Анкетное исследование: отношение операторов связи к цифровой домофонии

В октябре я проводил анкетный опрос операторов связи: отношение к цифровой домофонии. Подготовил анкету в google формах и опубликовал ее в ТГ чатах, соцсетях, на форумах. По состоянию на конец октября собраны ответы 54 организаций. И, пожалуй, можно уже сделать определенные выводы. Полную информацию по результатам опроса я вышлю тем, кто проходил опрос. А ключевые выводы публикую в этом кратком обзоре.

Основной вопрос: «Вы ставите цифровые домофоны?»

В целом видно, что интерес к домофонии у провайдеров весьма существенный.
Из 56 организаций, от представителей, у которых удалось получить анкету, почти половина уже домофонией занимаются. При этом 27% дали ответ: «Домофоны запустили, ставим вовсю». И только две организации ответили:

> «Уже поигрались, перспектив не видим». Что говорит о том, что опыт пилотных проектов скорее положительный. Еще примерно 27% ответили: «Пока не занимались, но думаем в этом направлении».

Про домофонных скептиков

У нас зарегистрированы ответы: «Нет и не планируем» — 9 штук. Из них для пятерых операторов домофоны объективно неактуальны (или b2b операторы, или операторы, которые работают в частном секторе). И представители еще четырех организаций просто считают, что тема бесперспективна («жителям не надо"/"не окупится»).
Сюда же нужно добавить ответы от двух организаций, которые заявили, что: «Уже поигрались, перспектив нет». То есть у них есть отрицательный опыт проведения пилотных проектов, а не просто негативные предположения. Вот такие пункты отмечены в качестве причин почему этим заниматься не стоит:

- Экономика не сходится.
- Адский гемор с согласованиями.
- Оно жильцам не надо. Покупать не хотят.
- Продажи интернета не увеличивает.
- Технология сырая. Все глючит.

Причем мы знаем этих товарищей, там очень взрослые ответственные люди, которые умеют продавать и умеют считать деньги. Особняком стоит вопрос о глюках. Негатив по поводу вендоров домофонии я вынесу отдельным пунктом.

Наверное, скептиков домофонии значительно больше. Скорее всего, они просто не стали участвовать в опросе. Я под статьей повешу ссылку на опрос, если есть еще желающие заполнить анкету, я им вышлю полные данные и если дополнительных ответов будет много и картина поменяется, то сделаю апдейт статьи.

Надо ли оно жильцам?

Но продолжим. У тех организацией, которые имеют реальный опыт работы с домофонией (ответили «Ставим вовсю») — был в анкете вопрос «Есть ли самотек?» То есть обращения от жителей, когда они приходят и просят поставить им домофон. Если такие обращения ощутимы, это значит, что услуга в принципе нравится жителям. То есть речь идет не о навязывании чего-то лишнего, а о развертывании полезного для жителей сервиса.
Вот такие ответы мы видим. Из тех 14 организаций, которые активно ставят домофонию,

подавляющее большинство видят эффект самотека.

[Изображение недоступно]

Влияние на продажи интернета

И самый важный вопрос. Вся возня с домофонией затевается операторами не ради домофонных денег, а ради возможности увеличить продажи интернета. Что показывает практика тех операторов, которые уже сейчас «ставят вовсю». Из 14 организаций представители трех не видят влияния домофонии на проникновение интернета, представители двух заявили, что эффект очень силен. Большинство же (9 организаций) — заявили, что «эффект заметен». То есть развертывание домофонии приводит к росту процента проникновения, но добиться сильного эффекта не так просто.

[Изображение недоступно]

Хотя нужно понимать, что это опрос. То есть люди отвечают «на ощущениях». Реальных цифр я в руках не держал. Возможно играет роль темперамент того, кто отвечал. Одна и та же цифра может для кого-то быть «особого эффекта нет», для другого «эффект заметен», а для третьего «эффект очень силен». Я больше не буду делать эту оговорку. Просто помним, что это не объективное исследование, а опрос. Тем не менее, баланс мнений скорее положителен.

Про эксплуатационные сложности

Следующий вопрос. А насколько это вообще геморройное дело — обслуживать домофоны? Насколько велики эксплуатационные сложности?. Вот как распределились ответы на текущий момент. Большинство пока сказало, что это или проще чем обслуживать интернет, или не сильно сложнее. Из 14 ответов организаций с опытом — 4 ответа «много головняка», 4 ответа «проще чем обслуживать интернет», и 6 ответов «не сложнее чем обслуживать интернет».

[Изображение недоступно]

Про согласования

Ну и теперь самый животрепещущий вопрос. А как согласовывать домофонию?
Вот распределение мнений по операторам, которые только начали пилотироваться — как они договаривались о развертывании? Тут 11 ответов. Две организации сказали, что пока по сути нет опыта, работали только в дружественных домах. Представители пяти организаций считают, что согласовывать домофоны сложно. Представители четырех организации заявили, что договариваться не сложнее, чем заходить в новый дом с интернетом.

[Изображение недоступно]

Значительно более релевантен опыт организаций, которые «ставят домофоны вовсю». Тут мы видим такие ответы. Видно, что большинство этот вопрос для себя решило. Из 14-ти опрошенных мы видим 3 ответа «не сложнее чем заходить в новый дом с интернетом» и 5 ответов «научились, теперь на потоке». В общем, история непростая, но проходимая.

[Изображение недоступно]

Про партнерство с домофонщиками

Из 56-ти проанкетированных организаций представители четырёх заявили, что они не занимаются сами цифровой домофонией, но предпочитают сотрудничать с домофонными организациями.
Им был задан вопрос: «Довольны ли вы сотрудничеством?» Обращаю внимание, что никто не выбрал ответ: «Домофонщики приводят нам клиентов на интернет». Зато были ответы: «Домофонщики — совок» и прекрасное: «Партнери не дуже активні. Працюємо разом над цим питанням».

Про сомнения

При анкетировании представители 15-ти организаций выбрали ответ: «Еще нет, но думаем в этом направлении». Я построил диаграмму сомнений — какие причины упоминались чаще, какие реже. Представляю ее вашему вниманию:

[Изображение недоступно]

Ну… тут могла бы быть наша реклама. В том смысле, что мы в «Школе Операторов» в октябре запустили уже второй поток интенсива по домофонии. Где мы все эти аспекты разбирали. Но второй поток уже стартовал. Можно, конечно, приобрести записи материалов курса, но это уже не совсем то. Я со своей стороны рад, что операторов не особо волнуют перспективы войны с местными

домофонщиками. По крайней мере когда я думал над запуском проекта, и наводил справки, мне намекнули, что тут кто надо уже занимается домофонами и чужим рады не будут.
Также приятно, что операторы, которые еще не стартовали с пилотом, в целом уверены в инженерных способностях своих команд. Из 15-ти сомневающихся 11 считают, что инженерную команду на проект соберут.

[Изображение недоступно]

Тем не менее, хотелось бы обратить внимание тех, кто еще не стартовал, на то, что проект имеет ненулевую инженерную сложность.

Про вендоров цифровой домофонии

Один из вопросов, которые я задавал тем, кто уже углубился в освоении домофонии, звучал так: «Какие проблемы были с вендором?»
Приведу реплики участников анкетирования:

> «Пробовали одного вендора, у них постоянные технические проблемы с панелями. Очень сильно зависишь от их внутренних процессов».
>
> «Сырой продукт, нет ни реальной white label, ни четких инструкций, ни рабочего приложения, путаются в показаниях, реагируют на вопросы месяцами».
>
> «Были проблемы с вендором, пытались запустить на пилоты в 2019—2020 году».
>
> «Дорого и нет интеграции со своим приложением.»
>
> «Сырой продукт».
>
> «Проблемы с поставками».
>
> «Поменяли много различных вендоров, прежде, чем пришли к нужному».
>
> «Собрали все возможные грабли. Но выжили и научились с этим жить.»
>
> «Проблем было слишком много, чтобы тут их описать. Было много кастомизации».

Некоторые операторы, поработав с поставщиками домофонии, пришли к необходимости пилить свое решение. Это говорит о том, что тема достаточно перспективна для того, чтобы открыть свою разработку и о том, что проблемы с поставщиками решений не слишком уж безоблачны.
Ну и в целом. Те, кто собирается идти в домофонию, должны быть готовы к сложностям. И выделять нужное количество организационного и кадрового ресурса на продавливание разнообразных чудес.
А поставщикам решений пожелание — больше вкладываться в сервис. Видимо, выводить продукты на рынок сложнее, чем кажется. Я надеюсь, что большая часть проблем, на которые жаловались тут операторы, уже в прошлом. Поэтому я не упоминаю конкретных имен. Но для истории оставим.
На всякий случай. Сейчас идет интереснейший проект «Оператор под стеклом».
Вологодский интернет провайдер Baza Net на своей площадке проводит открытое и независимое тестирование четырех вендоров домофонии. (Уфанет, Спутник, Интерсвязь, Росдомофон). Вот по этой ссылке телеграм-канал проекта.

Про состояние коммерции

Те, кто отвечал на вопросы, возможно обратили внимание, что я задаю вопросов чуть больше чем нужно. Я задал избыточное количество вопросов по состоянию коммерции в организации. У меня была задача проверить гипотезу — насколько сильно влияет на бизнес-показатели состояние отдела продаж внутри провайдера. Наличие активных продаж, развитый интернет-маркетинг. Повторюсь — сейчас рынки в целом перенасыщены. Нужно уметь продвигать свои услуги. Мы, в Школе Операторов, проповедуем идею, что современному провайдеру нужно иметь развитый коммерческий блок. Если задачи развития перед оператором вообще стоят.

А теперь, внимание: вопрос. Подтверждает ли анкетное исследование нашу позицию?

Уверенно подтвердить я это не могу. Вот результаты по продвижению интернета в домах с домофонией и как участники оценивают свое состояние коммерции. Вверху таблицы участники, которые видят сильный эффект домофонии на рост проникновения интернета. В середине те, кто считает, что эффект заметен. Внизу те, которые считают что особого эффекта нет. Во второй колонке — используется ли активный маркетинг для продвижения. Дальше таблица с общей оценкой состояния коммерции в операторе. Тут мы видим, что есть операторы, которые используют активные продажи для продвижения домофонии и есть такие, которые не давят по этому направлению. Имеющихся данных недостаточно, чтобы уверенно что-то утверждать. Мне было бы ужасно

интересно ознакомиться с первичкой — если кто-то поделится, это будет поучительно.

[Изображение недоступно]

Но вот следующая таблица. Тут сведены операторы которые только начали пилоты и те, которые еще думают над развертыванием домофонии:

[Изображение недоступно]

Обратите внимание. Среди тех организаций, которые уже запустили домофонию, мы видим исключительно организации, где коммерция существует в довольно развитых формах. Среди тех, кто только думает или только начал, половина фирм не имеет в своей структуре развитых отделов продаж. Коммерция существует в виде «поклеили листовки и молимся святым старцам о ниспослании абонента».
Эти данные уверенно подтверждают стержневую идею интенсива по построению отдела продаж — развитый коммерческий блок не только приносит деньги, но и очень серьезно влияет на общий уровень развития компании. Если у вас в структуре фирмы есть продвинутые коммерсанты, то развиваться вашей фирме проще.
На нобелевку, конечно это открытие не тянет. Но по крайней мере кое-что познавательное вытащить удалось.

Про этажность

Вот еще какой момент в исследовании хочется отметить. Тем, кто находится в состоянии «Еще не занимались, но активно думаем в этом направлении» был задан вопрос: «Есть ли у вас подключенные дома этажностью в 9 этажей и выше?» По 15-ти организациям ответы распределились так:

[Изображение недоступно]

Я понимаю, что 15 организаций это не репрезентативное количество, но тут получается, что есть только две организации, где количество 9-ти этажных домов больше 100 и еще 4 организации, где таких домов от 30 до 100. Общее мнение, что экономика с цифровыми домофонами уверенно сходится на девятиэтажках (и больше). Тем не менее по стране огромное количество людей живут в домах с низкой этажностью. По хорошему, надо бы подобрать какое-то технико-экономическое решение для пятиэтажек. Оно было бы актуально для огромного количества провайдеров.

Ждем продолжения?

На этом пока все. Я готов продолжить исследование - если наберется еще пачка анкет - сделаем апдейт.
Анкету можно пройти вот по этой ссылке.
Если есть вопросы или предложения в каких исследованиях вы заинтересованы пишите мне в телеграм @timhydr.