Смартфон за рубль

Недавно оператор МГТС объявил об акции — абонентам предлагается получить смартфон Samsung Galaxy J120 всего за один рубль при подключении определенного тарифа. Сегодня мы поговорим о том, как это работает, какие результаты может приносить и как реализовать подобный проект без ошибок.

Зачем это оператору

Для получения смартфона на столь выгодных условиях пользователям придется подключить конвергентный тариф МГТС. Он стоит 700 рублей в месяц и позволяет получать фиксированный доступ в интернет на скорости 150 Мбит/с, 20 Гб мобильного трафика и 500 минут разговоров. После двух лет пользования услугами телефон переходит в собственность владельца.

При этом, если пользователь решит отказаться от части услуг МГТС или сменить тариф, ему придется доплачивать за пользование смартфоном 349 рублей в месяц до истечения двух лет. Если договор расторгается полностью, то необходимо вернуть остаточную стоимость смартфона — 7990 рублей (на "Маркете" средняя цена аппарата составляет примерно 6900 рублей) за вычетом количества месяцев использования, умноженного на 349 рублей.

Представители МГТС заявляли о том, что в будущем модельный ряд устройств, предлагаемых на подобных условиях, может быть расширен, компания планирует реализовать "десятки тысяч смартфонов".

Журналисты "Ведомостей" пообщались с экспертами, которые сообщили, что средний "срок жизни" абонента широкополосного доступа в Москве в сети провайдера — 28 месяцев, при этом показатель оттока составляет около 20%. Они уверены, что акция МГТС позволит увеличить срок обслуживания и сократить отток, в том числе и за счет "переманивания" абонентов других операторов.

Как это работает

Тарифы, включающие услуги и оборудование — как в данном случае доступ в интернет и звонки за 700 рублей и смартфон за 1 рубль — называются контрактными. В таких случаях стоимость оборудования включается в абонентскую плату, а абонент обязуется по контракту вовремя вносить ее в течение оговоренного периода. Ранее мы рассказывали о плюсах таких тарифов на примере выдаваемого операторами "в подарок" оборудования. Перечислим главные тезисы еще раз.

Итак, идея контрактных тарифов проста: в обмен на льготные условия подключения абонент берет на себя дополнительные (по сравнению с обычными тарифами) обязательства по оплате и сроку пользования услугами. Никто просто так ему ничего не подарит, поэтому в обмен на льготные условия абонент обязуется непрерывно пользоваться услугами оператора в течение определенного времени, а при нарушении условий оплаты начисляются пени.

Применение контрактных тарифов позволяет операторам решать сразу несколько задач:

- **Снизить порог вхождения**. Во многих случаях абонентское оборудование стоит недешево — смартфоны, приставки цифрового телевидения и т.п. Контрактный тариф позволяет оператору расширить базу потенциальных клиентов, а абонентам не приходится сразу платить большую сумму при подключении.
- **Повысить ARPU**. Реальная стоимость оборудования включается в сумму ежемесячного платежа за услуги, которая в контрактном тарифе обычно выше, чем в тарифе без получения оборудования. В итоге, за срок действия контракта оператор не только возвращает затраты, но и выходит в плюс. Кроме того, после окончания срока контракта абонентская плата не меняется, а значительная часть абонентов просто забудет поменять тариф — так что какое-то время клиенты фактически продолжат платить за оборудование, которое уже окупилось.
- **Удержание абонентов**. Чтобы отключиться от оператора на обычном предоплатном тарифе, достаточно всего лишь перестать платить. В итоге, абоненту проще отключиться, чем продолжать пользоваться услугами. Не так с контрактными тарифами — здесь нужно либо вернуть оператору исправное оборудование, либо деньги за него. Кажется, что это просто, но для большинства абонентов такое условие станет непреодолимой преградой, и они продолжат платить. До расторжения дойдут только самые недовольные.

Если рассматривать кейс МГТС подробнее, то математика получится примерно такая. За смартфон абонент в итоге заплатит примерно 350*24=8400₽ — закупочная оптовая цена подобных аппаратов должна составлять предположительно 5000–5500₽. Вполне приемлемые цифры, даже учитывая

стоимость и риски двухлетней рассрочки.

Кроме того, оператор новым тарифом сможет привлечь новых абонентов в MVNO-проект, а также сможет снизить в несколько раз отток пользователей ШПД среди подключившихся. Открытых данных по оттоку МГТС в открытом доступе, разумеется, нет, однако на основе нашего опыта можно предположить, что со среднерыночного показателя в 25% абонентской базы в год он упадет до 5–8%.

Это означает, что МГТС не нужно будет компенсировать убытки от быстро отключившихся абонентов за счет лояльных клиентов. В итоге оператор сможет иметь хорошую маржу, сохраняя привлекательные цены. В случае пакетного тарифа со смартфоном за рубль оператор обращает внимание пользователей, что они смогут сэкономить "до 15 тысяч рублей в год": 8000 рублей на покупке телефона, и около 7000 рублей — на услугах связи.

Таким образом, даже в московских условиях жесткой конкуренции грамотный маркетинг позволяет оператору добиваться хороших результатов и даже наращивать абонентскую базу за счет "перетягивания" пользователей менее гибких компаний.

Что нужно, чтобы быть "как МГТС"

Контрактные тарифы выгодны оператору — при их правильной реализации. Основная задача компании — отслеживать исполнение абонентом своих контрактных обязательств. Только в том случае, если пользователи соблюдают условия договора (то есть, платят в полном объеме и в срок), он будет выгоден оператору.

Когда мы столкнулись с задачей реализации контрактных тарифов в нашем биллинге Гидра, то оказалось, что решить ее совсем не так просто, как предполагалось. Выяснилось, что существует множество подводных камней и краевых моментов: например, необходимо уметь корректно обрабатывать случаи гарантийной замены оборудования, перехода абонента на более дорогой тарифный план, замены оборудования на более дорогое, досрочное расторжение контракта и так далее.

С этими вопросами столкнется любая компания, которая решит реализовать контрактные тарифы своими силами. Избежать на этом пути ошибок будет сложно, и поэтому имеет смысл пользоваться биллинговыми решениями, в которых такая функциональность уже прошла проверку у других операторов.