1. **Название организации:**

* ЗАО «Национальная спутниковая компания»

1. **Основная сфера деятельности:**
   * Многоканальное цифровое спутниковое телевидение

1. **Сопутствующие сферы деятельности:**
   * Дополнительные сервисы: «Триколор ТВ-Почта», «Триколор ТВ-Газета», «Триколор ТВ-Чат», «Кинозалы Триколор ТВ» и др.
2. **Тип требуемого видеоконтента:**

* Программы передач: документальные, художественные, анимационные, графические.

1. **Основная идея канала:**

* знакомство с новыми сервисами, обучение, повышение лояльности потенциальной и целевой аудиторий, самоидентификация, сопоставление зрителя и «Триколор ТВ», как единого целого.

1. **Регулярность обновления телепрограмм:**
   * Обучающие видеоролики – первый пул, потом при появлении сервиса
   * Имиджевые видеоролики - первый пул, потом по необходимости
2. **Основные цели и задачи видеоконтента:**

* Популяризация новых услуг Организация онлайн-продаж услуг компании и комплектов оборудования для просмотра «Триколор ТВ»:

Лёгкая, ироничная подача новой информации с целью привлечения внимания к услуге таким образом, чтобы не было отторжения из-за видимой сложности и недоступности: «новое, не значит сложное, делаем новое - понятным». Переносим идею нужности и заинтересованности каждого в предлагаемом продукте.

* Обучение

Современная, простая форма подачи. Без занудства и штампов. Максимально понятно и очевидно. Основной смысл - ответы на вопросы: Что предлагаем? Как получить? Научить правильно пользоваться сервисами.

* Представление предлагаемых услуг

Необходима реклама и правильно позиционированное представление наших основных услуг: «Базовый», «Оптимум», «Супер-Оптимум», «Ночной», «Наш футбол», пакет телеканалов в формате HD вещания, наглядная пропаганда закрытого контента.

1. **Основная аудитория канала:** 
   * Существующие абоненты
   * Дилеры компании

1. **Ожидаемое поведение телезрителя канала:**

* внимательное изучение размещенного контента
* получение ответов на все вопросы посредством просмотра видеоинструкций
* получение полной информации о деятельности компании, предоставляемых услугах
* самоидентификация, сопоставление зрителя и «Триколор ТВ», как единого – это построение концепции программ таким образом, что «Триколор ТВ» – это «всё, что может быть интересно каждому»

1. **Предполагаемый объем видеоконтента:**

* 10 инструкций

1. **Стилевое оформление:**

* В соответствии с существующим фирменным стилем компании
* В соответствии с задачами видеоконтента
* Предложения по корректировке отдельных видов представления информации приветствуются

1. **Стилевые решения**

* Возможно использование оригинальной подачи информации
* Обязательно элементы обучения (для инструкций)

1. **Техника исполнения:**

* Видеоролики 2D, 3D графика, «документальное» кино

1. **Основной ориентир (уровень производимого контента):**

* «Sky» <http://www.sky.com/>

1. **Характеристики товаров и услуг** 
   * Территория предоставления услуг ограничена зоной покрытия сигнала спутников Eutelsat W4 и W7 («Триколор ТВ») и Бонум-1 («Триколор ТВ-Сибирь»).
   * Требуется приобретение специального приёмного оборудования (спутниковый цифровой ресивер). Предоставление услуг гарантировано только при использовании рекомендованного приёмного оборудования.
2. **Преимущества перед конкурентами** 
   * Полноценный доступ к многоканальному телевидению при отсутствии альтернативы (нет эфирного ТВ либо на эфирную антенну принимается малое количество каналов)
   * Минимальная стоимость услуг
   * Качество телевизионного сигнала (отсутствие помех и искажений)
   * Большой выбор телеканалов для каждого члена семьи (жанровое разнообразие)
   * Простота подключения («доступность по звонку»)
   * Эмоциональные преимущества для пользователей:
     1. Новый (лучший) уровень жизни
     2. Чувствовать себя «не хуже других»; «всё как у людей»
     3. Статус «продвинутого телезрителя» (современного, телезрителя «цифровой эры»)
     4. Удовлетворение от «я не переплатил» (умный покупатель)
     5. Привычный уровень комфорта на загородном отдыхе
3. **Поводы покупки** 
   * «У соседа уже стоит» - появление «тарелок» на соседних домах провоцирует «не отставать»
   * Дачный сезон
   * Переезд на новую квартиру, в новый дом; ремонт (обустройство жизненного пространства)
   * Увеличение доходов семьи
   * Подарок на праздники (Новый год), значимые события (юбилей, новоселье), корпоративный подарок (лучшему сотруднику)
   * Изменение социального статуса, ведущее к изменению образа жизни (рождение ребёнка; женитьба/замужество; выход на пенсию)
   * Появление востребованного телеканала / услуги
4. **Уровень цен по отношению к аналогам на рынке** 
   * стоимость «входа» (приёмного оборудования) для пользователя сопоставима либо выше, чем у конкурентов.
   * стоимость услуг в разы ниже, чем у конкурентов (политика компании-дискаунтера)

* Предложение «Триколор ТВ» является уникальным на рынке и не имеет аналогов

1. **Контактная информация:**

* Полина Васильева
* Контактный телефон: +7 (812) 332 68 68 (404)
* E-mail: [Polina@tricolor.tv](mailto:Polina@tricolor.tv)

1. **Дополнительная информация**
   * Цели компании в 2012 году:
     1. увеличение продаж в 1,7 раза
     2. увеличение узнаваемости марки (до максимально достижимого уровня; ЦА задана как «всё русскоговорящее население России в возрасте от 18 лет»)