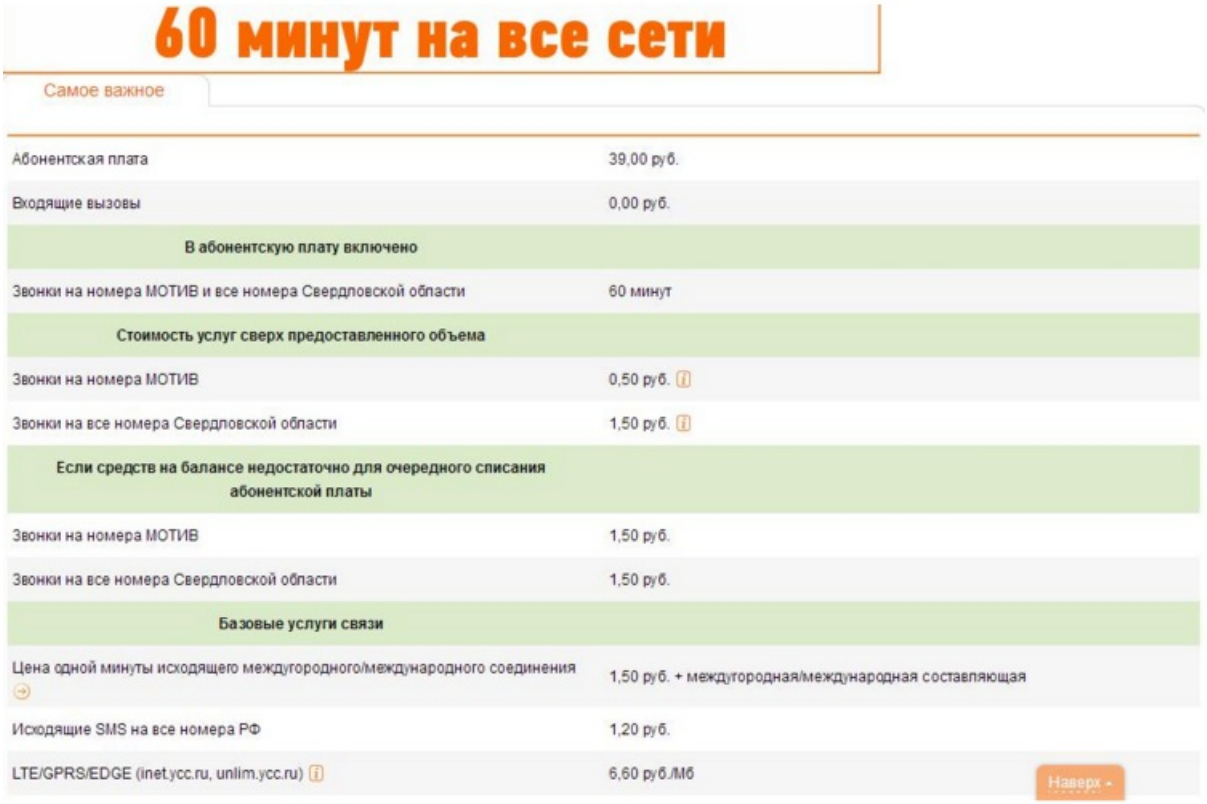
Вообще различные пакеты услуг - это один из самых распространенных способов привлечения абонента. Маркетологи стараются и разрабатывают предложения, которые смогли бы объединить в себе услуги и цены, ставшие бы привлекательными для различных категорий абонентов. Вот "Билайн" решил пойти немного по другому пути и предложил пользователям самим разобраться, что им подходит, естественно, проконсультировавшись со специалистами компании. Итогом такого общения становится персональное предложение для каждого.



Конкуренция порой заставляет операторов идти на форменное безумие, демпингуя и обрушивая цены. Так, год назад поступил уральский сотовый оператор "Мотив", которому просто необходимо было противопоставить что-то федеральному "Теле2", стремительно опутывавшему своей "черной" паутиной весь регион. Последние тоже демпинговали, но "Мотив" сделал то, о чем реально говорили на улицах. Оператор предложил абонентам вообще не платить за связь, а лишь "башлять" за пользование интернетом.



Сейчас у "оранжевого" оператора также достаточно лояльный ценник. Всего за 39 рублей (дешевле банки "Кока-колы") в месяц, у пользователя будет возможность совершать 60 минут исходящих звонков. Кому-то и такого количества разговоров бывает "за глаза".



60 минут на все сети

Самое важное

Абонентская плата	39,00 руб.
Входящие вызовы	0,00 руб.
В абонентскую плату включено	
Звонки на номера МОТИВ и все номера Свердловской области	60 минут
Стоимость услуг сверх предоставленного объема	
Звонки на номера МОТИВ	0,50 руб.
Звонки на все номера Свердловской области	1,50 руб.
Если средств на балансе недостаточно для очередного списания абонентской платы	
Звонки на номера МОТИВ	1,50 руб.
Звонки на все номера Свердловской области	1,50 руб.
Базовые услуги связи	
Цена одной минуты исходящего междугородного/международного соединения	1,50 руб. + междугородная/международная составляющая
Исходящие SMS на все номера РФ	1,20 руб.
LTE/GPRS/EDGE (inet.ycc.ru, unlim.ycc.ru)	6,60 руб./Мб

Наверх

"Мотив" не первый и не последний, кто предлагает свои услуги, не требуя за них платы. В последнее время возник даже своеобразный тренд на такие предложения. Платить один рубль за широкополосный доступ в интернет предлагает "Билайн". Как отмечают эксперты, это связано с тем, что инфраструктура проводного интернета компании по большей части не востребована. Почему бы в таком случае не запустить на нее любителей "халявы", попутно заманив их на подключение к мобильным сетям. Для действующих абонентов такое предложение также будет стимулом остаться на сетях.

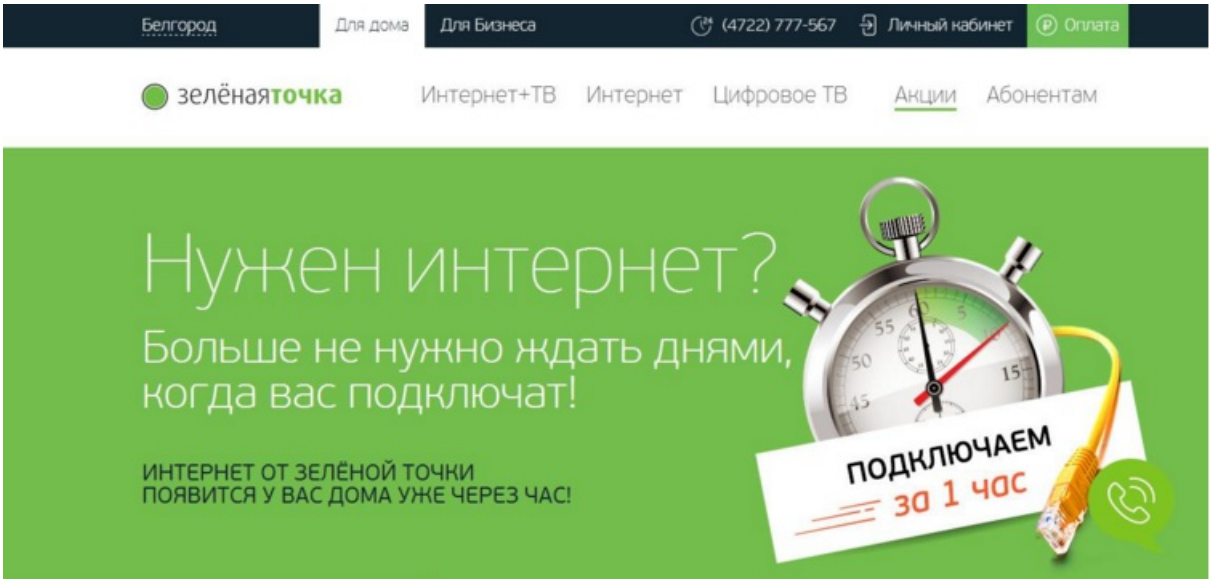


Бесплатной свою связь сделал "МТС", разрешив владельцам карт "МТС Smart Деньги", звонить и пользоваться интернетом не платя за это ни копейки.

Пакеты услуг, громадные скидки или отмена вообще какой-либо оплаты - это, конечно, все очень здорово и, безусловно, приманивает абонентов, как мотыльков к огню. Но этот текст мы начали с креатива. А по моему скромному мнению, самая креативная команда собралась в "Теле2". Помимо безумного демпинга оператор выстреливает очень интересными предложениями. Совсем недавно "Теле2" объявила о старте программы "Твой+". С её помощью оператор рассчитывает получить до конца 2016 года 100 тыс. новых абонентов. Концепция акции предусматривает продажу SIM-карт по модели сетевого маркетинга, а именно, любой человек может стать компаньоном оператора взявшись за реализацию её симок, а в обмен получить некий процент за привлечение нового клиента.

В "Теле" придумали еще один необычный ход. За то, что абонент сбежит с собственным номером от своего оператора прямо в объятия "Теле2", компания готова заплатить.

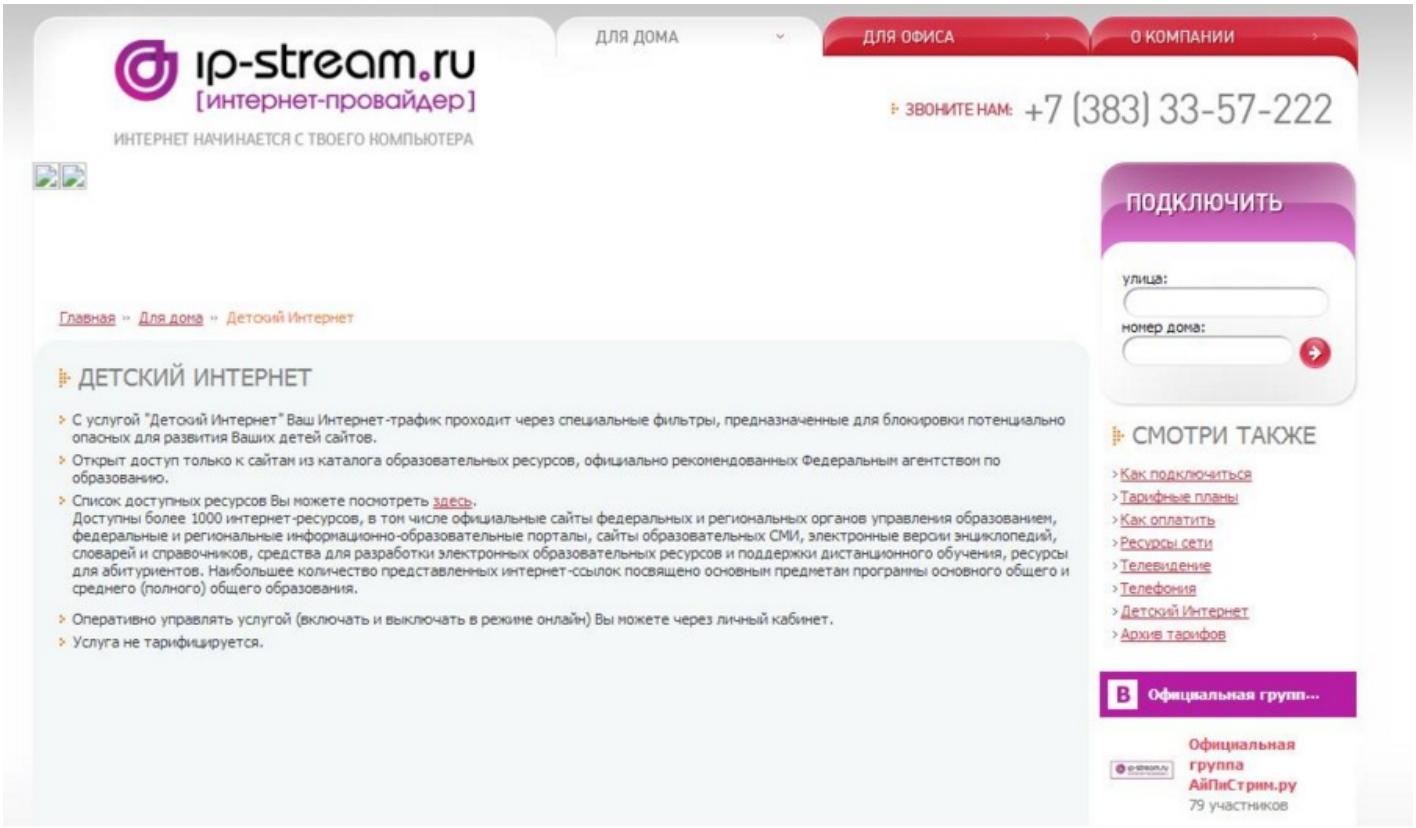
Представители "большой четверки" богаче большинства проводных интернет-провайдеров, и по определению у них должно быть больше ресурсов для качественного креатива и работы с абонентской базой. Но отличные ходы придумывают и компании, у которых возможностей значительно меньше. Интернет-провайдер "Зеленая точка" пообещал частным клиентам подключить интернет всего за час с момента поступления заявки. Поэтому те, кому интернет нужен срочно, а остальное свободное время забито под завязку, несомненно, обратятся услугам этого провайдера.



Заманить клиентов провайдеры стараются и необычными дополнительными услугами. Так в распоряжении челябинского гиганта "Интерсвязь" есть 37 видеокамер, расположенных по всему городу и транслирующих картинку с улиц в режиме онлайн. Увидеть все это смогут лишь подключившиеся.



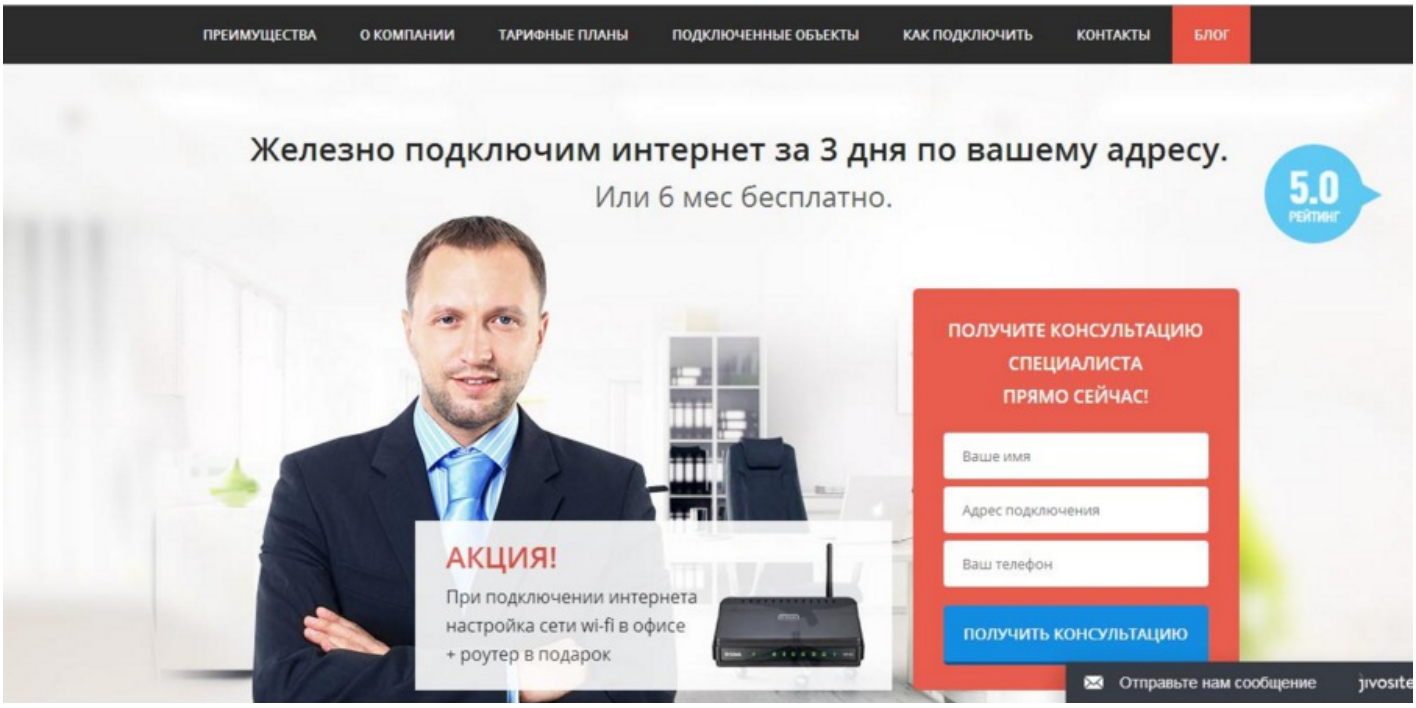
Маркетологи люди взрослые и у многих из них есть семьи, поэтому они понимают, как важно оградить детей от пагубного влияния интернета. С этой целью скромный провайдер из Новосибирска "АйПиСтрим" предлагает своим абонентам пользоваться "Детским интернетом".



Корпоративным клиентам также достаются определенные "фишки" от операторов, ведь не только же за частников на рынке идет борьба. Сюда входят как интересные дополнительные услуги вроде облачной 1С, так и организация видеотрансляций в онлайн-режиме.



"Бизнес-Телеком", к примеру, "отвечает за свои слова", предлагая корпоративным клиентам полгода бесплатной связи, если заявка на подключение не будет выполнена в течение трех дней.



Соглашусь, что не все перечисленные выше примеры оригинальны или отличаются какой-то исключительной новизной от того, что уже было предложено и не раз испробовано ранее, а также практикуется поныне многими другими. Но разнообразие примеров говорит о том, что маркетинг еще не исчерпал себя. Заманить абонента на свои сети можно не только дешевизной услуг и красивой обложкой.

В качестве итога предлагаю ссылочку на интересную публикацию о том, за какие нелепые услуги абоненты платят из своего кармана. И вы им еще бесплатную связь предлагаете?

Если у кого-то есть идеи и соображения о том, как же завлечь в свои сети хитрого абонента, то пишите в комментарии. Если инфа не слишком секретная, конечно.