

Опыт борьбы с «Дом.ру» и «Ростелеком» в 2019 году

Стратегия или тактика в 2019 году?

Новые технологии
обязательно
«выстрелят».

Вопрос в том:

- в каком году и какие именно?



Что такое эффективное управление абонбазой в 2019 году?

- ✓ Абонентская база на старой территории как минимум не сокращается.
- ✓ Неприемлемо допускать уменьшение абонбазы и компенсировать это ростом зоны охвата и внедрением новых сервисов — путь, как на картинке:
 - больше «съел» — больше потерял. ТУПИК.



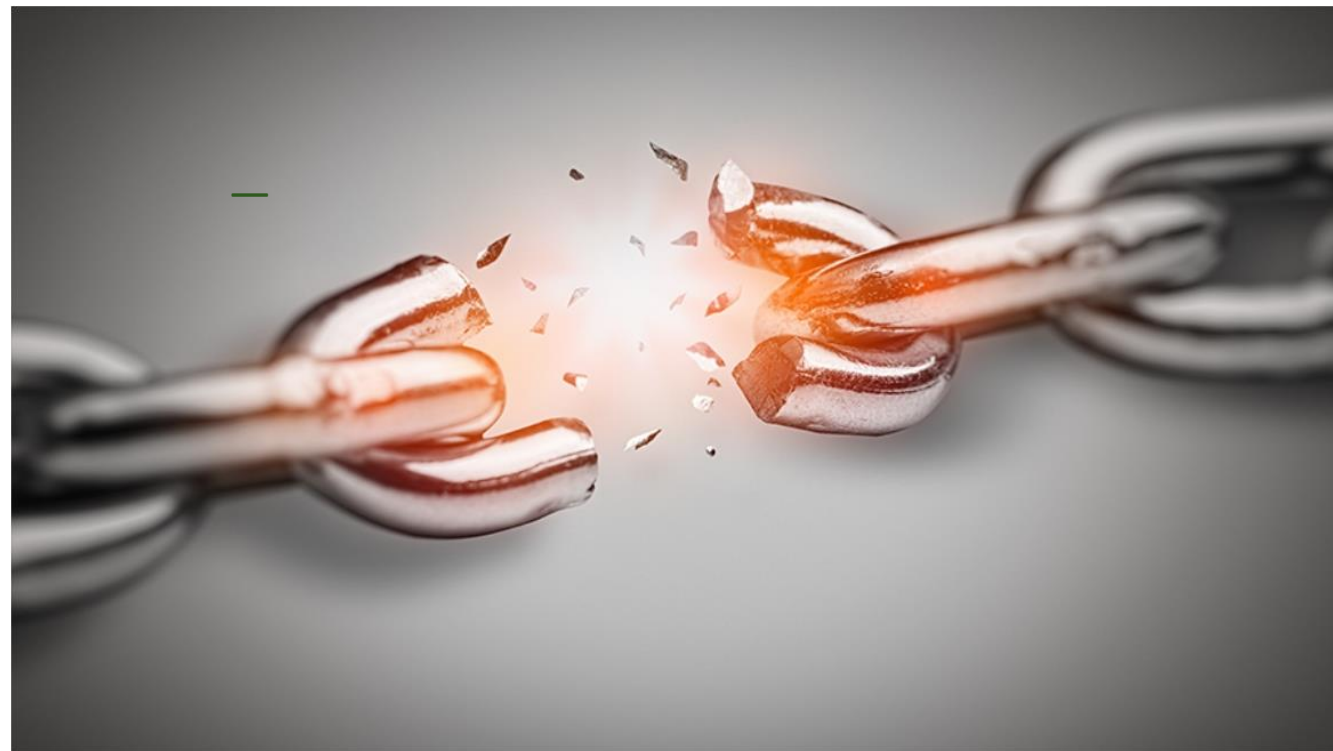
Слабые места «федералов».

Главнейшие.

1. Ценовая политика (работает предложение, а не бренд).
2. Повышение тарифов.
3. Местами «пробелы» в рекламной активности.

Второстепенные.

1. Текучка агентов и телемаркетологов.
2. Неактуальные телефонные базы собственных абонентов
3. «Переплата» за привлечение.



Сильные стороны «федералов».

Главнейшие.

1. **Методичность.**
2. Акционные предложения для разных каналов.
3. Гораздо лучшая системность в рекламной активности.

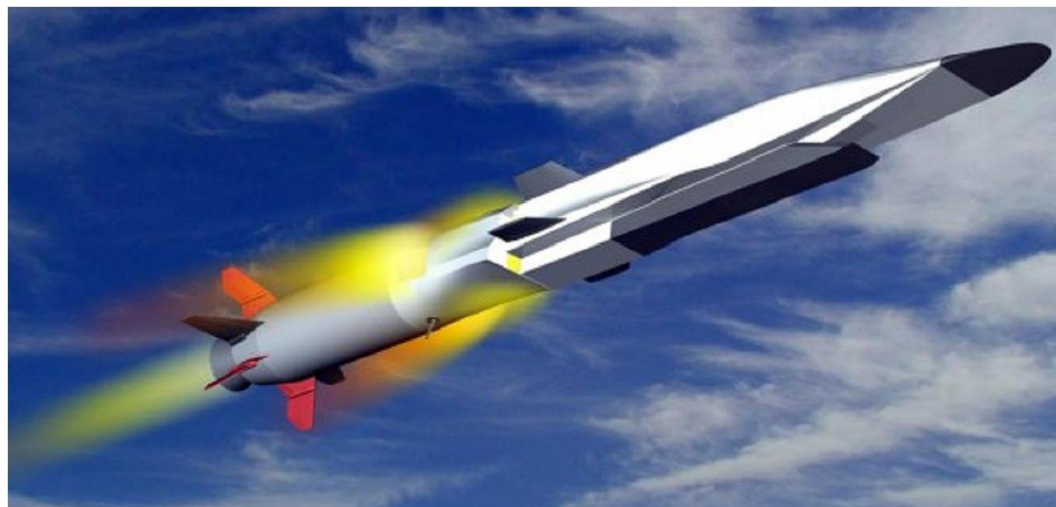
Второстепенные.

1. Широкое субсидирование оборудования.
2. Перекрестная поддержка каналов продаж.
3. Хоть какая-то работа по удержанию ушедших абонентов.



Ассиметричный ответ в 2019 году.

По нашей статистике у небольших операторов в 2019 году реально нет возможности симметрично отвечать федералам: нет таких бюджетов и нет людей в команде.



Возможен только ассиметричный ответ.

Его цель в первую очередь не допустить снижения абонентской базы на старых территориях.

Сколько будут стоить ассиметричные меры?

Чтобы это понять,
надо последовательно разобрать ряд параметров:

- ✓ равен ли приток оттоку на старых территориях, как по физ. так и по юр.лицам;
- ✓ сколько дополнительно могут принести прямые продажи ФЛ/ЮЛ на старой зоне покрытия;
- ✓ все ли абоненты оттока прорабатываются с целью возврата;
- ✓ задействовала ли компания ресурс поднятия абонплаты действующим абонентам;
- ✓ старается ли компания продавать более дорогие предложения абонентам.



Где найти средства на борьбу в 2019 году?

В 90% случаев работает принцип — «Переложить средства из кармана в карман» без общего роста бюджета:

- отказаться от ненужных каналов рекламы;
- сократить персонал, потеря которого не приведёт к росту оттока;
- сократить бюджет строительства, если привлечением абонентов там некому будет заниматься или много конкурентов;
- осознанно «загнать» сервис;
- и т.п.



На какие результаты можно рассчитывать в 2019 году?

- ✓ Сокращение операционных расходов коммерческого блока на 15-20% без роста оттока и снижения входящих продаж.
- ✓ Восстановление входящих подключений на старых территориях до уровня оттока.
- ✓ Возврат из оттока 10-15% абонентов ежемесячно.
- ✓ Рост выручки за счёт поднятия абонплаты на 10-15%.
- ✓ Увеличение новых подключений на старых территориях от активных продаж до 50% от того, что даёт входящий поток по данной территории.



Спасибо за внимание!

+7 (920) 778-87-13
dir@tcnov.com
tcnov.com