

Немного о пузырях, или о том, что собой представляет процесс трансформации бизнеса в поисках новых денег

(на основе практической жизни докладчика,
с прологом, эпилогом и в меру увлекательными примерами)

Михаил Шкляев, Dentsu Aegis Network
26 мая, 2017



**ПРОЛОГ: РАССКАЗЫВАТЬ ПЛАНИРОВАЛОСЬ ВООБЩЕ
О ДРУГОМ, НО КАК ВСЕГДА, НАМ НЕ РАЗРЕШИЛИ**

PHYSIK.

ПРИМЕРНО 10 ЛЕТ НАЗАД МИР ГЛУБОКО НЫРНУЛ В СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ



2004



2006



2006



2007

**ЭТО ПРИВЕЛО К ЭКСПОНЕНЦИАЛЬНОМУ ВЗРЫВУ
В КОЛИЧЕСТВЕ СВЯЗЕЙ И ИНФОРМАЦИИ**

1.7 МЕГАБАЙТ

**В СЕКУНДУ, НА КАЖДОГО
ЧЕЛОВЕКА, ВО ВСЁМ МИРЕ**

Источник: FORBES, 2016

**В РЕЗУЛЬТАТЕ ВСЕ ДОВОЛЬНО БЫСТРО ОБНАРУЖИЛИ, ЧТО
ИНФОРМАЦИЮ В ТАКОМ ОБЪЁМЕ НЕЛЬЗЯ «СЪЕСТЬ»**



2013



2014

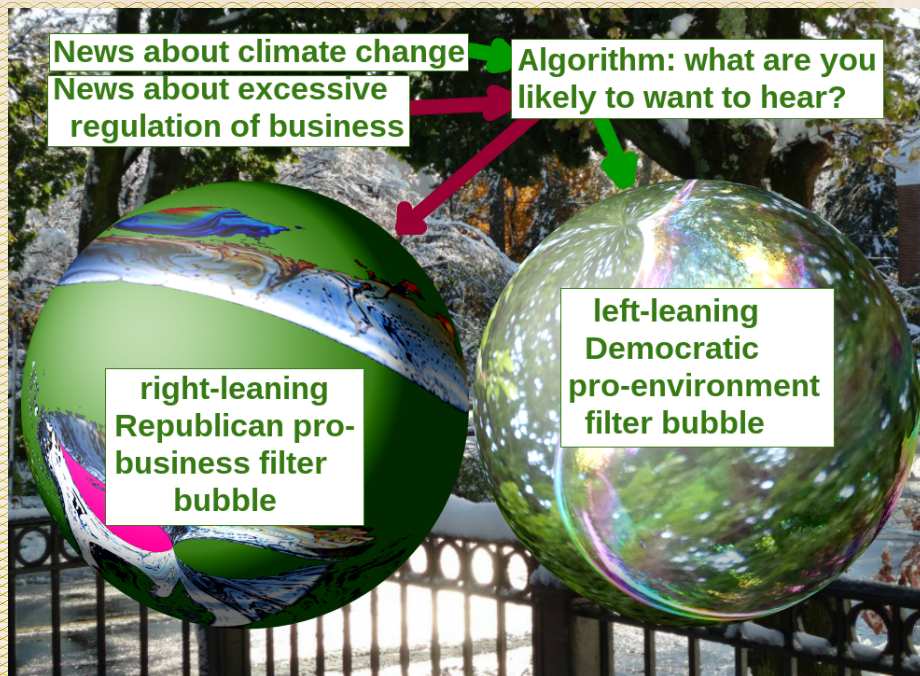


-

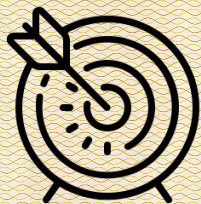


2016

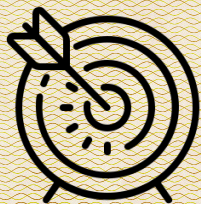
ФИЛЬТРАЦИЯ ЗАДУМЫВАЛАСЬ КАК БЛАГО, НО СТАЛА ВЛИЯТЬ НА КАРТИНУ МИРА, ФОРМИРУЯ «ПУЗЫРИ»



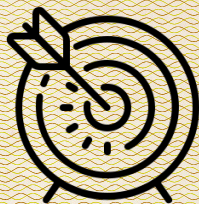
ЛЮБОЙ БИЗНЕС – ЧЕМПИОН АСКЕЗЫ И САМОФИЛЬТРАЦИИ, ИНЫМИ СЛОВАМИ – ЖИТЕЛЬ ПУЗЫРЯ



Узкая
направленная
экспертиза



Фокус в
ресурсах и
затратах



Фокус в
исследованиях
и рынках



Фокус в
продуктах и
инвестициях

ПРОСТОЙ ПРИМЕР НА ЗНАНИЕ: ДЖОБС, МАСК, БРЭНСОН VS ВУДС, МАКМИЛЛОН, ФИЛДС

\$799B

\$62B



Walmart *



\$861B

\$624B

Источники: публичная отчётность компаний

НИКОГДА НЕ ДУМАЙ, ЧТО ТЫ ИНАЯ, ЧЕМ МОГЛА БЫ НЕ БЫТЬ ИНАЧЕ, ЧЕМ БУДУЧИ ИНОЙ В ТЕХ СЛУЧАЯХ, КОГДА ИНАЧЕ НЕЛЬЗЯ НЕ БЫТЬ

Или, если вы хотите, чтобы я выразил это попроще, то почти любому бизнесу нужен взгляд со стороны, помощь в «лопании» собственного пузыря экспертизы



FMCG ⇒ E-COMMERCE

DIGITAL-ТРАНСФОРМАЦИЯ = ПРОДАЖА ТЕХ
ЖЕ ТОВАРОВ, ЧЕРЕЗ ДРУГОЙ КАНАЛ



RETAIL ⇒ E-COMMERCE

DIGITAL-ТРАНСФОРМАЦИЯ = ПРОДАЖА ТЕХ
ЖЕ ТОВАРОВ, ЧЕРЕЗ ДРУГОЙ КАНАЛ



TELCO ⇒ OTT

ДАВАЙТЕ РАЗВИВАТЬ СЕРВИСЫ, КОТОРЫЕ
УЖЕ ПРИДУМАЛИ ДРУГИЕ ЛЮДИ
(НАПРИМЕР, МЕССЕНДЖЕРЫ ИЛИ СКАЙП)

КОНКУРЕНЦИЯ ЗА ПОМОЩЬ В ЛОПАНИИ ПУЗЫРЯ: РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА CONSULTING Big4



**АГЕНТСТВА: ВХОД СО
СТОРОНЫ РЕКЛАМЫ,
РАЗВИТИЕ
КОНСАЛТИНГОВОЙ
ЭКСПЕРТИЗЫ**

Deloitte. \$1.7 млрд

**КОНСАЛТИНГ: ВХОД СО
СТОРОНЫ IT И CEO,
РАЗВИТИЕ АГЕНТСКОЙ
ЭКСПЕРТИЗЫ И
ПОНИМАНИЯ DIGITAL**

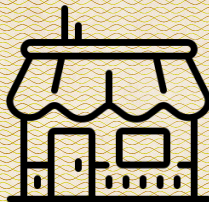
Источник: публичная отчётность Deloitte

В РЕЗУЛЬТАТЕ НАМЕТИЛОСЬ НЕСКОЛЬКО ВЕРТИКАЛЕЙ, ДЛЯ КОТОРЫХ ПУТИ ТРАНСФОРМАЦИИ БОЛЕЕ-МЕНЕЕ ОЧЕВИДНЫ



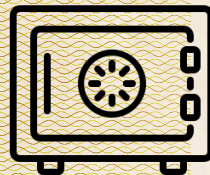
ОПЕРАТОРЫ СВЯЗИ

Продукты поверх обработки данных, пробегающих через «ОПЕРАТОРСКУЮ ТРУБУ»



РИТЕЙЛЕРЫ (ТРАДИЦИОННЫЕ, ОФФЛАЙНОВЫЕ)

СНОВА ДАННЫЕ: БОЛЬШАЯ АНАЛИТИКА, ИССЛЕДОВАНИЯ, РЕКЛАМА



БАНКИ (ТРАДИЦИОННЫЕ, ОФФЛАЙНОВЫЕ)

ПОТЕНЦИАЛЬНО – САМАЯ ТОЛСТАЯ ТРУБА С ДАННЫМИ, АРБИТРАЖ ЛЮДЕЙ ЧЕРЕЗ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

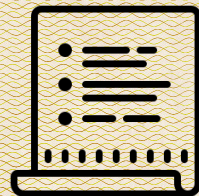
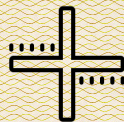
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ: ВЫХОД ИЗ ПУЗЫРЯ ПОД ДАВЛЕНИЕМ ПАДЕНИЯ ДОХОДНОСТИ ОТРАСЛИ



ОПЕРАТОР СВЯЗИ

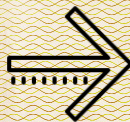
В большей степени сотовой, но и фиксированной – тоже.

ARPU абонента в чистом виде демонстрирует падение, голос ничего не стоит, заработок на дате падает.



ТРЕБОВАНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Необходимость фильтрации трафика, отслеживание поведения абонентов



ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ
АБОНЕНТА



РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ СОЦДЕМА



СОСТАВ ДОМОХОЗЯЙСТВА



ФИНАНСОВЫЙ БЛОК
(доход, скоринг)



РИТЕЙЛОВЫЙ БЛОК
(покупки в рознице)



МГНОВЕННЫЕ ИНТЕРЕСЫ



СТРАХОВОЙ СКОРИНГ



ОТТ-СЕРВИСЫ (РАЗНЫЕ)

ВСЕ ЭТИ НАПРАВЛЕНИЯ УЖЕ СЕГОДНЯ КОРМЯТ БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО РАЗНЫХ ОТРАСЛЕЙ

 ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ
АБОНЕНТА

 РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ СОЦДЕМА

 СОСТАВ ДОМОХОЗЯЙСТВА

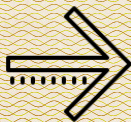
 ФИНАНСОВЫЙ БЛОК
(ДОХОД, СКОРИНГ)

 РИТЕЙЛОВЫЙ БЛОК
(ПОКУПКИ В РОЗНИЦЕ)

 МГНОВЕННЫЕ ИНТЕРЕСЫ

 СТРАХОВОЙ СКОРИНГ

 ОТТ-СЕРВИСЫ (РАЗНЫЕ)



Банки



СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ



РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК



МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС



Ритейл

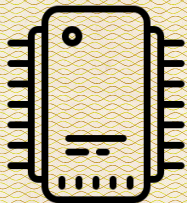


ТРАНСПОРТ

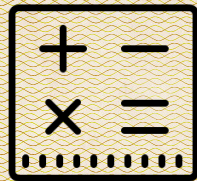


ГОСУПРАВЛЕНИЕ

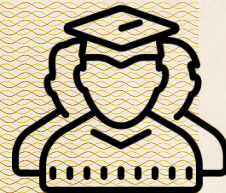
ТАКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ НЕ ПРОИСХОДЯТ ЛЕГКО: НУЖНА БОЛЬШАЯ РАБОТА ПО ИНФРАСТРУКТУРЕ



ТЕХНИЧЕСКАЯ
ПОДГОТОВКА
СБОРА ДАННЫХ



АНАЛИТИЧЕСКАЯ /
МАТЕМАТИЧЕСКАЯ
КОМАНДА



ПОНИМАНИЕ, ЧТО
ИСКАТЬ, ГДЕ ИСКАТЬ, И
ЧТО ЭТО МОЖЕТ ДАТЬ

КАК РАЗ В ЭТОМ ПУНКТЕ НУЖНА
ПОМОЩЬ ДРУГА - ЭКСПЕРТИЗЫ В
ОТРАСЛЯХ КРОМЕ ТЕЛЕКОМА, У
ОПЕРАТОРА СВЯЗИ НЕ ТАК МНОГО

Немного результатов: что уже получилось сделать



Банки

7

Количество клиентов оператора в новых направлениях деятельности, разворачиваемых для роста выручки с одного абонента.



Страховые компании



Рекламный рынок

2



Малый и средний бизнес



Ритейл

4



Транспорт

2



Госуправление

5 лет ARPU

приносит один пользователь, по которому сработало событие лидогенерации оператору

Эпилог: некоторое количество выводов

- Трансформация = смена модели, branching, оставаться в рамках текущей бизнес-модели часто опасно
- Уже сегодня Big4, а также Adobe и IBM участвуют в глобальных медиа-тендерах, завтра это станет стандартом
- Путь самурая для агентств - консалтинг * знание аудитории (кстати, это тоже бизнес-трансформация)
- Путь самурая для клиентов - использовать агентства и консалтинг для поиска новых возможностей в рамках существующей инфраструктуры

СПАСИБО!

ПИШИТЕ ПИСЬМА: [MICHAEL.SHKLYAEV@DENTSUAEGIS.RU](mailto:michael.shklyayev@dentsuaegis.ru)

Михаил Шкляев, DENTSU AEGIS NETWORK
26 мая, 2017

