



Ассоциация
победителей
олимпиад

Командное стратегическое московское соревнование — КОСМОС

Весенний сезон, III тур

Задание по экономике

Вам необходимо проанализировать наиболее популярные сервисы онлайн кинотеатров и стриминговых сервисов (и там, и там есть эксклюзивные материалы, куда можно будет включить репортажи) и предложить наиболее удобный для потребителя интерфейс, позаботиться о системе защиты авторских прав, продумать, как сделать сервис удобнее для потребителей для популяризации сервиса.

Полезная информация для решения доступна [по ссылке](#).

Пример лучшего решения

Клиентский опыт и путь на сайте:

Путь клиента на сайте зависит от того, с какой целью он пришёл на данный сайт. Вверху сайта он выбирает одно из 4х направлений (кино и сериалы, спорт, детям, ТВ каналы). Следующий шаг клиента, это закрыть вопрос «Какой фильм для просмотра мне выбрать? » Окко предоставляет для этого огромную библиотеку со всём контентом. Далее на основе своих интересов он определяется с выбором. И последней стадией является покупка подписки для просмотра. Сам интерфейс основных сценариев достаточно удобен и прост для использования на любой версии сайт (мобильной и компьютерной). Из недостающих функций: нет выбора подписки при переходе на определённый фильм (Потребитель заходит выбрать фильм, переходит по интересующему, хочет его приобрести, но нет «пакетов»подписок внизу, т.е. потребитель изначально не может рассчитать примерную цену) Также можно было бы добавить клик на сам значок «Окко» Чтобы потребитель мог ознакомиться с сервисом, что это, когда было создано и тд.

Ценообразование:

Стоит использовать модель монетизации SVoD/TVoD/EST

Продукт для клиента должен стоить из расчёта всей ЦА продукта и её дохода. Для нашего случая, тк основной род деятельности : специалисты, рабочие, служащие (на основе таблицы данных) , средний доход ≈ 70.000 , то цена средней подписки должна составлять ≈ 800 р. Стоит использовать 2 набора ценовых опций, «обычную» подписку и премиум. Поскольку когда выбора больше 2х, потребитель теряется в выборе и не знает, что ему купить,

соответственно, он не покупает ничего. Когда вариантов 2 : обычный и премиум, конверсия в подписку больше. Также, как отдельную подписку можно включить Семейные подписки. Внедрить их можно с каким то бонусом, на переход на эту подписку. То есть давать кэшбэк от банка (в нашем случае Сбер) . Поскольку это семья, то основная потребность будет сэкономить и при этом получить выгоду.

Вовлечение и активация пользователей:

Чтобы увеличить Активность существующих пользователей видео-сервисов можно устроить конкурсную неделю. Например, за отснятый оригинальный ролик на тему последнего нашумевшего фильма в соцсети и отметкой профиля, разыгрывать годовую подписку на кино сервис или продление уже существующей подписки.

Из персонализации сервиса стоит использовать приветственные сообщения. «Оттекающих» пользователей можно заинтересовать новыми выгодными для них пакетами или пополнением библиотеки контентом по их интересам