

Миссия выполнима!

Как интернет-провайдеру за деньги продать ТВ-сервис?

Коснемся маркетинга: 4P



product - продукт, который мы предлагаем

price - цена, которую мы установили для продукта

promotion - продвижение на рынок

place - канал продаж продукта

Немного психологии



TRINITY

www.trinity-tv.net



product



product - необходимо правильно раскрыть свойства продукта в соответствии с приоритетами потенциального клиента.

Например:

- Рациональность: Не нужно искать фильм, есть фильмовые каналы.
- Удобство: Фильмы on-line, которые не нужно искать и “качать”.
- Экономия: У каждого члена семьи свой телевизор.
- Принадлежность: Наличие премиальных каналов и HD.
- Безопасность: Если что-то пропустили, можете перемотать...

product



Вывод: продукт должен быть многофункциональным, для того чтобы охватить наибольшее число приоритетов.

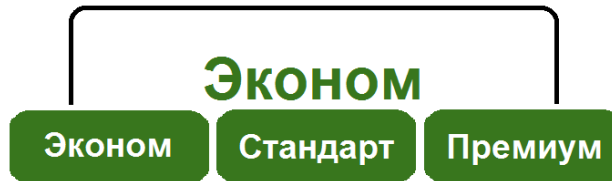
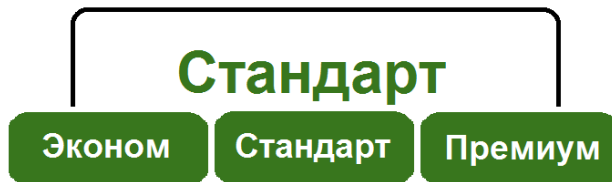
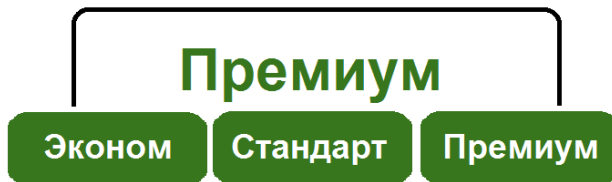
Например, функции TRINITY TV:

- Разнообразный on-line кинозал
- Большой выбор каналов
- Наличие премиальных каналов и HD
- Управление эфиром
- Мультискрин
- Присутствие на всех телевизорах SMART
- Возможность установки на 80% существующих TV BOX решений

Ценовых групп не 3, а 9!



TRINITY
www.trinity-tv.net



price



Вывод: ТВ это не доп-сервис только для премиальных тарифов - даже эконом пользователям можно продать доп. услугу и повысить средний чек.

Пример тарифов TRINITY TV:

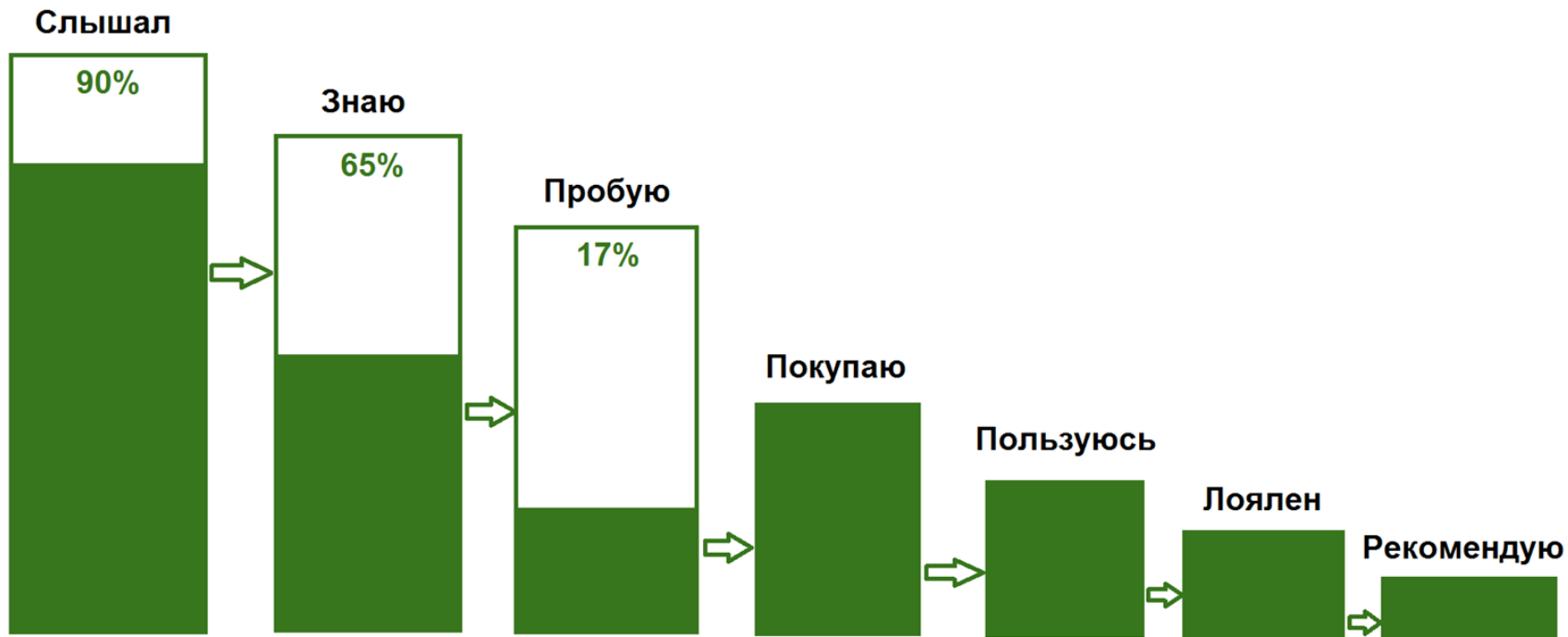
39 грн. В МЕСЯЦ	49 грн. В МЕСЯЦ	79 грн. В МЕСЯЦ	150 грн. В МЕСЯЦ
КИНО	S	M	L
Фильмов - 10 000	133 каналов Фильмов - 10 000 + КИНО <input type="checkbox"/>	165 каналов 23 HD канала + КИНО <input type="checkbox"/>	185 каналов 30 HD каналов + КИНО <input type="checkbox"/>
	ОЗНАКОМИТЬСЯ	ОЗНАКОМИТЬСЯ	ОЗНАКОМИТЬСЯ

Воронка продвижения



TRINITY

www.trinity-tv.net



promotion



Вывод: если Вы запустили новую услугу и не распространили информацию об этом достаточному количеству потенциальных пользователей - считайте, что Вы ее не запускали.

Для формирования знания об услуге - необходимо более 90% осведомленных.

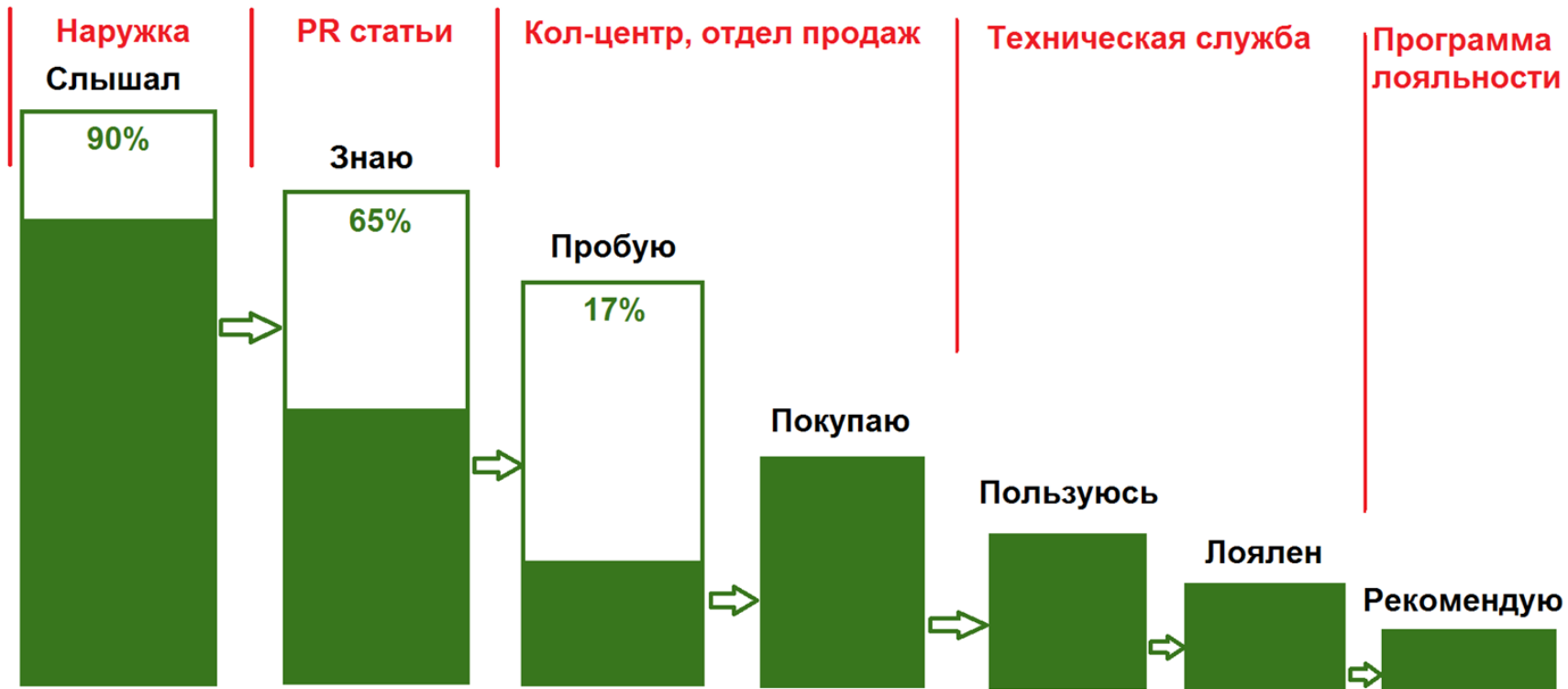
Для появления тестирующих услугу, необходимо более 65% знающих ее.

Для стабильных продаж услуги, необходимо более 17% ее тестирующих.

places influencing on promotion



TRINITY
www.trinity-tv.net



place



Вывод: постройте комплексную цепочку каналов продаж. Сами по отдельности или не комплексно они не эффективны! Силы брошенные на продажи без рекламной поддержки - пустые телодвижения. А потраченные деньги на рекламу без активной работы отдела продаж - пустые затраты.

Наружка не может дать более, чем осведомленности.

PR статьи, могут решить только вопрос полноценного знания того, что Вы предлагаете.

Продажи может дать только кол-центр и отдел продаж.

Итог



product - нужен современный продукт, чтобы охватывать приоритеты всех пользователей.

price - нужно помнить, что свой покупатель найдется среди людей любого достатка.

promotion - учитывайте свойства воронки продаж при продвижении и избегайте перекосов.

place - стройте комплексную цепочку каналов продаж, иначе перекосов не избежать.