

Wi-Fi-авторизация: обзор поставщиков сервиса для Интернет-провайдеров

Давно не секрет, что со вступлением в силу постановления Правительства №758 от 31 июля 2014г. и №801 от 12 августа 2014 г. на публичных Wi-Fi сетях должна быть реализована процедура авторизации всех пользователей. При этом, согласно новым поправкам в КоАП РФ, бремя ответственности за соблюдение закона ложится на Интернет-провайдеров, которые и обязаны проводить подобную идентификацию. Вплоть до июня 2016 г. ситуация с анонимным Wi-Fi и штрафами за него была ясна не слишком хорошо, пока с проверками публичных заведений в Москве не прошел Роскомнадзор. "Наказывать рублем" недобросовестных владельцев хотспотов власти начнут уже в ближайшее время: Минкомсвязи предусмотрел штрафы от десятков до сотен тысяч рублей.

Вопрос необходимости предоставления заведениям Wi-Fi-авторизации уже даже не встает: сказали "нужно", значит нужно делать. Загвоздка как раз в другом: как оператору связи на обязательной услуге получить дополнительные выгоды? Как не просто соблюсти закон, а качественно расширить спектр предоставляемых сервисов клиентам?

Как выяснилось, одно лишь словосочетание "Wi-Fi-авторизация" несет в себе массу преимуществ для провайдеров: дополнительный источник дохода; повышение лояльности клиентов, ведь для них это такая же головная боль, а искать поставщика отдельного сервиса куда дольше и выматывающе, чем принять подобное предложение от собственного Интернет-провайдера. Помимо всего прочего, существующие игроки на рынке Wi-Fi-авторизации предлагают не только эту стандартную процедуру, но и массу привлекательных маркетинговых функций, с помощью которых уже клиенты провайдеров, владельцы заведений, могут эффективно взаимодействовать с гостями.

Выходит, один качественный сервис удовлетворяет потребности всех вовлеченных в проблему сторон:

- Интернет-провайдер соблюдает закон и увеличивает ARPU.
- Владелец заведения соблюдает закон, изучает целевую аудиторию с помощью Wi-Fi, продвигает свои же продукты/услуги на том же Wi-Fi (об этом чуть ниже) и, как следствие, повышает доход: дает предложения релевантные спросу гостей.
- Гости заведения получают доступ к бесплатному Wi-Fi. Быстро и без лишних телодвижений, если логика сервиса грамотно выстроена.
- Государство успешно реализует антитеррористические меры, контролируя общедоступные Wi-Fi сети.

Результат - все максимально довольны.

Интернет-провайдеру куда выгоднее найти поставщика с уже рабочим сервисом авторизации и зарабатывать на нем, чем тратить время и ресурсы на разработку собственного решения.

Переходим к следующему вопросу: как грамотно выбрать сервис авторизации, который будет нравиться клиентам провайдера и за который они захотят платить?

По запросу "Wi-Fi-авторизация" в поисковике Google отображается 470 000 результатов. На каком остановиться? На сегодняшний день подобную услугу предлагают не одна, не две, а сотни компаний, от небольших стартапов (MyWiFi, Town WiFi, WiFiNow, Амаркет и т.д.) до крупных операторов связи. Предлагаю рассмотреть 5 ключевых поставщиков сервиса: Hot WiFi, Clever WiFi, Netgo WiFi, WiFly, Smart WiFi.

На сайте Clever WiFi мы нашли отличную аналитическую таблицу сравнения компании с основными конкурентами. Взяв ее за основу, решили актуализировать данные и несколько модифицировали пункты сравнения, добавили других конкурентов.

функции	Smart WIFI	WiFly	Hot WIFI	NetgoWIFI	Clever WIFI
	http://smart-wifi.info	http://www.wifly.net/	www.hot-wifi.ru	http://netgowifi.ru/	http://cleverwifi.ru/
дата основания	2014	2009	2012	2013	2015
Способы авторизации					
Социальные сети	да	нет	да	да	да
авторизация через СМС пользователю	нет	да	да	скоро	да
авторизация через звонок пользователя на бесплатный номер	нет	да	да	нет	нет
авторизация через обратный звонок пользователю	нет	да	нет	нет	нет
авторизация через виртуальные купоны для гостиницы хостелов	нет	да	нет	нет	нет
авторизация через пароль	нет	скоро	да	да	да
Возможности после авторизации					
ВК: пост на стену + подписка на группу	да	подписка	да	да	да
FB: пост на стену + подписка на группу	да	подписка	да	да	скоро
Instagram: лайки подписка на группу	да	да	да	да	скоро
Проведение опросов	нет	да	да	да	да
Вызов официанта через цифровую кнопку на веб-странице	нет	да	нет	нет	нет
Промо-страницы (полноценные landing pages)	нет	да	нет	нет	нет
создание рекламных кампаний	да	да	да	да	да
Функциональность для партнера (Интернет-провайдера) и владельца заведения					
конструктор брендированной страницы входа с логотипом	нет	да	да	да	да
возможность "живых обоев" в качестве фона приветственной страницы	нет	да	нет	нет	нет
конструктор промо-страниц	нет	да	нет	нет	нет
персональная страница клиента в заведении	нет	да	нет	нет	да
личный кабинет владельца заведения	да	да	да	да	да
личный кабинет партнера с расширенным функционалом	нет	да	да	да	да
удаленная настройка роутера через личный кабинет портала авторизации	нет	да	нет	нет	нет
платежная система для оплаты за услуги в личном кабинете	нет	скоро	нет	да	да
техническая поддержка		12/7	24/7		24/7
Тестовый период	?	20 дней	7 дней	7 дней	30 дней
Встроенный биллинг для платежей и управления тарифами	нет	скоро	нет	нет	нет
Работа с клиентскими данными					
аналитика клиентского профиля	да	да	да	да	да
статистика подключений	да	да	да	да	да
статистика эффективных постов	нет	нет	нет	да	да
модерация постов перед размещением	нет	нет	нет	да	да
выгрузка отчетов из личного кабинета	нет	да	да	да	да
возможность подключения к сервису через API	нет	да	нет	нет	да
программа лояльности - Электронная Дисконтная Карта	нет	скоро	скоро	да	да
Поддерживаемое оборудование					
Mikrotik	да	да	да	да	да
Open Mesh	нет	да	Интеграция	Интеграция	Интеграция
Ubiquity	нет	возможна интеграция			
HP controller	нет	да			
Cisco	нет	да			
TP Link	нет	нет			да
работа по установке роутера	бесплатно	бесплатно	1000	нет	бесплатно
Стоимость услуг для заведения					
подключение к системе, руб	Не удалось связаться с компанией	0/550	бесплатно	нет/ 5000	2000 / 4000
абонентская плата , руб./мес.		550 - 2900	30 000 в год	1500/ 5000	1500 / 3000
создание дизайна приветственной страницы авторизации, руб		бесплатно	20 000	бесплатно	бесплатно
Итого стоимость подключения в первый месяц, руб		550/3450	-	7000 / 9500	3500 / 7000
Итого стоимость годового подключения, руб		6 600/34 800	30000/ 62000	23 500 / 64 500	20 000 / 40 000

Казалось бы, решение WiFly довольно продвинутое, и компания представлена на рынке более семи лет. Почему тогда они единственные, кто не предлагает авторизацию пользователей **через социальные сети**? Ответ на вопрос дал непосредственно Генеральный директор WiFly Сергей Несмачный. По его словам, есть, как минимум, три причины для того, чтобы этого НЕ делать:

1. Идентификация пользователей через социальные сети не отвечает требованиям

действующего законодательства РФ, так как не может содержать однозначно достоверные сведения о ФИО человека, подтверждаемые удостоверением личности. Другими словами, это абсолютно нелегитимный способ. В то время как авторизация по номеру телефона означает, что представители власти могут запросить все данные о пользователе у оператора связи, который зарегистрировал СИМ-карту данному человеку.

2. Принудительная публикация постов в обмен на бесплатный Интернет может снизить лояльность гостей заведения, которые не желают распространяться о текущем месте их пребывания или засорять ленту новостей рекламными предложениями. Альтернативой подобным постам у WiFly служат 2 инструмента: виджеты социальных сетей с предложением подписаться на страницу заведения, поставить "лайк" на те самые "промо-страницы", которые упоминались выше. То есть пользователь точно так же увидит бренд в соц. сетях, сможет подписаться на его новости, просмотрит спец. предложение или анонс новинки, но сделано это будет на добровольных началах.
3. Авторизация через соц. сети подразумевают, что эти сайты уже открыты сразу в момент подключения к Wi-Fi. Иными словами, пользователь может пользоваться соц.сетями, будучи не идентифицированным, а это уже определенная "дырка" в самом механизме авторизации.

На что еще стоит обратить внимание при выборе поставщика сервиса авторизации? Техническая поддержка. Очевидно, что оператору связи более чем хватает текущих задач, и важно, чтобы новая услуга не добавляла головной боли, а напротив, снимала ее. Идеально, если помогают с подключением клиентов-заведений и гарантируют поддержку 24/7.

Организация ценовой политики провайдера и поставщика также важна. Речь не о стоимости услуги, нет. Речь о том, как организован процесс тарификации и провайдера, и его клиентов. Если компания-поставщик авторизации позиционирует себя как ISP friendly и имеет встроенный в систему биллинг – честь ему и хвала. Что может быть удобнее, чем автоматизированный процесс расчетов, возможность создавать комплексные тарифы и управлять ими прямо из Личного кабинета? Однако на сегодняшний день похвастаться готовым биллинговым решением ни один из лидеров рынка Wi-Fi авторизации не может. При этом WiFly, как видно из таблицы, находится в стадии интегрирования биллинга от компании Rentsoft в свою систему.

Возвращаемся к коммерческому аспекту Wi-Fi-авторизации и объясняем, как сами заведения могут на нем зарабатывать. Есть два варианта: размещая баннеры в сети от сторонних рекламодателей и привлекая больше посетителей, повышая их лояльность, т. е. маркетинг в чистом виде.

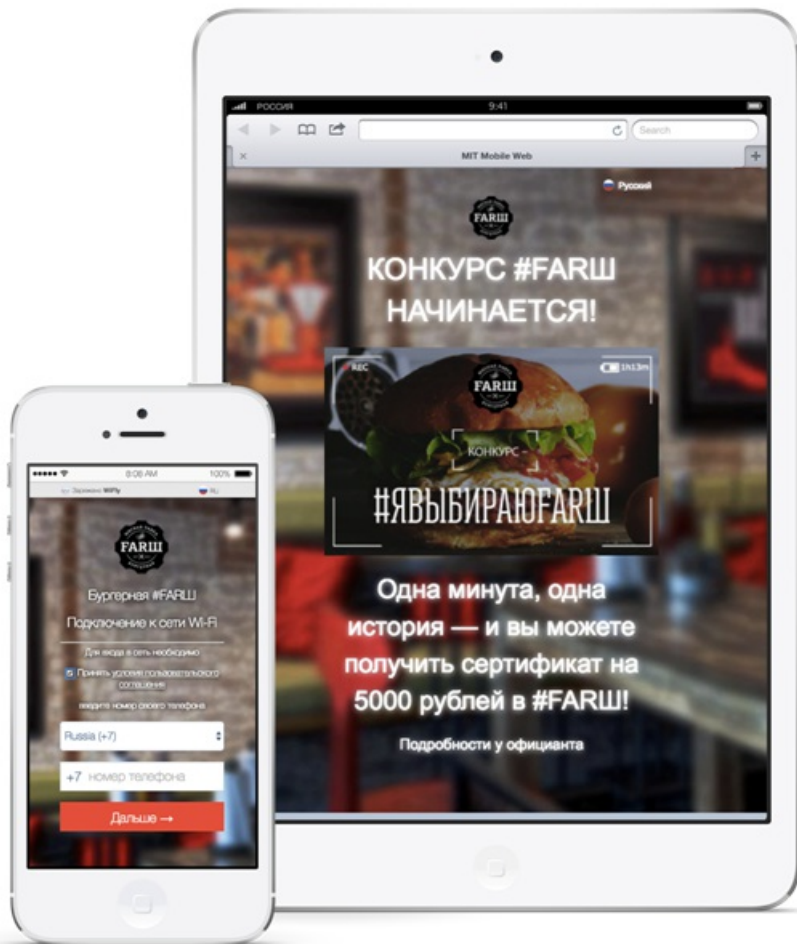
Чтобы не быть голословными, переходим к реальным кейсам.

Hot Wi-Fi - 4 года работы на рынке. В зависимости от запросов клиента подстраивают функционал сервиса. В Hard Rock Cafe, например, за 4 месяца гости рассказали о заведении 823 116 друзьям в социальных сетях, в "Обед Буфет" производится эффективный сбор обратной связи от гостей заведения (в среднем 26 отзывов в день). Информация взята с их сайта.

Более подробно рассмотрим кейс компании WiFly для клиента в Москве – сети бургерных Аркадия Новикова #FARШ. Задача Интернет-провайдера – обеспечить стабильно работающую авторизацию пользователей на Wi-Fi.

Задачи клиента:

1. Повысить вовлеченность и количество подписчиков в Facebook и Instagram.
2. Регулярно оповещать гостей ресторанов о проходящих акциях, конкурсах, повышать число участников конкурсов.



Решение:

1. WiFly запустил в #FARSH авторизацию через звонок пользователей на бесплатный номер 8-800 и через СМС.
2. Брендированная страница, перенаправление на социальные сети после пройденной идентификации с возможностью моментально подписаться на рассылку заведения и поставить "лайк".
3. Промо-страницы, они же landing pages, которые отображаются пользователям при подключении к Wi-Fi, анонсируют информационные сообщения и стимулируют совершить целевое действие – заказ блюда/участие в конкурсе.

Результат:*

1. На момент начала запуска сервиса в августе 2016 г. количество подписчиков страницы #FARSH в Facebook составляло менее одной тысячи человек. До февраля 2017 г. оно выросло в пять раз, до 5140 человек.
2. В Instagram ситуация еще более положительная: с августа по февраль количество подписчиков профиля #FARSH увеличилось в два раза с 15 до 29 тысяч человек.
3. Благодаря анонсированию конкурса #явыбираюfarsh, в декабре с помощью авторизации от WiFly, коэффициент вовлеченности пользователей в контент (Engagement Rate – ER) выросла в 3,7 раза в Facebook и в 2,5 раза в Instagram.
4. Проведен анализ целевой аудитории, которая пользуется гостевым Wi-Fi. Из представленных ниже диаграмм видим, что преобладающие гости сети бургерных – молодые люди от 18 до 34 лет и девушки от 18 до 24 лет. Полезная информация для маркетологов заведения.

Пол

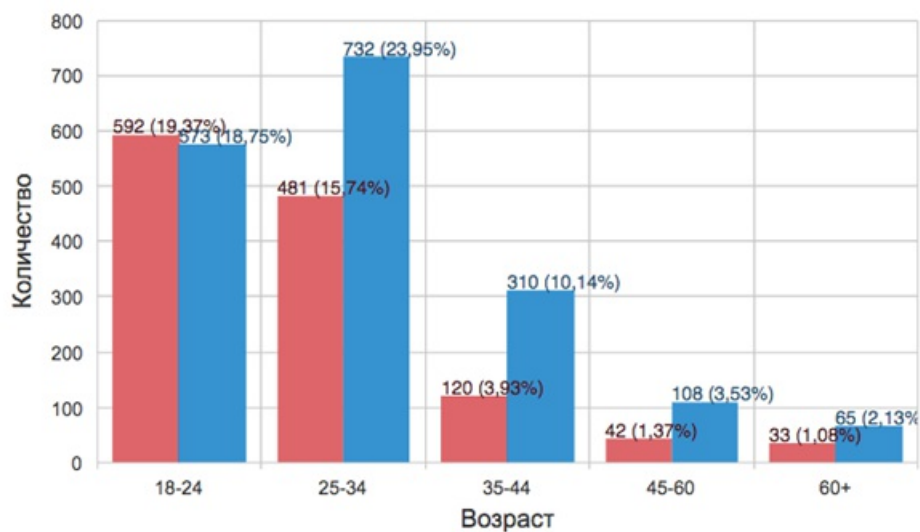


Мужчины - 1788 (59%)



Женщины - 1268 (41%)

Возраст



Таким образом, кейс WiFly и #FARШ можно назвать более чем успешным.

* Информация предоставлена уполномоченным представителем сети ресторанов.

Резюмируем: при правильном использовании сервиса авторизации Интернет-провайдер повышает и собственный доход, и доход клиента.

Признаемся, в статье отражены не все аспекты Wi-Fi-авторизации и "подводные камни", ибо объем текста ограничен. И существует еще немало спорных вопросов о сервисе, проблем и их решений. Поэтому Rentsoft организует [вебинар](#) для Интернет-провайдеров с целью досконально разобрать преимущества и недостатки услуги, ответить на все интересующие вопросы. Дата его проведения – 21 февраля в 15:00 по московскому времени.