

Интерактивное ТВ 2.0. OTT-решение Ростелекома

Что такое OTT?

С технической точки зрения

OTT (Over the top). Термин OTT означает доставку видеосигнала на приставку (компьютер, мобильный телефон) пользователя по сети Интернет без прямого контакта с оператором связи в отличие от услуг IPTV, которые предоставляются через управляемую оператором сеть.

Для рынка

Набор продуктов и сервисов, работающих как в платной, так и в рекламной моделях, предоставляемых на платформах web, mobile, SMART TV, а также с помощью STB. В аналитических обзорах неоднократно можно встретить смешение понятий и рынков.

Для пользователей

Для пользователей термин OTT не значит ничего. Смысл имеет только доступ к контенту на определённом устройстве или группе устройств и способ оплаты контента.

Вне зависимости от технологий, мы продаём контентный продукт.

Пользователь платит за разнообразный контент, его качество и удобство доступа к нему.



Пользователь не хочет разбираться в технологиях.

OTT-сервисы. Как их видит пользователь.

Контент

В зависимости от контентной политики сервиса упор в библиотеке контента может быть на фильмы, сериалы, ТВ-программы, мультфильмы и т.д.






Пример:

Фильмы 
TV catch up 
Сериалы 

Оплата

Бесплатно. С рекламой (AVOD)
Платно (SVOD, TVOD, EST)
Комбинированная модель

Пример:

AVOD   
SVOD, TVOD, EST 
Комбинированная  


Платформа

Web  
Mobile  
SMART TV   
STB 

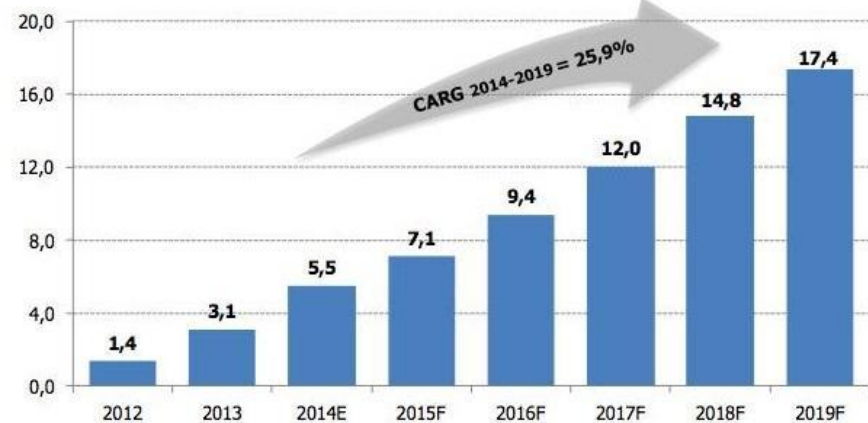
Пример:

Для сервисов с рекламной моделью монетизации основной платформой является web (именно на неё приходится подавляющее большинство рекламной выручки).
Для сервисов с платной моделью, как правило, есть одна основная платформа и дополнительные вокруг неё.

С учётом уровня пиратства в России можно говорить о том, что пользователь платит в первую очередь за удобство. «Просто найти», «не надо скачивать», «без рекламы», «доступно в любое удобное время» - становятся основными драйверами оплаты контента.

Рынок OTT. Часть 1

Российский рынок OTT-видеосервисов, млрд руб

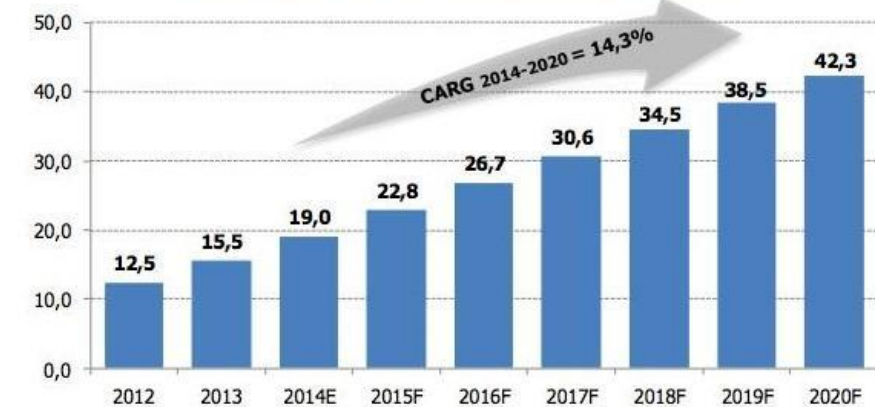


Аудитория и проникновение OTT-видеосервисов, млн уникальных зрителей



Мировой рынок OTT-видеосервисов, млрд долл.,

*(estimated) оценка периода; F(forecast) прогноз

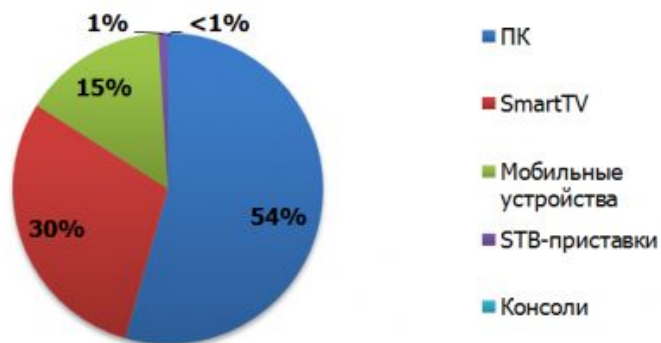


В следующие 5 лет ожидается

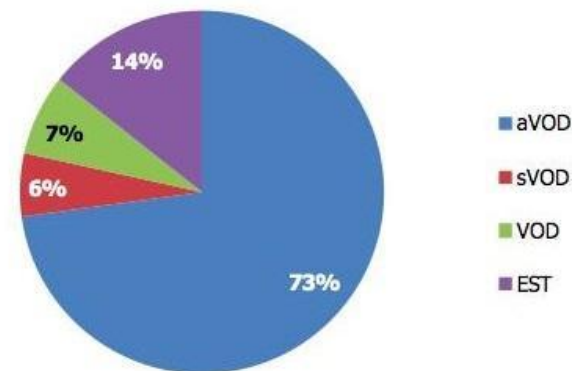
рост аудитории OTT - в 1,6 раз,
рост рынка OTT* – в 3,2 раза.

Рынок OTT. Часть 2

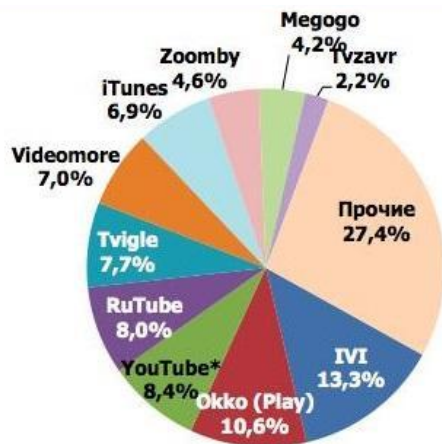
Структура просмотра на российском рынке OTT-видеосервисов, %, 2014 год



Структура рынка OTT-видеосервисов по доходам и доля технологий монетизации, 2014г.



Структура рынка OTT-видеосервисов по доходам и доле основных игроков, 2014г.



AVOD – рекламная модель
 SVOD – плата за подписку
 TVOD – плата за единицу контента
 EST – покупка навсегда

На российском рынке преобладает рекламная модель монетизации – 73% доходов.

На платную модель приходится 27% или 1.49 млрд рублей в 2014.

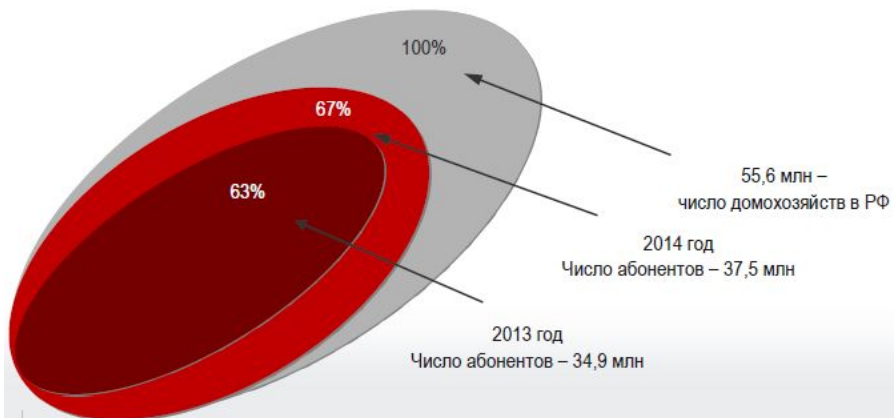
*оценка с учетом доли профессионального контента

Рынок платного ТВ.

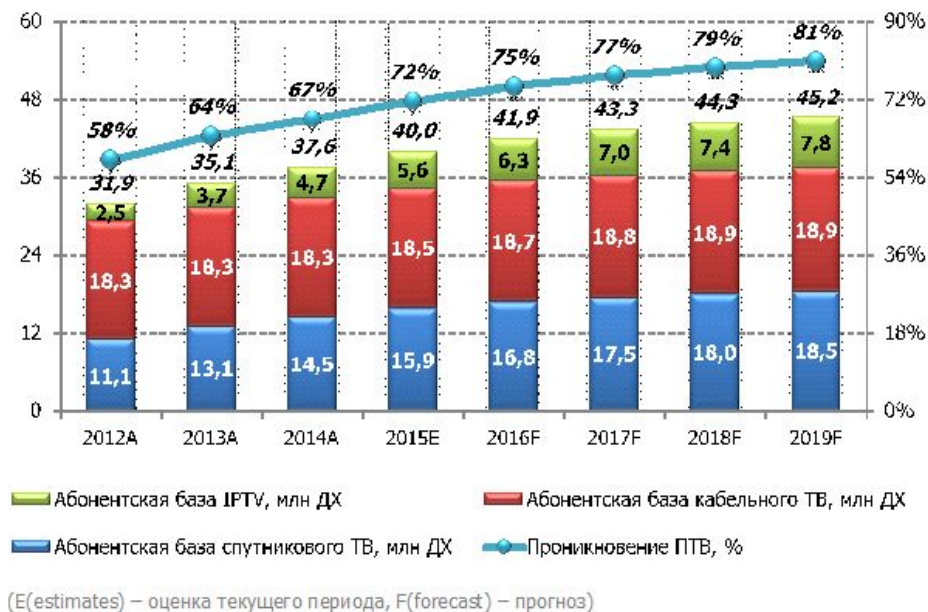
В 2014 г. объем рынка вырос на 11,5% и составил 61,2 млрд руб.

Число абонентов увеличилось на 7% и превысило 37,5 млн

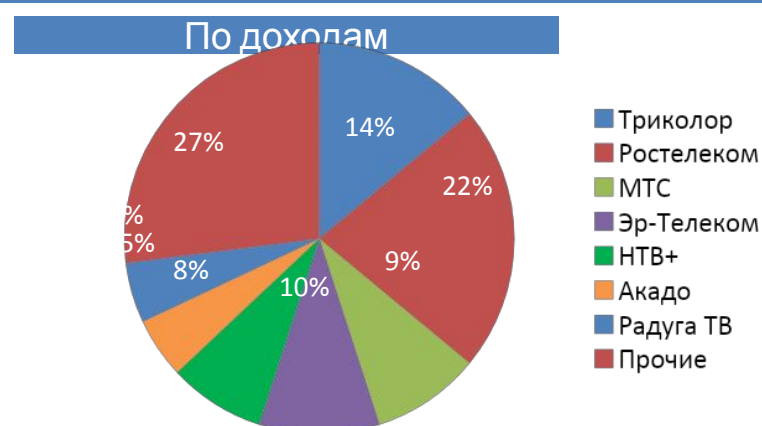
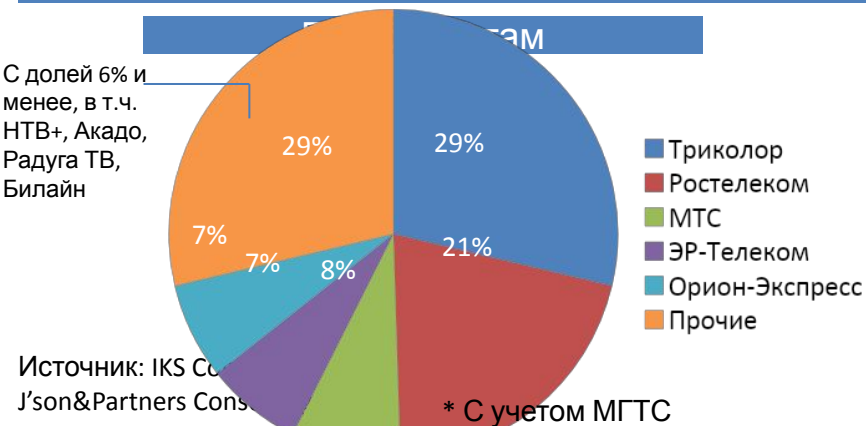
Число абонентов цифрового ТВ выросло на 15% до 21,9 млн



Абонентская база и проникновение платного ТВ в России



Структура российского рынка платного ТВ по игрокам



Точки роста в 2016-2019 гг.

Если наш ТВ-продукт отвязан от нашей сети (ОТТ), мы можем забирать абонентов других технологий.

Потенциал для роста выручки контентных продуктов есть и на рынке платного ТВ, и на рынке

Разыгрывающиеся на рынке подключения

$$37.5 \times 16\% + 1.125 = 7.125 \text{ млн ДХ}$$

рынок, млн ДХ отто к млн, рост рынка

$$\text{Доступная аудитория } 7.125 + 3\% \text{ абонбазы РТК} = 7.2 \text{ млн ДХ}$$

$$\text{Preference (\%)} = \text{Awareness (\%)} \times \text{Availability (\%)} \times \text{Interest (\%)}$$

Предпочтение =

Знание

Доступность

Интерес

на первый год
(% от всех подключений)
2.8%

(% от населения)
30%

(% от каналов продаж + технические ограничения)
25%

(справедливость цены, уникальность продукта, спрос на категорию и т.д.)
35%

Год	2016	2017	2018
Доступная аудитория	7 200 000	7 300 000	7 425 000
% предпочтения	2.7%	3.7%	4.4%
Продажи, шт.	200 000	270 000	325 000

За 3 года мы можем набрать дополнительно 795 000 подключений, забирая абонентов у конкурентов. Мы сможем конкурировать на рынках, на которых ранее это было невозможно в связи с отсутствием технической возможности предоставлять услугу платного ТВ от Ростелекома.

Продукт для решения задачи

Для решения данной задачи выводим на рынок продукт Интерактивное ТВ 2.0



- Работает с любым домашним интернетом
- Коробочный продукт. Самостоятельное подключение
- Пакеты ТВ-каналов и сервис «Видеопрокат»
- Дополнительные сервисы (управление просмотром, мультискрин, родительский контроль)
- Встроенный Wi-Fi
- Оплата банковской картой или с лицевого счёта*

Интерактивное ТВ Ростелекома теперь с любым домашним интернетом!

*создается на сайте zabava.ru

Телевизионная приставка с Wi-Fi

ПРЕИМУЩЕСТВА

- Работает с любым домашним интернетом
- Самостоятельное подключение
- Более 320 цифровых и HD каналов
- Более 3500 фильмов и сериалов
- Управление просмотром (пауза, перемотка, архив)
- Мультискрин (бесплатный просмотр на планшетах, смартфонах и SMART TV).

Состав комплекта*

- HD/SD ТВ-приставка с USB-разъемом
- Универсальный пульт — управление любым телевизором (опционально — в комплекте)
- Адаптер питания
- Комплект соединительных кабелей
- Переключатель SMART-защита
- Руководство пользователя
- Сервисное оборудование (DVB)
- Гарантийный талон

* Цена комплекта и его стоимость зависят от тарифа абонента и количества включенных в него опций.

Ростелеком **RT.RU**

Приставки SML-482 HD Base с опцией Wi-Fi

Самостоятельное подключение.

На выбор абонента – оплата банковской картой или создание лицевого счёта.

Себестоимость, USD с НДС – 53.9

Курс USD – 60

Расчетная себестоимость, руб. с НДС – 3 234

Цена с наценкой 1%, - 3 266

Единая федеральная цена реализации с НДС – 3 990

Наценка в рознице – 22% (723.66 руб.)

На старте

Сравнение с конкурентами (цена в рознице)

nemo^{TV} 3 990 руб.

МОЮ 4 890 + 900 руб. Wi-Fi

Apple TV 4 300 руб.

ПРИКОЛОР ТВ от 8 990 руб.

НТВ, ПЛЮС от 4 450 руб. (САМ-модуль)

ЦИФРОВОЕ СПУТНИКОВОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

МТС 9 900 руб.
Спутниковое ТВ от МТС

Осенью 2015г. ожидается выход на рынок ОТТ-продуктов

Билайн® **акадо**

Контент и оплата

На момент запуска состав основных и дополнительных пакетов, а также перечень контента в сервисе «Видеопрокат» будут такими же, как на zabava.ru. Оплата картой или с ЛС.

Первый Мультиплекс бесплатно. При подключении месяц просмотра «Твой Стартовый» в подарок. При подключенном пакете каналов – доп. услуги тарифицируются как в IPTV, при просмотре только первого мультиплекса – в два раза дороже. Не работает как Мультирум на первом этапе.

Основной пакет Твой Стартовый

>120 телеканалов
Стоимость – 320
руб./мес



Дополнительный пакет Взрослый

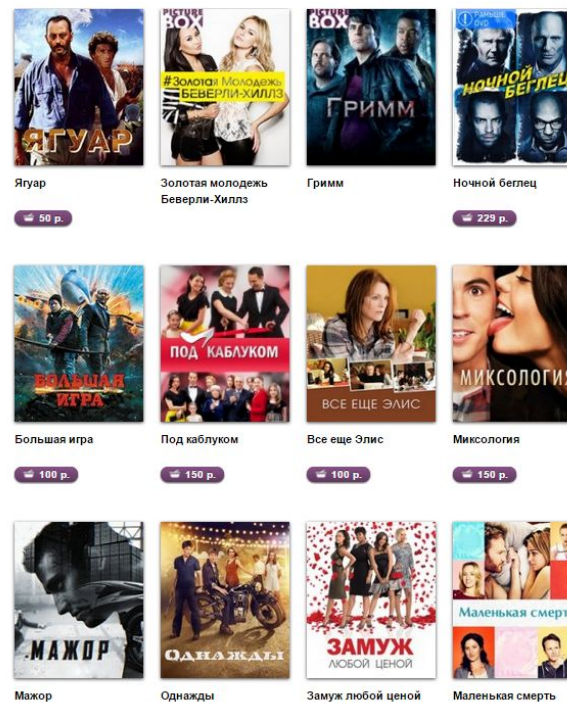
+ 4 канала
+ 200 руб./мес

HD-пакет

+ 4 канала
+ 150 руб./мес

Видеопрокат

>1500 фильмов и сериалов
Стоимость – как в IPTV



Продажи и обслуживание

Каналы продаж

РРС и ЦПО

Внешняя розница

Сайт,
телемаркетинг

Модель предоставления

Продажа

- Полная продажа абоненту
- Рассрочка – в проработке (2016)

Аренда

- Нет

Техническая поддержка и обслуживание

- 1 ЛТП
- РТК
- 2 ЛТП
- ТБ РТК
- 3 ЛТП
- ДЗО Рестрим

Услуга предоставляет по оферте
Предусмотрен возврат и гарантийное
обслуживание оборудования

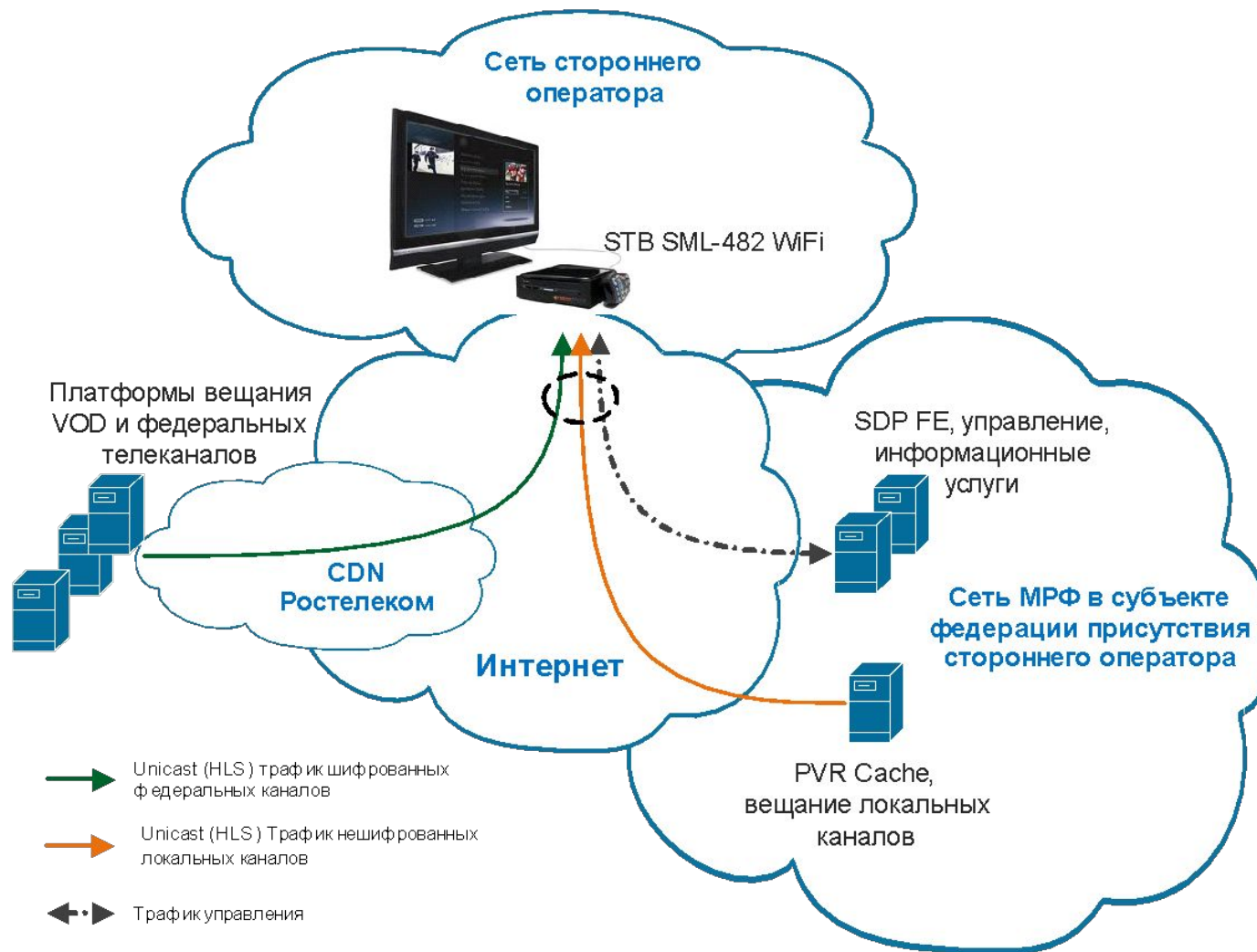
Дополнительные возможности (II кв. 2016)

- ✓ Продажи в ДЗО
- ✓ Продажи для категории СОХО
(сокращенный ТВ-пакет)
- ✓ Продажи через операторов-партнёров

(B20)

Техническая реализация

Решение на платформе SDP SmartLabs



Финансовые ожидания

Доходная часть	ЕИ	2015	2016	2017	2018
Подключения	тыс. аб.	30	200	270	335
База ИТВ 2.0	тыс. аб.	30	209	421	665
% активных абонентов ИТВ 2.0	%	0,65	0,65	0,65	0,70
Активная база ИТВ 2.0	тыс. аб.	19	136	273	466
Проникновение базы VoD в базу ИТВ 2.0	%	0,04	0,06	0,08	0,09
База VoD	тыс. аб.	1	8	22	42
Распределение ТВ пакетов в базе ИТВ 2.0:	%	1	1	1	1
пакет "Популярный"	%	0,98	0,98	0,98	0,98
пакет "Взрослый"	%	0,02	0,02	0,02	0,02
Активная база пакета "Популярный"	тыс. аб.	19	133	267	455
Активная база пакета "Взрослый"	тыс. аб.	0	3	6	10
Тариф пакета "Популярный"	руб.	320	320	320	320
Тариф пакета "Взрослый"	руб.	200	200	200	200
ARPU VoD	руб.	20	23	25	27
Доход ИТВ 2.0:	тыс. руб.	9 261	297 145	784 015	1 417 526
Доходы пакета "Популярный"	тыс. руб.	9 109	291 809	768 703	1 387 684
Доходы пакета "Взрослый"	тыс. руб.	128	4 103	10 807	19 510
Доходы VoD	тыс. руб.	23	1 233	4 504	10 332
ARPU ИТВ 2.0	руб.	80	319	319	320
Доходы от продажи STB	тыс. руб.	102 972	676 271	912 966	1 132 754
Доходы OTT приложений	тыс. руб.	-	28	155	442
ДОХОДЫ ВСЕГО	тыс. руб.	112 233	973 444	1 697 137	2 550 722
Доходы в среднем на МРФ			121 680	212 142	318 840

Распределение доходов по МРФ

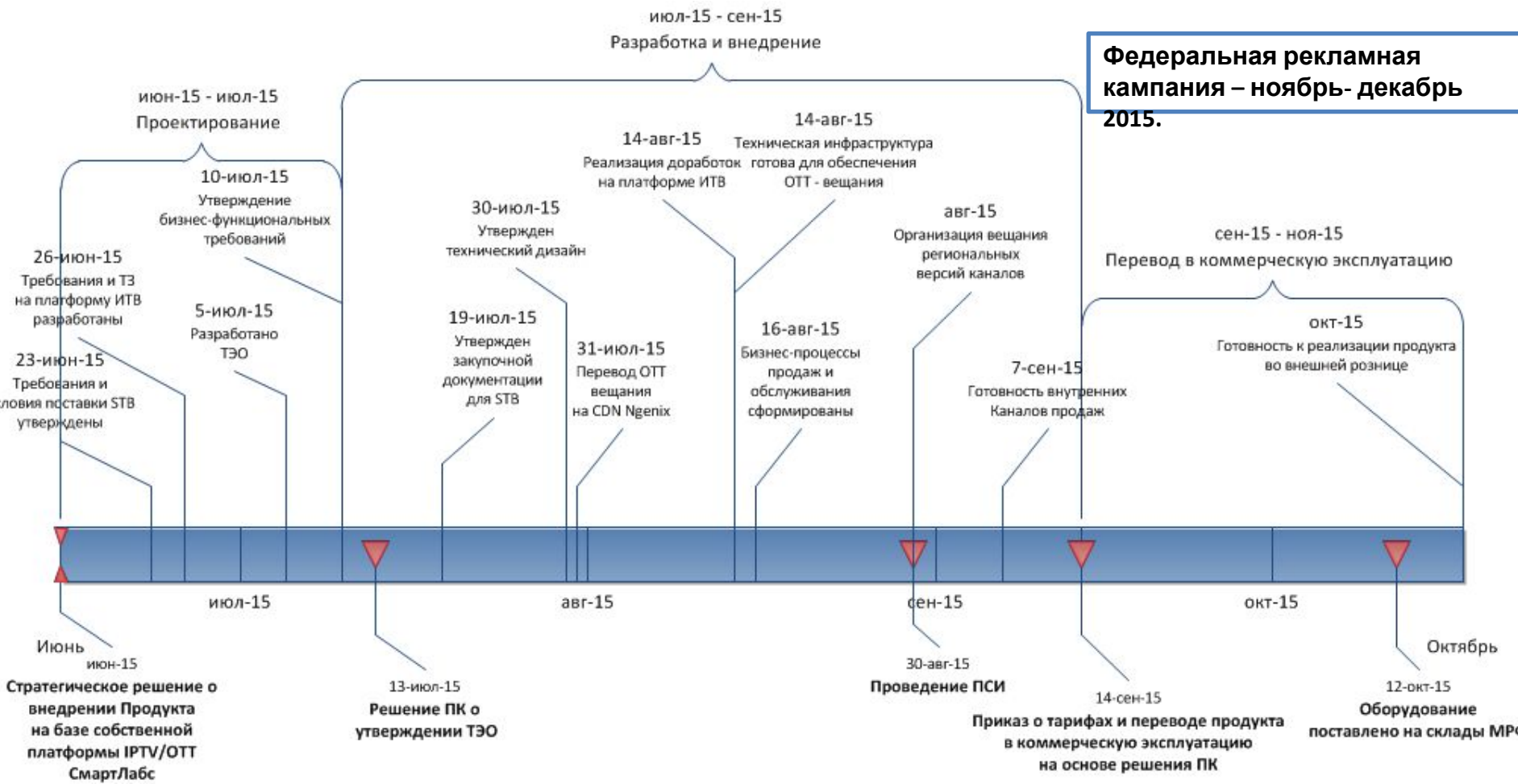
- Если абонент заплатил картой, деньги распределяются согласно SDP региона, с которого произошел платеж.
- Если с ЛС на Zabava.ru с указанием, что он абонент ШПД, – в МРФ, к которому привязан его ЛС ШПД.
- Если с внешнего ЛС на Zabava.ru – аллоцируются в МРФ Урал, далее распределяется по регионам на основе данных SDP.

В проработке до 22.07

Риски

Риски	Значение	Вероятность	Меры
Задержка поставки STB	Высокое	Средняя	Запрошено подтверждение, прорабатываются штрафные санкции
Задержка сдачи прошивки	Высокое	Низкая	Сокращены требования к первому релизу, сроки согласованы со СмартЛабс, получено подтверждение
Выход на рынок продуктов конкурентов	Среднее	Высокая	Заложить соответствующий сценарий в план продаж
Отсутствие CDN	Высокое	Низкая	ТБ проведены работы по интеграции стороннего CDN
Отсутствие технической возможности ввода новых каналов для	Высокое	Средняя	Снижены требования по кол-ву каналов на запуск, дальнейшая реализация в

Сроки запуска и следующие шаги



Спасибо!