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
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»)