Мессенджеры против операторов - конкуренция обостряется

Пришла беда, откуда не ждали

Тихой сапой "забрались" они в смартфоны и начали отнимать хлеб у профессионалов. Сегодня только в России мессенджеры отнимают у операторов сотовой связи более двух процентов годовой выручки, а это более 20 миллиардов рублей.

Да, сегодня номер телефона - это способ идентификации в сети, но изменить принципы и идентифицироваться по уникальному номеру или нику - разработчикам вполне по силам. И тогда… тогда сотовый телефон станет вполне годным инструментом для общения, а оператор не будет нужен. Пожалуй, уже сегодня этому мешает только отсутствие кое-где точек доступа Wi-Fi и вытекающая из этого необходимость подключиться к интернету от сотового оператора. Перспектива, которая никак не может порадовать операторов, подтверждается статистикой. К примеру, по данным WhichVoIP.com, к 2017 году мировой объём услуг VoIP достигнет 82,7 миллиарда долларов США.

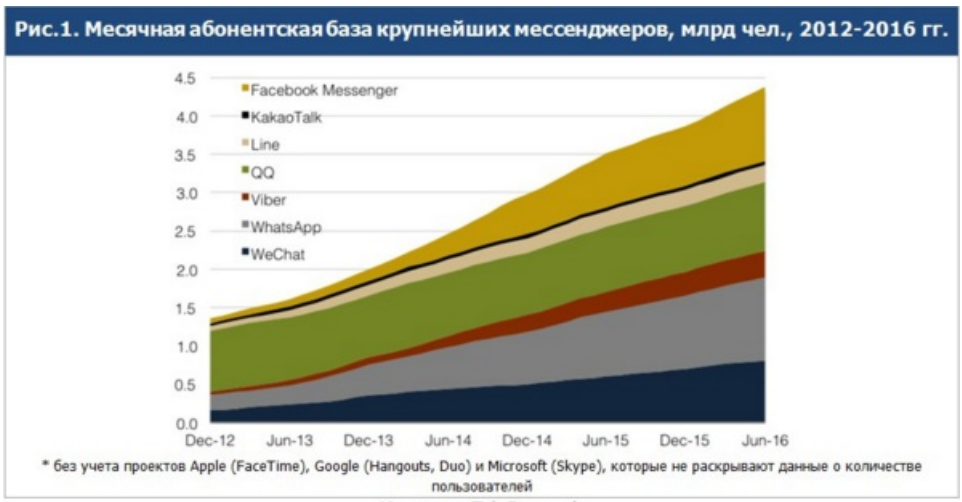
От незабвенной "Аськи" - до бесконечности

А как всё славно начиналось в досмартфонные ещё времена, на заре компьютерной и мобильной эры. Самым первым популярным мессенджером был ICQ (название происходит от английских слов I SEEK YOU – я ищу тебя), появившийся в 1996 году. В России эту удивительную программу любовно называли "Аська". Вслед за нею появились AIM и MSN / WLM, Gadu-Gadu, QQ, NateOn, Google Talk, Miranda, QIP, Skype и многие другие, в том числе единственный открытый стандарт - XMPP или Jabber.

Едва ли разработчики ICQ могли себе представить, какими станут мессенджеры с появлением смартфонов (думаю, что эволюция только в самом начале и лет через 10 нынешние чудеса техники покажутся нам неповоротливыми динозаврами, пытающимися обогнать леопарда).

Вторая волна мессенджеров, которая родилась благодаря возможностям, открытым смартфонами, превосходит своих предшественников по всем статьям. Ещё бы, современные приложения позволяют пересылать фото и видео, текстовые сообщения, создавать группы…

Среди крупнейших мессенджеров в мире - WhatsApp (1,2 миллиарда пользователей в конце 2016 г.), Facebook Messenger (1 миллиард в середине 2016 г.), QQ (900 миллионов на третий квартал. 2016 г.), WeChat (846 миллионов на 3 квартал 2016 г.), Skype (более 300 млн на конец 1 кв. 2016 г.), Viber (260 млн на конец 2016 г.) и Line (217 млн в конце 2016 г.).



Источник: TeleGeography

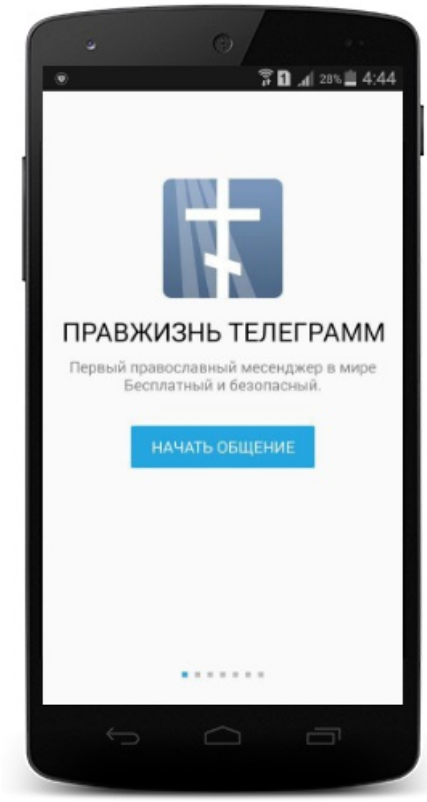
Самое, пожалуй, известное из приложений нового поколения, это WhatsApp, которое как только ни обзывают за глаза - от "вацапа" до "востапа". Но как бы ни называли, а пользуется им во всём мире более миллиарда человек. А рядом набирают обороты WeChat, LINE, Google Hangouts, Viber, KakaoTalk, Telegram, ChatON, Hike, Kik и Facebook Messenger, который всё еще соревнуется с WhatsApp по количеству пользователей, хотя у обоих приложений уже достаточно давно один хозяин.

Новости из мира мессенджеров

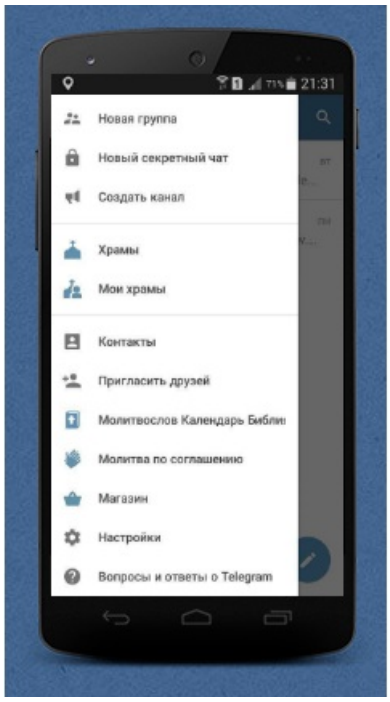
...Они поступают чуть не каждый день. Вот свеженькая. Обладатели Beta-версии мессенджера Telegram могут протестировать звонки. "Звонки защищены end-to-end шифрованием. Возможно ограничить список контактов, которые смогут вам позвонить или полностью запретить", — говорится в сообщении.

По сути, это уже прямая угроза операторам. Правда, пока, повторюсь, доступ к Wi-Fi есть не везде, услуги операторов ещё пригодятся для выхода в сеть.

Кто только не выпускает сегодня собственных мессенджеров. К началу учебного года систему для обмена сообщениями между родителями и детьми представил "Дисней", а сравнительно недавно публике был представлен православный мессенджер Правжизнь Telegram.



Чтобы не перечислять все возможности, которые появились у верующих, просто поставлю эту картинку:



Крупнейшие проекты в мире и в России

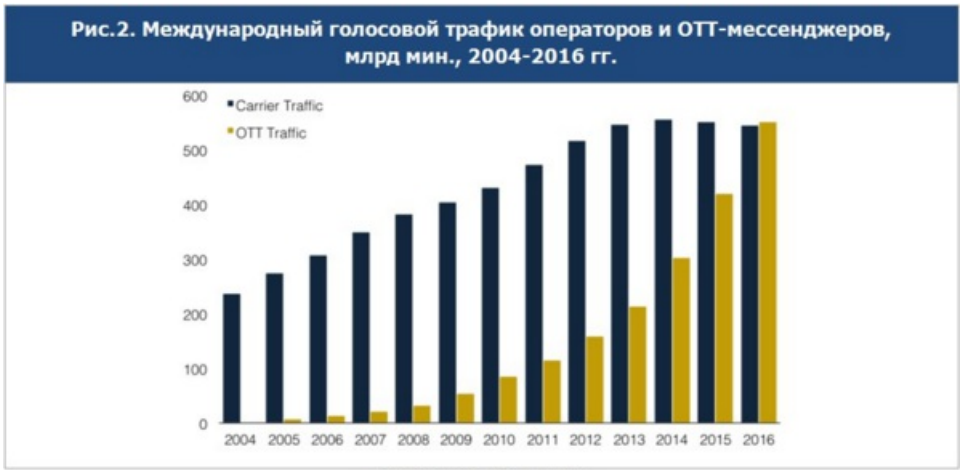
С помощью этого приложения верующие могут не только обмениваться мгновенными сообщениями, отправлять файлы и пересылать фото-, видео- и аудиоматериалы, но и подписаться на различные каналы, чтобы следить за событиями из жизни того или иного храма или монастыря.

С помощью "Правжизнь Telegram", как отмечается, священнослужители смогут "принимать просьбы о молитвенной помощи от прихожан" и "оперативно получать прошения о требах". Кроме того, с запуском приложения они могут собирать пожертвования, организовывать волонтеров, создавать каналы и делать рассылку по подписчикам.

Наступление по всем фронтам

О том, что мессенджеры набирают вес в качестве конкурентов операторам сотовой связи и в России, говорят и исследователи _.

По их данным в 2016 году международный голосовой OTT-трафик впервые превысил традиционный телефонный трафик - 552 миллиарда минут, против 546 миллиардов соответственно.



Источник: TeleGeography

В России, по данным опроса проведенного J"son & Partners Consulting в конце 2016 года, в тройку наиболее популярных мобильных мессенджеров и соцсетей вошли "ВКонтакте", WhatsApp и Viber.

По сравнению с данными 2015 года, проекту "ВКонтакте" удалось взлететь с пятого на первое место, а Skype (абсолютный лидер 2013 года) сместился с третьего на четвёртое место после WhatsApp и Viber. Снижение популярности Skype в России в 2016году подтверждается данными и других опросов и связано с недостаточно высоким качеством связи, обилием рекламы, непростой регистрацией и

распространением контактов по сравнению с другими мессенджерами (Viber, WhatsApp и Telegram), необходимостью поддерживать приложение активным для возможности коммуникаций в реальном времени.

Где деньги взять?

...Вопрос для создателей мессенджеров не праздный. Создать хороший продукт - это только половина дела. Куда труднее на нём заработать. Введение абонентской платы или платных звонков особого успеха не дали, а потому разработчики решили заработать иными способами. Главные из них это:

- продажа рекламы, стикеров и сувениров;
- создание платформ для сторонних приложений и сервисов;
- "социальная коммерция";
- комиссия с владельцев бизнес-аккаунтов.

Крупнейшие российские мессенджеры, в основном, идут по пути китайского проекта WeChat, который за счет партнерства с множеством компаний из различных сегментов (от городского транспорта до доставки еды и продажи цифрового контента) интегрировал большое число сервисов в одном приложении. Пользователи WeChat, не выходя из приложения, могут выбрать кафе для завтрака, забронировать столик, вызвать такси, выбрать еду из меню, оплатить счёт.

При помощи мессенджеров выстраивается модель коммуникаций между потребителями и брендами, но Россия пока делает в этом направлении только первые шаги. Например, некоторые ритейлеры, в основном, используют этот канал коммуникации со своими клиентами в самых простых вариантах (например, как замена обычному телефону для справок). Более активно мессенджеры используются в онлайн-продажах (прием заказов, бронирование билетов, службы поддержки, консультации и пр.). В некоторых компаниях уже достаточно активно используются боты, которые позволяют существенно сократить расходы на обслуживание клиентов.

Нужно ли регулировать мессенджеры?

Конечно, операторы не смотрят на это, сложа руки. В начале прошлого года МТС, "МегаФон", "Вымпелком" и "Т2 РТК Холдинг" объединились в альянс, чтобы стандартизировать IP-интерфейсы интернет-сервисов,

Чего хотят добиться участники сообщества? Во-первых, ввести стандарты и протоколы для передачи сообщений в мессенджерах. Сейчас пользователь одного сервиса не может позвонить или написать другому человеку, если он пользуется другим сервисом. Когда все сервисы будут совместимы, эта проблема исчезнет. Вторая по списку, но не по значению, цель – обеспечить себе и мессенджерам равные условия, в которых можно конкурировать друг с другом.

Как это ни странно, но ни один из российских операторов связи не смог создать мессенджер, способный конкурировать с WhatsApp или Viber. Тем не менее, попытки операторов создать аналогичные сервисы не прекращаются. Например, в 2015 году МТС запустила мессенджер MTS Connect, "МегаФон" в 2016 году "перезапустил" "Мультифон" (проект eMotion), а "ВымпелКом" планирует представить в 2017 году приложение Veon, которое объединяет функционал мессенджера и агрегатора онлайн-сервисов. В мире есть лишь единичные примеры успешного запуска операторами мобильных мессенджеров. Один из них – проект BiP турецкого сотового оператора Turkcell (более 10 миллионов загрузок к концу третьего квартала 2016 года). Однако способы монетизации BiP пока остаются неясными.

Крупнейшие глобальные мессенджеры существенно выигрывают в популярности у операторских OTT-приложений, которые, как правило, ориентированы в первую очередь на собственных абонентов оператора.

Прощай, свобода?

Лицензированные операторы мобильной связи возмущены тем, что мобильные мессенджеры предоставляют, по сути, те же услуги, но их деятельность никак не регулируется. В ноябре 2016 года на сайте Медиа-коммуникационного союза (МКС), в который входят, в том числе крупнейшие операторы мобильной связи, был опубликован законопроект о регулировании работы OTT-сервисов.

Авторы документа, в частности, предлагают обязать разработчиков мессенджеров работать в России

только по договору с операторами связи, идентифицировать пользователей и ограничивать передачу запрещенной информации. Разработка законопроекта началась в 2015 году, тогда он был раскритикован интернет-компаниями, управляющими мессенджерами, видеосервисами и экспертным советом при правительстве. Тем не менее, необходимость регулирования мессенджеров была поддержана в Госдуме. В проекте стратегии развития информационного общества на 2017-2030 гг., опубликованном на сайте Совета безопасности России, предполагается, в том числе, усиление правового регулирования соцсетей и мессенджеров.

Вероятность регулирования мессенджеров в России, в том или ином виде, J’son & Partners Consulting оценивает как высокую. Основные аргументы связаны с необходимостью идентификации пользователей и блокировки нежелательного контента с целью предотвращения противоправных действий.

Скорее всего, так или иначе, но деятельность мессенджеров в России будет регулироваться. Вопрос только в том, учтут ли законодатели пожелания операторов сотовой связи или будут исходить из здравого смысла и логики? Пожалуй, только во втором случае мессенджерам удастся сохранить свои главные особенности - весь спектр услуг совершенно бесплатно.