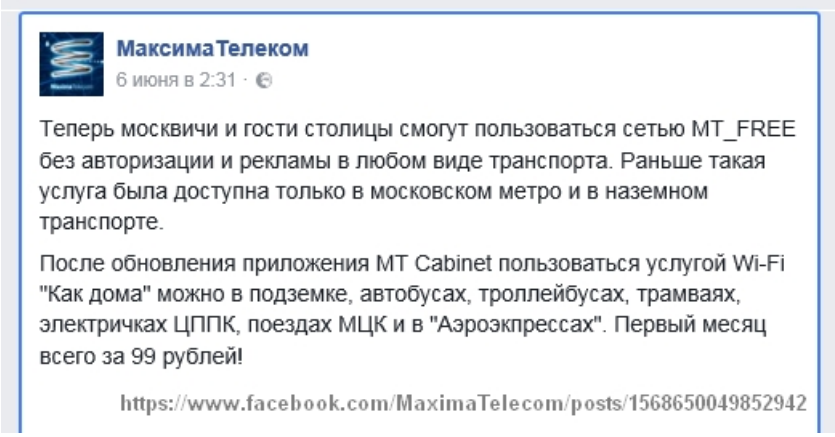
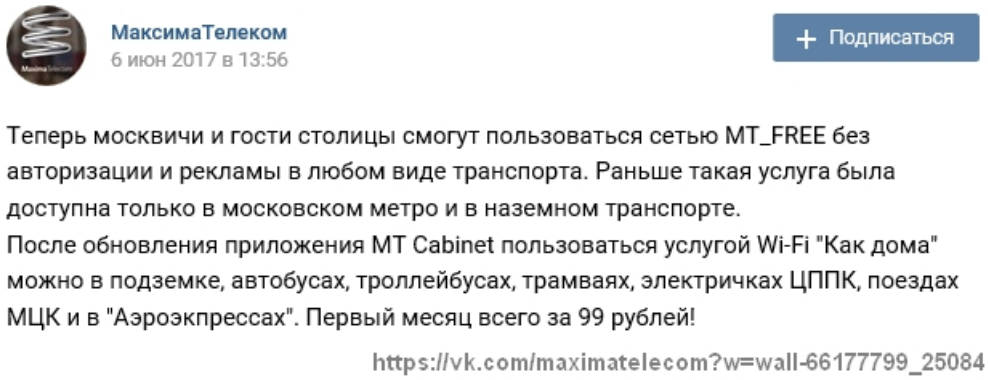
Десятая часть пользователей готова платить, чтобы не видеть рекламу

Потратив каждый месяц от 165 рублей (если оплатить сразу за год) до 277 рублей можно пользоваться бесплатной сетью Wi-Fi, работающей в московском общественном транспорте. За эти деньги владелец сети – компания "МаксимаТелеком" избавит оплатившего от траты времени на просмотр рекламы и даст возможность переходить из одного сегмента сети MT_Free в другой, не требуя повторной авторизации. Для этого нужно скачать или обновить приложение "MT Cabinet" и можно будет пользоваться услугой Wi-Fi "Как дома" в московском метро, автобусах, троллейбусах, трамваях, в электричках ЦППК, поездах МЦК и в "Аэроэкпрессах".

Информация об изменениях появилась на странице в Facebook и в социальной сети "ВКонтакте", при этом ничего не сообщалось в Twitter и на сайте компании. О новых возможностях написано также в описании приложения, размещённого в Google Play.





Информация актуальна для небольшой части пользователей услугами сети Wi-Fi, более 90% подключающихся к бесплатной сети "МаксимаТелеком" приносят доход оператору связи через монетизацию доступа рекламодателей к абонентской базе "МаксимаТелеком". Оператор крупнейшей сети Wi-Fi использует свой охват многомиллионной аудитории пассажиров московского общественного транспорта не только как обычный рекламораспространитель, в компании "МаксимаТелеком" реализованы процессы сбора, накопления и анализа информации о пользователях-владельцах того или иного устройства доступа, благодаря знанию MAC-адреса абонентского терминала. Понятно, что наличие профиля абонента помогает рекламодателю увеличить эффективность рекламной кампании по сравнению с "ковровой рассылкой", а "МаксимаТелеком" может предложить/продать рекламодателю таргетирование и заработать дополнительные деньги.

Бизнес-модель с особенностями

АО "МаксимаТелеком", предоставляя бесплатный доступ в интернет через сеть Wi-Fi, возвращает свои инвестиции за счёт доходов от демонстрации рекламы, а также предлагает платную услугу "освобождения от рекламы". В оферте (pdf) при описании услуги уточняется, что оплата позволяет избежать просмотра только той рекламы, которая размещена "МаксимаТелеком":

Услуга "КАК ДОМА" – предоставление Пользователю* технической возможности использования доступа к беспроводной сети "Интернет" без просмотра рекламы, размещаемой АО "МаксимаТелеком" как рекламораспространителем, а именно: рекламы, размещаемой и демонстрируемой Пользователям (а) после процедуры авторизации, но перед переадресацией на

Портал, (б) в ходе доступа к сети Интернет посредством Абонентского устройства Пользователя. Действие услуги "КАК ДОМА" не распространяется на рекламу, размещаемую в сети Интернет правообладателями и/или администраторами просматриваемых Пользователем сайтов, а также рекламу, демонстрируемую в приложениях, установленных на устройстве Пользователя.

* Пользователь – любое совершеннолетнее дееспособное физическое лицо, использующее БСПД для доступа к сети Интернет и не являющееся плательщиком налога на добавочную стоимость.

Новые условия, о которых стало известно в начале июня, действуют с 27 мая 2017 года. Ранее за возможность отказаться от просмотра рекламы при поездках в метро в течение месяца оплата была ниже – 129 рублей (три месяца – 330 рублей, полгода – 576 рублей, 12 месяцев без рекламы – 888 рублей). За "отключения" рекламы в московском наземном транспорте нужно было платить отдельно. Такие тарифы были с 22 августа 2016 года. Тогда число пользователей услугой "доступ без рекламы" в компании обозначали, как "несколько десятков тысяч".

Напомню, что ещё раньше, до августа 2016 г., в метрополитене один месяц "без рекламы" стоил 99 рублей, три месяца – 252 рубля, шесть месяцев – 444 рубля. В обновленном прейскуранте приведены как прежние тарифы (не все), так и новые:

Приложение № 1 к Оферте на оказание услуги «КАК ДОМА»

Срок действия Услуги (Тариф)	Размер Абонентской платы (за весь срок использования Услуги), в т.ч. НДС (18%)	Способ оплаты	Автоматическое продление	Площадка использования (одна из)	Интерфейс оплаты
1 месяц	129 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Московский метрополитен,	Сайт wi-fi.ru, интерфейс MT_Cabinet
1 месяц	100 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Московский наземный транспорт	Сайт netbynet.wi-fi.ru, интерфейс MT_Cabinet
1 месяц	100 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Электрички ЦППК	Интерфейс MT_Cabinet
1 месяц	277 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Единая (Московский метрополитен, Московский наземный транспорт, электрички ЦППК)	Сайт wi-fi.ru, интерфейс MT_Cabinet
3 месяца	330 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Московский метрополитен,	Сайт wi-fi.ru, интерфейс MT_Cabinet
3 месяца	777 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Единая (Московский метрополитен, Московский наземный транспорт, электрички ЦППК)	Интерфейс MT_Cabinet
6 месяцев	576 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Московский метрополитен,	Сайт wi-fi.ru, интерфейс MT_Cabinet
6 месяцев	1377 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Единая (Московский метрополитен, Московский наземный транспорт, электрички ЦППК)	Интерфейс MT_Cabinet
12 месяцев	888 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Московский метрополитен,	Сайт wi-fi.ru, интерфейс MT_Cabinet
12 месяцев	1977 рублей	Банковская карта / Мобильный телефон / PayPal	да	Единая (Московский метрополитен, Московский наземный транспорт, электрички ЦППК)	Интерфейс MT_Cabinet

http://static.wi-fi.ru/docs/offers/portal/premium.pdf

Тарифы "МаксимаТелеком", действующие с 27 мая 2017 года

По информации от представителя компании Ильи Грабовского, за отключение рекламы платят около 9% пользователей (ежедневно до 1,5 млн. уникальных пользователей подключается к сети Wi-Fi

оператора "МаксимаТелеком"). Если оценивать не на ежедневной основе, то, по словам Грабовского, доля тех, кто платит за отсутствие рекламы, размещаемой "МаксимаТелеком", будет около 7% от всех пользователей. Эта услуга позиционируется оператором как премиум-пакет.

Компания "МаксимаТелеком" предложила пользователям программу "Приложение "MT Cabinet"" для управления услугами Wi-Fi сети. Данное приложение даёт возможность управлять услугой "Как дома", которая позволяет автоматически подключаться к сети в метро, автобусах, троллейбусах и трамваях, а также получать информацию о подключенных услугах и платежах.

Операторы связи, работающие по традиционной схеме "деньги-услуга", когда телекоммуникационные услуги оплачиваются напрямую "живыми" деньгами, удивятся, когда узнают, что в "МаксимаТелеком" считают для себя оптимальным, когда доля пользователей, отказавшихся от просмотра рекламы и платящих за эту "услугу" деньги, находится в пределах 10-15% аудитории сети. Иначе, как пояснил представитель компании, "размывается бизнес-модель оператора", рассчитанная на показ рекламы в обмен на бесплатный доступ. Какую точно сумму в итоге компания получает от пользователей, не желающих смотреть рекламные баннеры, неизвестно.

"Премиальные пакеты появились по просьбе пользователей, которые не хотели смотреть рекламу, но были готовы платить за пользование сервисом, - вспоминает директор по внешним коммуникациям компании "Максима Телеком" Илья Грабовский. - Но, конечно, нам нужно держать определённый баланс между пользователями, которые смотрят рекламу и подключаются без неё. Поэтому изменение цены – один из способов для искусственного сдерживания роста весьма популярной услуги" (источник цитаты).

Таким образом, с помощью изменения тарифов (примерно раз в год) в "МаксимаТелеком" пытаются максимизировать свои доходы, рассчитывая заработать и на тех, кто согласен на постоянное ознакомление с рекламными предложениями, и на тех, кто готов платить за то, чтобы не видеть баннеры от рекламодателей, сотрудничающих с компанией "МаксимаТелеком". Но появилась угроза этому идеальному бизнес-подходу.

"Разрушители" рекламной бизнес-модели

Оператор сети Wi-Fi столкнулся с тем, что пассажиры, подключающиеся к беспроводной сети "МаксимаТелеком", стали искать способы как продолжать пользоваться бесплатным доступом и в то же время как-то уменьшить рекламное воздействие на свой мозг. В качестве защиты абоненты попробовали применять приложения-блокировщики рекламы.

Те, кто используют блокировщики рекламы, могут остаться без дешёвых "печенек"

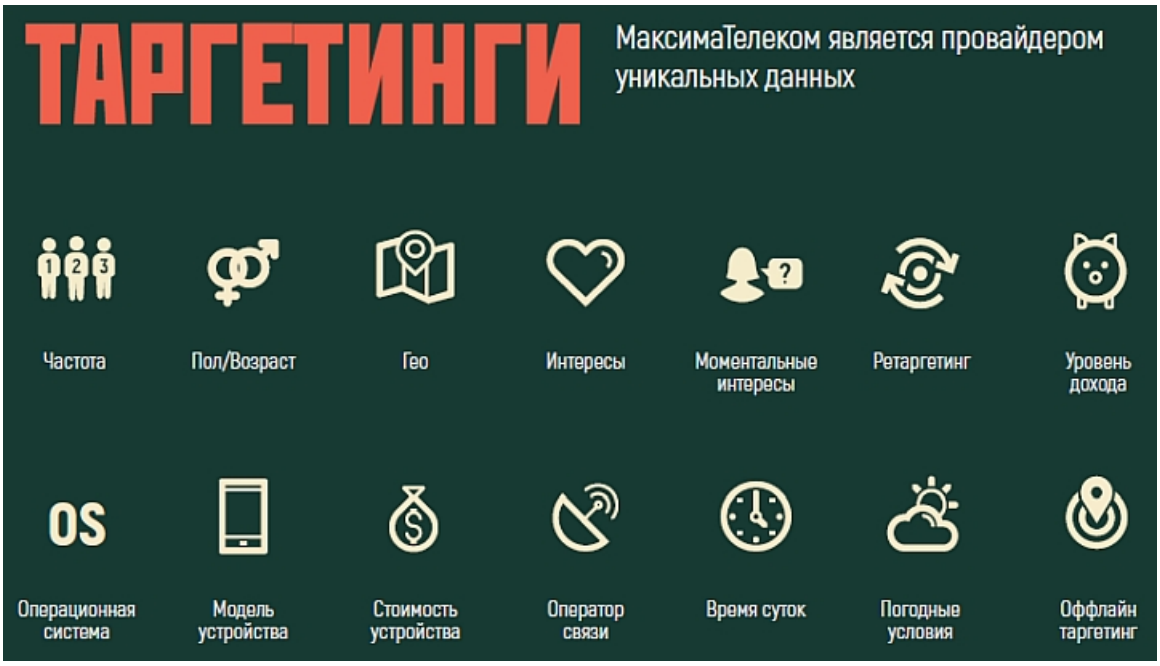
В компании используют различные способы устранения возникшей проблемы. В феврале 2016 года директор по внешним коммуникациям компании Илья Грабовский проинформировал, что будут предупреждать использующих программы-блокировщики рекламы: при подключении к сети будет появляться сообщение, предлагающее отключить блокировку рекламы, сменить браузер* или подключить платную услугу, позволяющую отказаться от просмотра рекламы и даёт возможность не тратить время на процедуру авторизации.

* В декабре 2015 года "МаксимаТелеком" начала ограничивать доступ пользователям программы UC

Browser, объяснив, что происходит нарушение процесса авторизации (обязательное действие при пользовании сетью Wi-Fi в общественном транспорте Москвы). По информации Google Play "количество установок" этого приложения – 100 000 000-500 000 000. UC Browser – это бесплатный веб-браузер для Android устройств, с функцией быстрой загрузки, сохранения данных и блокировщиком рекламы. Последнее обновление от 14 июня 2017 года.

Big Data -> Big Money?

Как было уже сказано выше, компания "МаксимаТелеком" имеет возможность собирать и накапливать информацию о пользователях бесплатной сети Wi-Fi. Обработав данные миллионной аудитории, а в сети MT_FREE зарегистрировано 12 млн. абонентских устройств, оператор связи готов использовать их в процессе сотрудничества с любыми компаниями, заинтересованными в размещении таргетированной рекламы.



"МаксимаТелеком" обладает множеством данных о каждом пользователе

Компания приводит в своей презентации несколько вариантов такого коммерческого сотрудничества. Например, можно предоставлять данные о посещении каких-либо локаций, где установлено оборудование Wi-Fi "МаксимаТелеком":

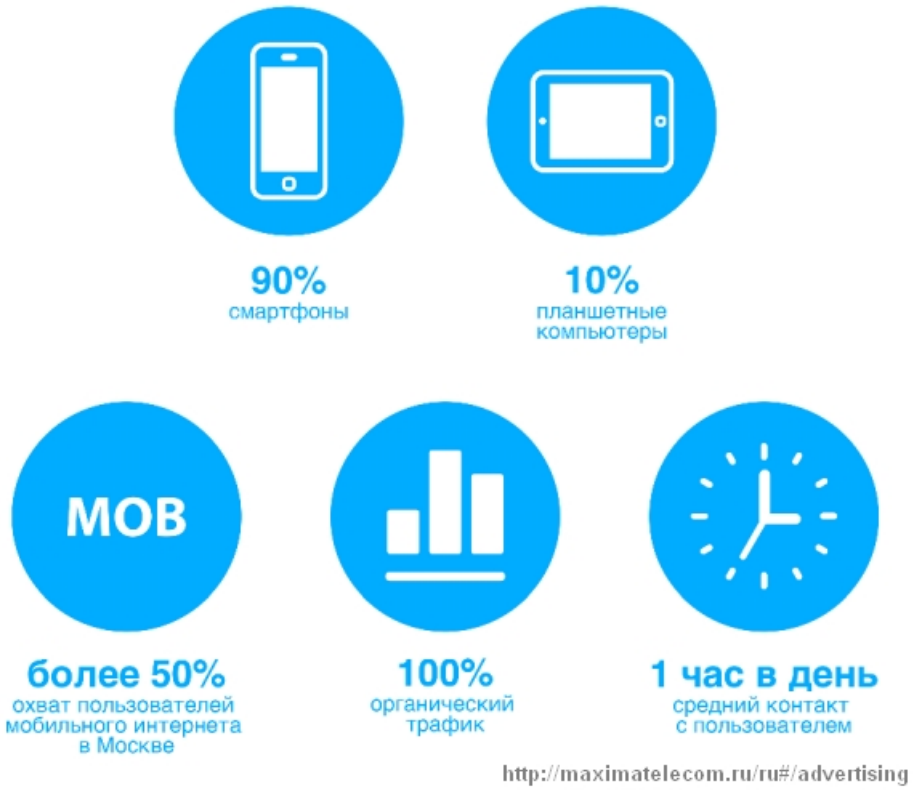
Либо таргетировать рекламу, используя накопленную информацию о перемещениях пользователя

По информации компании "МаксимаТелеком" проведено более двух тысяч рекламных кампаний, а в сервисе для самостоятельного размещения рекламы "MT Place" зарегистрировано пять тысяч клиентов.

Информация о проекте

Wi-Fi появился во всех поездах в Московском метрополитене в декабре 2014 года. Постепенно компания расширила свой бизнес и стала предлагать Wi-Fi-доступ и в других видах столичного общественного транспорта, при оказании услуг пассажирам ГУП "Мосгортранс", сотрудничая с компанией NetByNet.

С момента запуска проекта "МаксимаТелеком" планировала получать доход, показывая рекламу пользователям. Кроме этого, не исключались и другие источники прибыли: фильмы, сериалы, игры, приложения. Услуга востребована: например, за 2015 год пользователи беспроводной сети совершили 550 млн. подключений.



Характеристика аудитории "МаксимаТелеком"

С 1 мая 2017 года начала работать сеть Wi-Fi в метро Санкт-Петербурга. Сети "МаксимаТелеком" также работают в 10 российских аэропортах, включая Новосибирск, Иркутск, Казань и др. В СМИ появлялась информация о желании оператора расширить свой бизнес как в России, так и за её пределами.