



> стр. 3

Что такое кастомизация и зачем она оператору

RDK: открытая гибкая
платформа для
видеосервисов

> стр. 11

Приложение
для Смарт ТВ:
что нужно знать
перед запуском

> стр. 16

Как работает
гарантийное
обслуживание
и зачем оно
оператору

> стр. 24

Содержание



Что такое кастомизация и зачем она оператору

Эксперты Infomir рассказывают, что дает оператору кастомизация и как ее лучше осуществить.

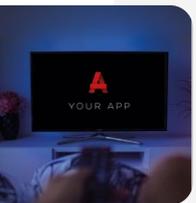
> стр. 3



RDK: открытая гибкая платформа для видеосервисов

Статья о преимуществах платформы RDK и ее растущей популярности.

> стр. 11



Приложение для Смарт ТВ: что нужно знать перед запуском

Рассказываем, с чего начать разработку и как сэкономить время.

> стр. 16



Как работает гарантийное обслуживание и зачем оно оператору

Узнайте, как завоевать доверие потребителя и привлечь дополнительный доход.

> стр. 24

Что такое кастомизация и зачем она оператору

КАСТОМИЗАЦИЯ
И БРЕНДИРОВАНИЕ
АБОНЕНТСКОГО
ОБОРУДОВАНИЯ —
ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
ОПЕРАТОРСКОГО БРЕНДА.



Автор: Дарья Пожарская

В этой статье эксперты Infomir расскажут, что дает оператору кастомизация и как ее лучше осуществить.

Кастомизация и ее задачи

Термин «кастомизация» используют во многих сферах производства: от одежды до электроники. Это слово происходит от английского 'customize' – 'настраивать, изменять' и означает изменение товара или услуги под нужды конкретных заказчиков. Например, кастомизацией можно назвать нанесение логотипа компании на партию стандартных однотонных чашек или футболок. В телекоммуникационной сфере кастомизацию применяют к абонентскому оборудованию.

При планировании проекта оператору следует не только продумать общую стратегию, закупить оборудование и найти свою аудиторию. Не менее важно позаботиться об имидже, уникальности своего бренда и предложения: это позволит отстроиться от конкурентов и выделиться на их фоне. Кастомизированные устройства помогут это сделать.

Производители абонентского оборудования выпускают большие партии стандартных устройств. Чтобы такая продукция приобрела «собственное лицо», на ней нужно разместить визуальные элементы, определяющие компанию: название сервиса, логотип, цвета, шрифт и другие атрибуты бренда.

Кастомизация позволяет из серийных заводских устройств сделать уникальную партию приставок. В этом процессе можно выделить два основных направления: брендинг и дополнительная настройка ПО устройств.



Как правило, первое впечатление о сервисе у пользователя складывается от того, как оператор себя подает. Удачный логотип, качественный дизайн и уникальная брендовая продукция расположат абонентов к проекту. И, напротив, фирменные, предлагающие сомнительные дешевые устройства, едва ли вызовут доверие у потенциального клиента.



▲ На корпусе кастомизированного устройства размещают логотип и фирменные цвета оператора



▲ Чтобы заказать брендированные устройства, оператору нужно предоставить файл в определенном формате. Например, .eps, .pdf, .psd

Брендирование пульта и приставки

Логотип сервиса можно разместить на пульте ДУ и корпусе абонентского устройства. Чтобы брендировать эти девайсы, оператору достаточно предоставить логотип в векторном формате. На основе этого файла дизайнер разработает несколько вариантов визуализации и предоставит заказчику выбрать наиболее удачный.



Уникальная упаковка

Брендирование коробки предоставляет оператору больше возможностей. Для упаковки можно не только разработать собственный уникальный дизайн, но и разместить на ней важную информацию для пользователей, например, условия тарифного плана, список каналов и предустановленных приложений.

Кроме этого, брендирование может включать создание уникального паспорта приставки. При желании оператора в документации можно использовать не только логотип и название сервиса, но и уникальный шрифт, цвета и дизайн оператора.

i

Чтобы нанести логотип заказчика на корпус пульта и приставки, Infomir использует одноцветную тампонную печать. Изделие фиксируют на специальной платформе и располагают на нем клише (трафарет) с логотипом клиента. Затем на изделие опускают пластину с краской. Когда клише удаляют, на корпусе остается рисунок.

Сроки

Процесс кастомизации разделяют на два этапа: согласование макета и изготовление брендированной продукции. Первый этап может длиться от пары дней до нескольких недель. Согласование не займет много времени, если оператор четко представляет, что хочет получить в результате, и оперативно подготовит необходимую документацию. Изготовление продукции обычно занимает несколько недель.

Кастомизация программного обеспечения

ПО абонентского оборудования тоже можно изменить под потребности оператора. Каждый такой проект обсуждается с заказчиком индивидуально: стандартных решений в этой сфере нет. Тем не менее существует ряд элементов, кастомизация которых пользуется наибольшей популярностью. Покажем несколько вариантов кастомизации ПО на примере middleware Ministra TV Platform и объясним, что это дает оператору.



Логотип, цвета

В кастомной прошивке оператор может создать уникальный загрузочный экран со своим логотипом, фирменными цветами, слоганом и шрифтом. Загрузочный экран — первое, что увидит пользователь при запуске устройства. И конечно, хороший дизайн произведет на клиента положительное впечатление и повысит в его глазах статус оператора.



Локализация*

Оператор может позаботиться о комфорте клиентов и предоставить им некоторые нестандартные функции. Например, если в меню приставки по умолчанию нет языка, необходимого оператору, его можно интегрировать. То есть перевести все меню на любой нужный язык.

Локализация позволит оператору предоставить сервис в определенном регионе и повысить лояльность клиентов.**

Зачем кастомизировать ПО

Узнаваемость сервиса

Пользователи брендовой продукции ежедневно видят логотип оператора. Это способствует укреплению бренда.

Безопасность

Скрытый URL портала позволяет избежать несанкционированного подключения.

Предотвращение оттока подписчиков

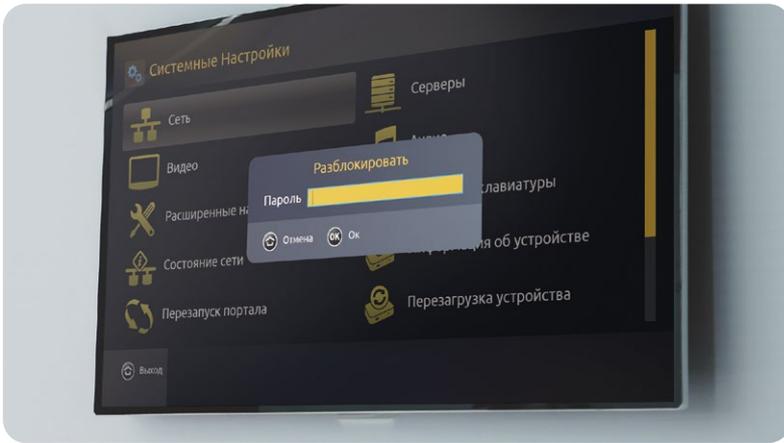
Кастомная прошивка позволяет операторам удержать свою аудиторию. Абоненты не смогут использовать устройство, чтобы смотреть контент других видеосервисов.

Комфорт пользователей

Кастомизация позволяет приспособить устройство к потребностям абонентов и операторов, например, добавить нужный язык или использовать другую тайм-зону.

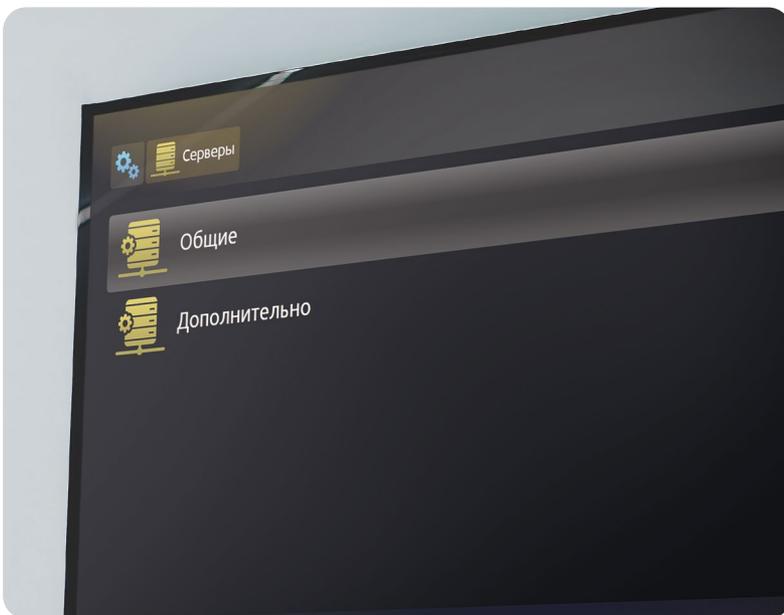
Снижение нагрузки на службу техподдержки

Если расширенные настройки скрыты, пользователи не смогут их случайно изменить, а значит, не будут затем обращаться в техподдержку, чтобы восстановить стандартные.



Ограничение доступа к системным настройкам

Оператор может закрыть пользователям доступ к расширенным функциям. Такая настройка не позволит абоненту, например, прописать другой портал, сбросить настройки или заменить прошивку на другую — а значит, подписчик не сможет использовать приставку, чтобы смотреть контент другого оператора. Такие манипуляции будут доступны только при вводе специального ключа, доступного лишь оператору.



Скрытый URL

В кастомной прошивке можно скрыть URL операторского портала: пользователи не смогут его видеть.

Сроки создания индивидуальной прошивки

Как и в случае с брендингом, длительность разработки кастомизированного ПО во многом зависит от того, насколько быстро оператор и исполнитель заказа обсудят все пункты и пропишут четкое ТЗ. Согласование может занять от одного дня до пары недель. После этого инженерам нужно время (обычно 2–3 дня), чтобы «собрать» прошивку.

Установка кастомизированной прошивки

Когда программное обеспечение будет готово, его нужно будет установить на абонентские устройства. Наиболее приемлемо обновление приставок по сети: для этого необходимо подготовить соответствующее сетевое окружение.

Однако варианты обновления подбираются индивидуально для каждого конкретного случая. За подробной информацией можно обратиться в службу технической поддержки.

Если в дальнейшем оператор захочет добавить новые функции или изменить параметры кастомизации, разработчики могут создать для него новую версию ПО. Установить такое обновление на приставках несложно. Например, функциональность ТВ-платформы Ministra позволяет обновить ПО абонентских устройств автоматически во время очередной перезагрузки или составить индивидуальное расписание.



Механизм кастомизации позволяет создать эксклюзивный дизайн и ПО для стандартных абонентских устройств. Такие приставки будут восприниматься как уникальное операторское оборудование. Это поможет укрепить бренд, повысить его узнаваемость и удовлетворенность клиентов.

**Добавление языка обсуждается отдельно: для реализации этой задачи необходимо задействовать отдельную команду.*

*** Infotv интегрирует новый язык только для внутреннего портала приставки. Чтобы клиент мог использовать новый язык, его должно поддерживать и middleware, которое использует клиент.*

MAG520 MAG520w3

Приставки на базе ОС Linux: 4K, HEVC, объемный звук



Поддержка
4K и HEVC



4x ARM
Cortex-A53



Корпус
Quibic



1 ГБ RAM /
4 ГБ eMMC



ОС Linux



18 400
DMIPS



Встроенный
Wi-Fi-модуль*



ИК-пульт

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

*Только для модели MAG520w3

RDK: открытая гибкая платформа для видеосервисов



Автор: Алексей Кузнецов

В ИНДУСТРИИ
IPTV/OTT-УСЛУГ НАБИРАЕТ
ПОПУЛЯРНОСТЬ РЕШЕНИЕ
ДЛЯ ОПЕРАТОРОВ
НА ПЛАТФОРМЕ RDK.
ЭТА ПЛАТФОРМА ОБЛАДАЕТ
СВОЕЙ ЭКОСИСТЕМОЙ,
ПРОСТОТОЙ РАЗРАБОТКИ,
А КОЛИЧЕСТВО
РАБОТАЮЩИХ
НА ПЛАТФОРМЕ УСТРОЙСТВ
УЖЕ ПРЕВЫСИЛО 60 МЛН
ДЕВАЙСОВ.

В этой статье собрали основную информацию о том, что такое RDK, почему эта платформа становится все популярнее и кто участвует в ее развитии.



RDK и его задачи

RDK (Reference Design Kit) — это модульное программное обеспечение для быстрого развертывания видеосервисов нового поколения. Платформа позволяет операторам управлять клиентскими устройствами и легко настраивать пользовательский интерфейс. Благодаря аналитике можно улучшить качество сервиса и повысить рентабельность бизнеса.

Задача решения RDK — взять на себя настройку приема видео, организацию условного доступа (CAS) и управление техническими средствами защиты авторских прав (DRM), администрирование и диагностику потоков. Платформа обеспечивает доступ к инфраструктуре RDK App Framework, позволяющей партнерам создавать собственные приложения и управлять ими.

ПО разработано на базе открытых стандартов и компонентов:

- ядро и драйверы ОС Linux
- криптографическая библиотека OpenSSL
- библиотеки Busybox
- API OpenGL
- протоколы UPnP

Операторы используют RDK как основу для интегрирования приложений и услуг в свой проект. Комплекс включает в себя поддержку основного абонентского оборудования: ТВ-приставок, маршрутизаторов и модемов, а также других устройств и сетей параллельного доступа (GPON, DSL, DOCSIS).

RDK — это свободно распространяемое ПО с открытым исходным кодом, что позволяет разработчикам со всего мира регулярно улучшать платформу и дополнять ее функциональность.

Сейчас RDK-сообществу доступно более 200 программных компонентов, что позволяет операторам сохранять гибкость при настройке своего продукта в соответствии с требованиями их сервисов. При этом сейчас платформой пользуются 584 лицензиата во всем мире.



Поставщики услуг по всему миру отмечают, что RDK позволяет им полностью контролировать развитие своих программных решений, а также данные в «умном доме», включая видео, широкополосное вещание и устройства интернета вещей.



Стив Хиб

Президент и генеральный менеджер RDK

Кто создает и развивает RDK

Платформу разрабатывает и поддерживает группа производителей открытого софта RDK Management. В нее входят крупные видеосервисы, разработчики ПО и системные интеграторы — CommScore, Kaon, Numax и Technicolor. Открытый исходный код создатели публикуют для сообщества пользователей RDK. Другими словами, создатели позиционируют платформу RDK как «разработанную операторами для операторов».



Почему RDK становится популярной

Среди операторов широко распространена ветка RDK-V. Эту платформу используют для интегрирования ТВ-приставок RDK Video Accelerator и сетевого оборудования. Рассмотрим основные преимущества решения.

Гибкость настройки RDK позволяет быстрее вывести видеосервис на рынок IPTV-услуг. Используя платформу, можно без лишних усилий добавлять, удалять или редактировать компоненты видеосервиса. В RDK эти действия ни от кого не зависят, поэтому оператор может их выполнять на свое усмотрение. В то же время решение на RDK позволяет отстроиться от конкурентов за счет самостоятельной разработки уникального UI.

Простота. RDK используют по бесплатной лицензии на коммерческое использование исходного кода, что позволяет разработчикам со всего мира внедрять

новые функции и исправлять ошибки в ПО. Для этого RDK-сообществу доступна обновляемая платформа с инструментарием. Площадка позволяет повысить скорость создания и редактирования решений.

Магазин приложений. RDK открывает доступ к целой экосистеме — магазину приложений Metrological App Store, где можно разместить действующее приложение или разработать его с нуля. Сервис используется такая же, как Google Play для Android TV.

В Metrological App Store доступно более 300 приложений. Среди них есть как крупные стриминговые сервисы — YouTube, Netflix, Amazon Prime, так и приложения локальных операторов.

Как и у любого глобального решения, у RDK и свои недостатки. Большая часть ПО платформы состоит из открытого исходного кода. Поэтому при интеграции CAS и DRM операторы должны выполнять обязательства по открытым лицензиям.

Приставка RDK Video Accelerator

RDK Video Accelerator — операторская ТВ-приставка с интегрированной последней версией прошивки RDK, доступом к магазину приложений Metrological App Store и инструментарием для разработчиков.

У всех устройств RDK единый набор функциональности. Приставки должны поддерживать:

- последнюю версию прошивки RDK
- воспроизведение 4K-видео
- голосовой поиск (по умолчанию используется Tech4home)
- беспроводное соединение Wi-Fi и Bluetooth

Для корректной работы системы на борту девайса должны быть:

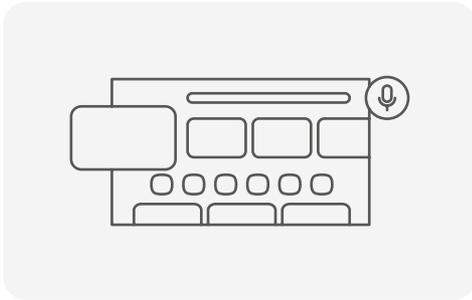
- 4-ядерный 64-разрядный процессор
- как минимум 1 ГБ ОЗУ
- порт Ethernet 100 Мбит/с
- порт HDMI

С таким набором характеристик абонентских устройств можно развернуть сервис на RDK, полностью его контролировать, управлять им и изменять его структуру.



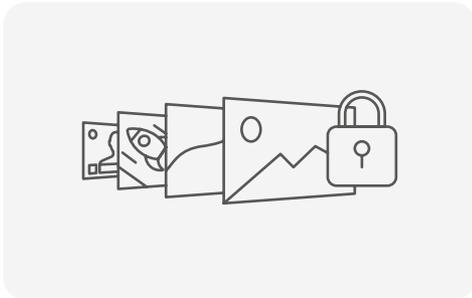
Участие оператора

Интегрированное и работающее решение на платформе RDK-V потребует от оператора добавления некоторых компонентов в ПО. Их набор может меняться в зависимости от сервиса. Расскажем об основных.



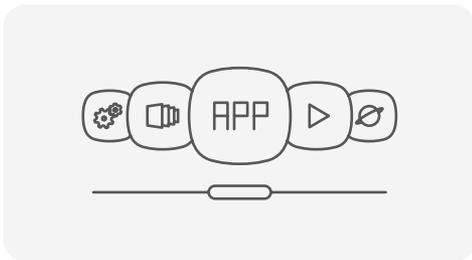
Пользовательский интерфейс

Это возможность выделиться на фоне конкурентов и сделать свой сервис уникальным для абонентов. Поэтому оператору важно разработать свою собственную «картинку экрана». Для этого используется среда разработки приложений и интерфейса Lightning на основе JavaScript.



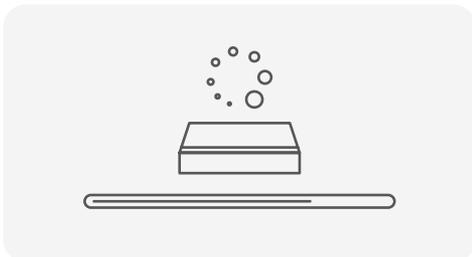
Поддержка CAS и DRM

Решение RDK-V из коробки поддерживает такие DRM как Widevine и PlayReady. Однако некоторые правообладатели могут потребовать другие системы защиты контента. Поэтому в зависимости от партнерских контрактов и сети оператора, ему придется подключить дополнительные CAS и DRM.



Приложение оператора

Большинство действующих видеосервисов используют собственные приложения для трансляции видеоконтента, а также виджеты для погоды и новостей. Оператор может захотеть перенести их в RDK. Для эмуляции этого софта можно использовать среду HTML5 или Lightning.



Обновления ПО

RDK-V не содержит стандартный механизм обновления прошивки ТВ-приставок, но поддерживает множество инструментов для его разработки. Чтобы создать такой механизм, достаточно обратиться к производителю, поставляющему клиентские устройства.



Чтобы развернуть решение на RDK, потребуется потратить время на создание уникального интерфейса, конфигурацию приложений и основных модулей платформы. Вместе с тем оператор получает полный контроль над сервисом и клиентскими устройствами, а также полную независимость от разработчиков ПО и производителей приставок.

**Google Play, YouTube и Android TV являются товарными знаками компании Google LLC.*

Приложение для Смарт ТВ: что нужно знать перед запуском



В ЭТОЙ СТАТЬЕ МЫ
РАССКАЖЕМ, С ЧЕГО
НАЧАТЬ РАЗРАБОТКУ И КАК
СЭКОНОМИТЬ ВРЕМЯ.

От идеи до запуска приложения операторы проходят долгий путь: подготовка может занять несколько месяцев.

Автор: Анна Новикова

Выбор платформы

Прежде чем определиться с операционной системой, оператору стоит изучить предпочтения будущих клиентов и выяснить, какие устройства наиболее популярны в его регионе. Например, в США **лидирует платформа Roku**, в Европе же, по данным **Conviva**, на долю этой ОС приходится лишь 5.4% общего времени просмотров. Таким образом, запускать сервис на базе Roku в европейских странах нерационально. В этом регионе выгоднее использовать Samsung TV: доля времени просмотров контента на этой платформе составляет 19,5% от общего тайминга.

Какие платформы существуют

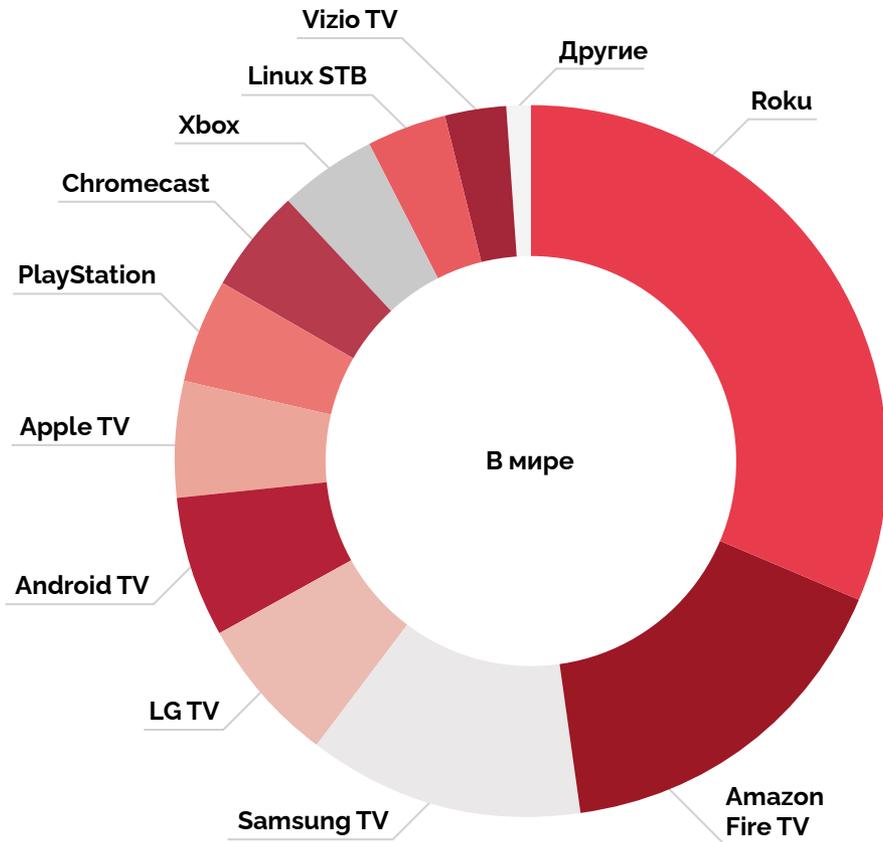
В случае с мобильным приложением оператор выбирает между двумя популярными «экосистемами» — Android и Apple. В телекоммуникационной сфере выбор намного шире. В настоящее время существует пять ведущих платформ: Android TV, webOS, Tizen, Roku TV, Apple TV.

Коротко сравним 3 самых популярных:

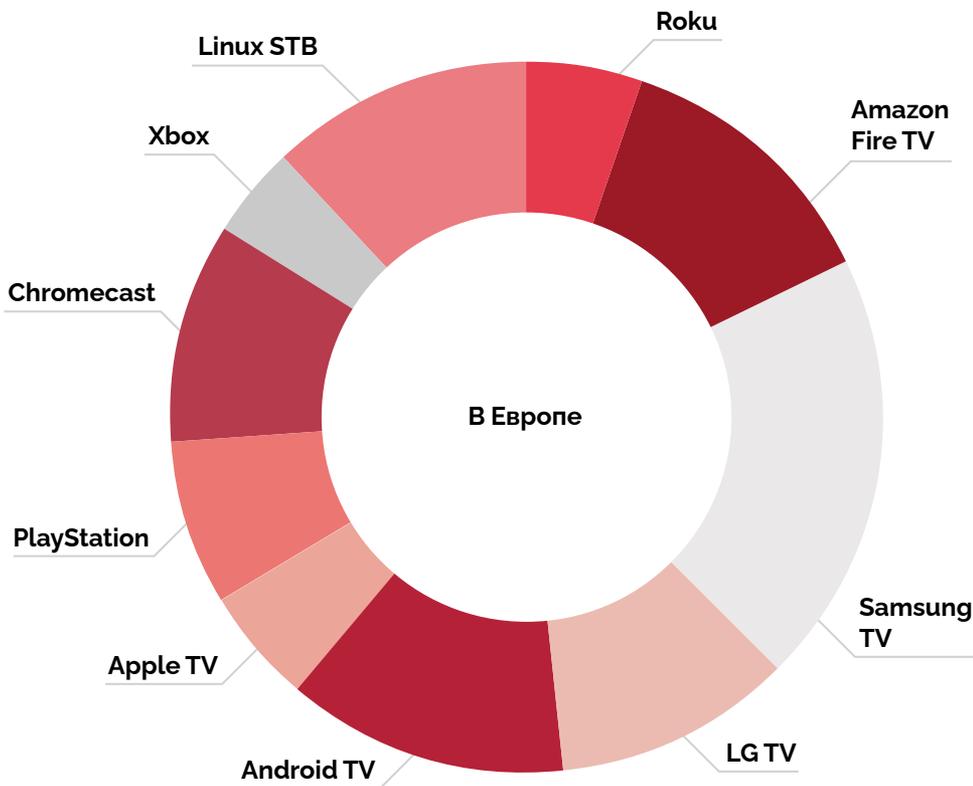


	Android TV	WebOS	Tizen
Телевизоры	Sony, Philips, Panasonic, Hisense, Xiaomi mi, Kivi и др.	LG	Samsung
Технологии	Java, Kotlin	JavaScript	JavaScript
Мобильное приложение для управления устройствами	Google Home	LG TV Plus app	SmartThings
Screen casting	Chromecast	Miracast (совместим с Android и Windows 10)	С помощью совместимых приложений на Android и Windows 10, Screen mirroring через SmartThings

▼ Доля времени просмотра по платформам



	В мире	В Европе
Roku	31.8%	5.4%
Amazon Fire TV	16.5%	12.3%
Samsung TV	12.8%	19.5%
LG TV	6.6%	10.7%
Android TV	6.5%	12.6%
Apple TV	5.3%	5.2%
PlayStation	4.8%	7.5%
Chromecast	4.7%	10.0%
Xbox	4.4%	4.0%
Linux STB	3.7%	11.7%
Vizio TV	2.8%	<1%
Другие	1.0%	<1%



Источник: Conviva's
State of Streaming Q4 2021

Кто нужен для разработки

Разработка приложения для Смарт ТВ не отличается от создания приложения для мобильного устройства, так что базовый набор специалистов будет тем же:

- UI/UX-дизайнер
- фронтенд-разработчик
- бэкенд-разработчик
- тестировщик или QA-специалист
- проектный менеджер

Состав команды меняется в зависимости от проекта. Например, для создания мобильного приложения или приложения под конкретную платформу придется нанять отдельного разработчика.

В некоторых случаях список специалистов, наоборот, сокращают. Например, если оператор пользуется SaaS-платформой, ему не потребуется бэкенд-разработчик: все взаимодействие можно будет реализовать на клиентской стороне пользовательского интерфейса. А использование готового решения поможет сократить объем работ дизайнера и фронтенд-специалиста.

i

Дополнительные позиции: кто еще может повлиять на результат

DevOps синхронизирует этапы разработки программного продукта и обеспечивает быстрое решение критических проблем. Это позволяет скорее выводить продукты на рынок, внедрять обновления, сокращать расходы, и решать другие задачи бизнеса.

Бизнес-аналитик определяет потребности пользователя и находит способ их удовлетворить. Например, при интеграции функции поиска бизнес-аналитик выясняет, достаточно ли пользователям простого алгоритма или необходимо подключить ИИ.





i

Рекомендуем при оформлении договора обсудить с исполнителем возможность дальнейшего сотрудничества.

Не исключено, что после публикации приложения в маркете в его работе могут обнаружиться ошибки или оператор захочет доработать функциональность продукта.

Искать команду или отдельных специалистов

Для создания приложения можно нанять уже существующую команду либо искать всех специалистов по отдельности. Какой бы принцип ни выбрал оператор, рекомендуем хорошо ознакомиться с портфолио фрилансера или команды специалистов и отдавать предпочтение тем, у кого уже есть успешный опыт работы в сфере IPTV. Рассмотрим особенности каждого подхода.

Своя команда

- ✓ Состав такого коллектива оператор формирует сам: это позволяет найти лучших профессионалов для каждой позиции.
- ✓ Членам «сборной» команды потребуется некоторое время, чтобы познакомиться друг с другом и с проектом, распределить обязанности и отладить коммуникацию. Велика вероятность, что такая команда будет менее эффективной, чем уже существующая: возможна дискommunikация, путаница с ответственностью за определенные процессы и конфликты между отдельными специалистами.
- ✓ Чтобы наладить эффективную координацию действий такой команды, заказчику придется брать управление проектом в свои руки либо нанимать для этого еще одного менеджера.

Агентство

- ✓ Поиск готовой команды займет меньше времени.
- ✓ У такого коллектива уже есть опыт работы над IPTV-проектами, и оператор может увидеть, как на практике работают созданными ими приложения.
- ✓ В существующей команде уже отлажена коммуникация. Специалисты, как правило, работают с привычными программами-органайзерами. Все это позволяет создать и запустить приложение быстрее.

От чего зависит время разработки

После того, как оператор (заказчик) и команда разработчиков (исполнитель) согласовали все детали проекта, начинается фаза разработки. Этот этап может длиться от нескольких недель до нескольких месяцев. Срок и стоимость разработки приложения зависят от ряда факторов.

Понимание финального продукта. Чтобы максимально сократить сроки создания приложения и снизить расходы, заказчику следует дать команде разработчиков четкое техническое задание и детально описать желаемую функциональность.

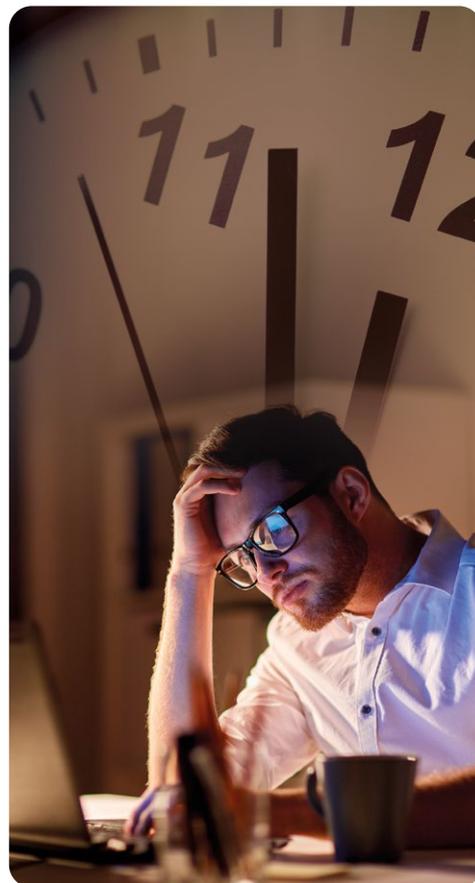
В противном случае работа подрядчика затянется. Если у оператора нет ясного видения будущего приложения («хочу что-то вроде Netflix»), ему придется собирать дополнительную информацию о потенциальных клиентах и их технических возможностях. Для этого понадобится подключить к команде бизнес-аналитика.

Готовые элементы. Оператор может заранее подготовить важные составляющие будущего приложения, например, дизайн. Это значительно ускорит разработку.

Использование существующего решения. Некоторые разработчики, например, Infomir, предлагают услугу кастомизации своих официальных приложений. Это самый эффективный и бюджетный способ создания продукта для Смарт ТВ.

На базе существующей технологии команда экспертов создает брендированное приложение, соответствующее требованиям оператора. Мы писали об этом в материале [«Что такое кастомизация и зачем она оператору»](#).

Набор функций. Этот пункт сходен с предыдущим. Срок создания приложения прямо пропорционален количеству и сложности его функций.



i

Начните с основных функций

При ограниченных ресурсах следует разграничить ключевые и просто полезные для проекта функции. Без первых приложение не может существовать: в них заключена главная ценность для клиентов. Например, плеер.

Полезные функции улучшают пользовательский опыт, их можно добавить в следующем релизе. Это может быть отложенный просмотр, мультискрин или рекомендательный движок.



Как обеспечить качество приложения

Чтобы избежать ошибок и создать максимально качественный продукт, важно по завершении разработки протестировать приложение.

Сеть

Работа приложений для телевизоров зависит от подключения к сети передачи данных. Убедитесь, что сервис будет работать даже при невысокой скорости интернет-соединения: приложение должно правильно отображать ошибки и подключать буферизацию.

Пользовательский интерфейс

При разработке приложения следует учесть, что экраны телевизоров шире и больше экранов других устройств. Пользователи смотрят телевизор с расстояния нескольких метров. Поэтому в интерфейсе не должно быть мелкого шрифта и визуально неразборчивых графических элементов.

Следует также учесть, что уже появились модели телевизоров, поддерживающие автоповорот экрана, например, Samsung The Sero. Наиболее перспективным и конкурентоспособным будет приложение, поддерживающее автоповорот.

Качество изображения

Важное требование к приложению — поддержка всех популярных современных видеоформатов и корректное отображение их на разных устройствах. Для этого ПО сервиса должно адаптироваться под различное число пикселей и сохранять пропорции видео при воспроизведении на устройствах с разным соотношением сторон.



Для создания приложения оператору нужно оценить свои финансовые и временные возможности, собрать максимальное количество информации о предпочтениях пользователей и выбрать подходящую платформу. Чтобы сэкономить и ускорить создание приложения, лучше заранее подготовить подробную документацию и использовать готовое решение.



MAG522

MAG522 W3

Мощные Linux-приставки на базе чипсета Amlogic S905X2: лучший пользовательский опыт



Поддержка 4K и HEVC



4x ARM Cortex-A53



OS Linux



1 ГБ RAM / 4 ГБ eMMC



Встроенный Wi-Fi-модуль*



18 400 DMIPS

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

*Только для модели MAG522w3

Как работает послепродаж- ное обслу- живание и нужно ли оно оператору

ДЛЯ ПРОВАЙДЕРОВ
IPTV/OTT-УСЛУГ ВАЖНО
НЕ ТОЛЬКО ПРОДАТЬ
УСЛУГУ, НО И УДЕРЖАТЬ
АБОНЕНТА. ЭТО СВЯЗАНО
С ТЕМ, ЧТО ОПЕРАЦИОННЫЕ
ЗАТРАТЫ НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ
НОВОГО КЛИЕНТА
ПРЕВЫШАЮТ ЗАТРАТЫ
НА УДЕРЖАНИЕ
ДЕЙСТВУЮЩЕГО.



Автор: Алексей Кузнецов

В этой статье мы расскажем, как послепродажное обслуживание помогает завоевать доверие потребителя и привлечь дополнительный доход компании.



Что такое послепродажный сервис

Послепродажное обслуживание — это набор услуг для клиентов, купивших продукцию у оператора-продавца или дистрибьютора. Такая поддержка включает консультации о работе продукта, его ремонт, замену и обновление.

Отдел послепродажного обслуживания может принести компании дополнительную прибыль, а также повысить доверие к бренду и лояльность клиентов.

Что включает в себя послепродажное обслуживание

Послепродажный сервис состоит из четырех основных элементов:

- гарантийное обслуживание
- послегарантийное обслуживание
- техническая поддержка
- обновления ПО

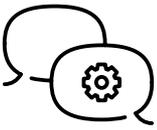


Гарантийное обслуживание.

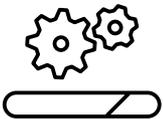
Если в течение гарантийного срока оборудование перестало корректно работать, оператор-продавец или дистрибьютор должен принять от клиента заявку, получить неисправное устройство и выяснить причину поломки. По результатам проверки технические эксперты принимают решение, как поступить с девайсом. Если устройство сломалось не по вине пользователя и эксплуатировалось в соответствии с прописанными в паспорте условиями, то его заменяют или ремонтируют. После этого возвращают пользователю. Если причиной поломки стали действия клиента, то проблему предлагают решить с помощью послегарантийного обслуживания.



Послегарантийное обслуживание выполняет те же функции, что и гарантийное, но только по истечении гарантийного срока (или при нарушении условий эксплуатации) и на платной основе. Клиенты используют его, когда отремонтировать старое устройство выгоднее, чем купить новое.



Техническая поддержка. Специалисты этого подразделения помогают устранить программные или системные сбои в работе оборудования и видеосервиса, консультируют по вопросам настройки и эксплуатации устройств. Этот сервис может быть платным или бесплатным, а также включать разные услуги в зависимости от тарифного плана.



Обновление ПО. Технологии стримингового ТВ непрерывно развиваются: появляются новые видео- и аудиокодеки, модернизируются технологии защиты контента. Чтобы устаревший продукт продолжал соответствовать стандартам современного рынка, операторам следует регулярно обновлять клиентские устройства.



Как организовать работу отдела послепродажного сервиса

Чтобы создать эффективный отдел послепродажного обслуживания, нужно набрать квалифицированный персонал, подобрать удобный набор инструментов и обустроить лабораторию для техэкспертов.

Поиск инженеров для отдела послепродажного обслуживания и организация их работы может занять длительное время. Команда инженеров должна обладать широким набором знаний, навыками в программировании и базах данных. Чтобы подготовить и обучить такие кадры, может потребоваться от трех месяцев до полугода.

После подготовки персоналу понадобится инструментарий, чтобы эффективно и слаженно работать как с клиентами, так и между собой. Для этого используют комплексные решения help desk — программное обеспечение, позволяющее автоматизировать процессы технической поддержки и обслуживания клиента. Такое ПО содержит и структурирует информацию о клиенте и позволяет комфортно с ним взаимодействовать. Этот инструмент также помогает отслеживать бизнес-процессы и поддерживать их в актуальном состоянии.



Лаборатория нужна для моделирования ситуаций, приводящих к поломке устройств — условий эксплуатации, взаимодействия со сторонним ПО, нагрузке на сеть. Подразделение помогает выявить редкие сбои и найти способы их исправить или обойти.



Какие преимущества дает послепродажное обслуживание

Послепродажный сервис помогает оператору повысить конкурентоспособность и лояльность потребителей, увеличить количество продаж и получить подробные отзывы о своей продукции и услугах.

Отдел послепродажного обслуживания может стать источником дополнительной прибыли за счет пакетов платной техподдержки и послегарантийного обслуживания. Операционные затраты на такой отдел окупаются на 50–100%.

Неочевидную, но большую пользу оператору принесут другие преимущества — узнаваемость бренда, рост продаж и повторных продаж, лояльность клиентов. Пользователь будет доверять оператору, зная, что при поломке устройства или сбое в сервисе проблему исправят в кратчайший срок.

Также абонент должен знать, что его устройство сможет поддерживать современные типы контента в течение следующих 3–5 лет. Если клиент уверен в качестве продукции, то и при покупке или аренде следующего устройства выберет проверенный бренд.

Не менее важно получать обратную связь от клиентов. Если оператор предоставляет послепродажное обслуживание, то он получает подробные и достоверные отчеты о недостатках и преимуществах своего сервиса. В перспективе это позволит компании улучшать сервис, предотвращать ошибки и более точно выстраивать стратегию разработки и реализации последующих поколений продукции и услуг.



Послепродажное обслуживание — комплексный инструмент, позволяющий удерживать клиентов и привлекать повторные продажи. При правильной организации подразделения компания сможет увеличить прибыль, поддерживать постоянный контакт со своими клиентами и эффективно развивать бренд при минимальных операционных затратах.

Над выпуском работали:



◀ *Руководитель проекта*
Игорь Окландер



◀ *Проектный менеджер*
Александр Власенко



◀ *Редактор, автор*
Дарья Пожарская



◀ *Редактор, автор*
Алексей Кузнецов



◀ *Автор*
Анна Новикова



◀ *Дизайнер*
Павел Орещенко



◀ *Дизайнер*
Данил Ткаченко

От редактора

BroadVision — ежеквартальное онлайн-издание от специалистов по маркетингу компании Infomir.

Журнал посвящен IPTV/OTT-индустрии и современным технологиям. Мы рады представить вашему вниманию тринадцатый выпуск издания. Надеемся, что вам нравится читать журнал так же, как и нам работать над ним. Подписывайтесь на рассылку и делитесь номером в социальных сетях — это лучшее подтверждение того, что мы все делаем правильно. Напишите нам, о чем бы вы хотели прочесть в следующем номере BroadVision. Ждем ваши предложения и идеи для статей: broadvision@infomir.com. Давайте расти вместе!

BroadVision

Подписаться



BroadVision

Ваш личный советник в мире IPTV/OTT-бизнеса

