

Экосистема поставщиков телекоммуникационных услуг в России



Экосистема поставщиков телекоммуникационных услуг состоит из 3 областей — внутренняя, приближенная и внешняя. **Внутренняя область** состоит из **мобильных операторов (Большая Четверка)**, предоставляющих телекоммуникационные услуги. **Приближенный круг** — это участники, которые **непосредственно связаны с экосистемой** поставщиков мобильных услуг и имеют **прямое влияние** на её функционирование, напр. клиенты, агенты для пополнения, поставщики инфраструктуры. **Внешняя область** — все участники, которые способны оказать **влияние** на развитие экосистемы и могут **направлять ход** тех или иных событий.

Болевые точки экосистемы

1. Насыщение рынка мобильной связи, утилизация ключевого продукта компаний
2. Неудачные попытки диверсификации
3. Низкое доверие потребителей - негативные ассоциации с брендом/индустрией
4. Повышение конкуренции во всех областях, в том числе от банков
5. Утечка персональных данных
6. Навязчивый маркетинг (включая другие компании)
7. Снижение лояльности
8. Постоянные инвестиции в улучшение инфраструктуры

Почему финансовые услуги и платежи интересны телеком провайдерам?

Телеком операторы имеют доступ к наибольшей части населения страны (самое большое количество клиентов у 4-ех основных игроков, что не может сравниться ни с одной индустрией в стране). Подобной универсальной услугой является платеж. Более того, согласно экспертам, мобильные услуги наиболее близки по своей структуре к финансовым услугам. Например, и в той, и в другой индустрии у клиента имеется счет, который может использоваться для оплаты товаров и услуг, а также хранения средств. 10-15 лет назад в индустрии телекоммуникаций платёж использовался исключительно как средство для получения денег от потребителей за предоставленные услуги. В последнее время операторы начали задумываться о платеже как о драйвере ценности. Именно поэтому некоторые телеком операторы в России пытаются войти на рынок финансовых услуг, в частности платежей, и уже предлагают различные продукты, напр., карта Мегафон, МТС Деньги и др.



МТС Деньги

Услуги: Цифровой кошелек, дебетовые и кредитные карты с кэшбеком

Роль платежа:

- Стратегический инструмент для вовлечения потребителя в свою экосистему (моб. связь + платежи)
- Привлечение новых клиентов на новые услуги (даже не являясь клиентом МТС, можно стать клиентом МТС Денег)
- Диверсификация своей деятельности в финансовые услуги

Сильные стороны:

- Повышенный кэшбек на более выгодных условиях, чем у большинства популярных банков
- Возможность P2P переводов
- Дополнительные выгоды, связанные с основным продуктом, при выполнении условий (напр., бесплатные услуги связи при достижении пороговых значений объема транзакций в месяц)

Слабые стороны:

- Необходимость получения банковской лицензии и перевода клиентов на дополнительный счет для части банковских услуг (напр., кредит)
- Меньшее доверие по сравнению с банками в связи с негативным опытом, связанным с основными продуктами



Safaricom - M-Pesa

Услуги: Мобильные деньги для платежей, кредитов и прочих финансовых услуг

Роль платежа:

- Помощь исключенным из финансовых услуг
- Получение гранта от Департамента международного развития Великобритании

Сильные стороны:

- Удобные P2P переводы
- Распространенная сеть торговых точек, принимающих m-Pesa в качестве платежа за товары и услуги
- Удобное пополнение (тысячи агентов)
- Связь с другими кошельками (напр., пополнение Paypal с помощью m-Pesa)
- Мобильный счет становится финансовым счетом, прямое дебетование
- Альтернативная/инновационная модель предоставления розничных платёжных услуг (в том числе, устранение торговой уступки)
- Локальная специфика: значительно большее проникновение и доступность мобильной связи по сравнению с финансовыми услугами в странах-участниках
- Расширение услуг в более сложные финансовые продукты (M-shwari)

Слабые стороны:

- Локальная специфика: успех в Африке, южная Европа — закрытие, Индия — развитие под вопросом
- Нет программы лояльности
- Использование в основном СМС сообщений и наличных для пополнения (устаревшие методы)

Возможности для экосистемы:

- Привлечение людей, невовлеченных в традиционные финансовые услуги и тех, кто не доверяет банкам
- Большой спектр данных, которые можно монетизировать и анализировать на базе этих данных
- Возможность использования данных для внедрения инноваций (напр., алгоритмы машинного обучения и ИИ, около 60% запросов в колл-центры некоторых мобильных операторов полностью обрабатываются системами IVR)
- Использование финтех инноваций для поиска конкурентного преимущества

Угрозы для экосистемы:

- Высокая конкуренция со стороны традиционных финансовых институтов
- Высокое доверие банкам
- Угроза захода банков на рынок телекома
- Регулирование: требование получения банковской лицензии при предоставлении финансовых услуг
- Менее обширная экосистема, чем у индивидуальных провайдеров фин. услуг (напр., экосистема Сберанка)