



# NETPROTECT

## Telco e ISP

Diversificación de ingresos con servicios de ciberseguridad más allá del negocio principal

Guía

Progress. Protected.

## Resumen informativo

Los operadores de redes móviles y de redes móviles virtuales, así como los proveedores de servicios de Internet, se enfrentan hoy en día a numerosos retos. El valor de los principales mercados de telecomunicaciones e ISP se está reduciendo con el tiempo y sus clientes esperan innovaciones continuas que aporten más valor a sus tarifas móviles y fijas, mayores velocidades de Internet, más volúmenes de datos y beneficios adicionales como parte de la cartera de productos de las empresas.

Estos aspectos influyen en el valor medio por usuario (también conocido como ARPU). El mercado es cada vez más competitivo con cada nueva empresa que entra en él, ofreciendo precios agresivos y motivando a los clientes finales a cambiar sus productos actuales por soluciones más baratas mediante actividades de televenta y grandes ventajas de convergencia para los clientes finales.

Además de todo lo anterior, la época posterior a la crisis de 1929 ha provocado un aumento de los costes imprevistos para las empresas de telecomunicaciones e ISP, mientras que, por otra parte, es aún más difícil atraer a los clientes finales para una cartera de gama alta, debido a la incertidumbre de las circunstancias, los cambios que afectan a la movilidad local e internacional de los abonados y el hecho de que las visitas a los puntos de venta están siendo rápidamente sustituidas por un cambio hacia las compras online. Estos y otros muchos retos afrontan los ORM, MVNOs e ISPs se ven magnificados por las expectativas de los accionistas de los mayores grupos Telco ISP de un aumento anual de sus resultados financieros y comerciales.

# Estrategia y directrices específicas para los responsables de producto

Los responsables de producto suelen tener muchas opciones a la hora de elegir el producto adecuado que pueda ayudar a su empresa Telco ISP a crecer en la facturación, el EBITDA y el aumento del ARPU. Al mismo tiempo, los operadores de redes móviles y móviles virtuales (OMR y OMV) están pasando de vender productos de telecomunicaciones a particulares a venderlos a hogares, de servicios de prepago a servicios de pospago, de llamadas de voz móviles a llamadas de voz ilimitadas, de cuotas de mensajería a ofertas de datos móviles, y de DSL a opciones de fibra y FWA.

Aunque el crecimiento de los ingresos de los productos y servicios básicos de las redes móviles y fijas plantea muchos retos, los servicios que van más allá de los básicos son la opción más adecuada para ayudar a crecer a las empresas de telecomunicaciones e ISP. Normalmente, los OMR, OMV y fijos han tenido múltiples posibilidades de servicios de valor añadido para combinar con sus ofertas básicas. Los ingresos de la seguridad y la nube están creciendo significativamente. Los juegos son una novedad prometedora, sobre todo a medida que se trasladan a los móviles. Los servicios financieros están experimentando un nuevo interés, con el lanzamiento de nuevos servicios. Según el estudio anual de la GSMA de 2021 sobre la diversificación de los ingresos de los operadores, las soluciones de ciberseguridad parecen estar entre las dos principales áreas de crecimiento.

Los responsables de producto suelen tener que centrarse no únicamente en disponer de ofertas de producto atractivas con un alto potencial de crecimiento, sino también en comprender los demás aspectos para el éxito del producto, como la facilidad de venta del mismo al cliente final, la facilidad de uso y su potencial para convertirse en una fuente de ingresos nueva y sostenible. Mientras que los servicios básicos más complejos se están convirtiendo en las principales prioridades de las empresas de telecomunicaciones e ISP (proveedores de servicios de Internet), las comisiones para el personal de ventas, la duración media del discurso de ventas y la tasa media de éxito y necesidad de asistencia postventa son los parámetros importantes a la hora de considerar nuevos productos.

# Detalles técnicos e impacto en redes móviles o fijas para arquitectos de redes

El volumen de inversiones en nuevas implementaciones de redes móviles 5G y LTE y redes fijas de fibra y FWA 5G aumenta con el tiempo. Por lo tanto, también es importante seguir teniendo en cuenta el rendimiento de la red, la calidad del servicio y disponer de planes para evitar que se produzcan imprevistos en las redes. Mientras que las normativas sobre privacidad de datos especifican cómo deben recopilarse, almacenarse y compartirse los datos con terceros, las empresas Telco e ISP y sus arquitectos de soluciones de red deben elegir si dan prioridad a una solución de producto basada en la nube o se decantan por una solución en local.

Hoy en día, no todos los proveedores de ciberseguridad están preparados para permitir a las empresas de telecomunicaciones e ISP elegir entre estas dos soluciones. Aunque en el caso de los productos de ciberseguridad basados en la red también hay soluciones y funciones disponibles en el mercado claramente diferentes (por ejemplo, la posible creación y gestión de listas blancas y negras personalizadas), es muy importante buscar soluciones que permitan incluso a los múltiples millones de abonados activos ajustar sus funciones de listas blancas y negras sin riesgo para el rendimiento de la red móvil o fija.

# Estrategias Gozmarket para responsables de innovación y experiencia en el servicio al cliente

Aunque hay muchas posibilidades de ofrecer un nuevo producto junto con una aplicación específica para smartphones, la ayuda para su instalación o activación puede ser el punto más delicado del proceso. Teniendo en cuenta el potencial de crecimiento, las empresas de telecomunicaciones e ISP también deberían considerar la oferta de productos fuera de los principales puntos de venta, por ejemplo, campañas de venta directa, donde los productos basados en redes de ciberseguridad permiten a las empresas de telecomunicaciones e ISP integrarlos en su arquitectura y CRM. Dirigir una campaña a través de SMS, MMS, Viber, WhatsApp o canales de distribución de correo electrónico puede impulsar una alta aceptación del servicio y un crecimiento vertiginoso de los ingresos de una nueva oferta de producto, pero no requiere un esfuerzo significativo por parte de las empresas de telecomunicaciones e ISP, excepto en la creación de grupos específicos a partir de una cartera de clientes y el ajuste del texto para mejorar las tasas de adopción con el tiempo.

Para los responsables de innovación y experiencia del cliente, es esencial estar preparados para colaborar con proveedores bien consolidados y preparados para dar soporte a solicitudes L2 Y L3, incluso para millones de abonados activos. Aunque los productos de ciberseguridad basados en la red suelen proteger al usuario final contra las amenazas cuando los dispositivos inteligentes se conectan a Internet a través de la banda ancha móvil, es importante entender que, en el mundo desarrollado, el 70-90% del tráfico de datos consiste en tráfico solo Wi-Fi. Por lo tanto, la banda ancha móvil puede ser solo un caso de uso insignificante, cuando la mayoría de los datos se descargan a través de Wi-Fi públicas y domésticas. Al preparar la comunicación de la solución de ciberseguridad para el usuario final, también es importante tener la opción de proteger al usuario, no solo en los datos móviles, sino también online en cualquier momento en que esté conectado a redes inalámbricas.

Las aplicaciones proxy DNS pueden ser el elemento diferenciador clave para ayudar a aportar valor adicional a las empresas y atraer nuevos clientes de la competencia. Dado que en la época postcovid-19 la enseñanza digital y a distancia se está convirtiendo en algo habitual, los niños pasan mucho tiempo en Internet. Por lo tanto, es importante buscar soluciones que no solo ofrezcan una protección de ciberseguridad estándar, sino que también permitan el filtrado parental de contenidos, para proteger a los niños de contenidos que no sean apropiados para su edad.

# Modelización financiera de las posibles repercusiones de los KPI para los CxO

En las grandes compañías de OMR, OMV e ISP, los directores de marketing, directores generales y directores financieros están viviendo tiempos difíciles para cumplir las expectativas de ingresos continuos, EBITDAaL, ARPU convergente y móvil, aceleración del crecimiento de clientes de FTTH y otros (xDSL, cable, FWA), demandas de aumentos de cobertura 5G, crecimiento interanual de servicios minoristas y otros ingresos, y sólidos resultados comerciales con adiciones netas de contratos móviles y banda ancha fija (FBB, FTTH). Con nuevos servicios más allá de la oferta básica, existen nuevas posibilidades de diversificación de los ingresos, así como de creación de fuentes de ingresos totalmente nuevas y sostenibles.

Como muestra una investigación reciente, mientras que los servicios básicos apenas crecen en la mayoría de los mercados de Telco e ISP, los nuevos servicios adicionales son capaces de lograr un crecimiento de los ingresos, habiendo alcanzado el 24% de los ingresos totales en 2020 para los operadores analizados, con los mercados que han alcanzado mayor crecimiento llegando hasta el 41% de los ingresos totales. La ciberseguridad y los servicios en la nube se muestran como los dos servicios principales capaces de ofrecer un crecimiento alcanzable. Los servicios de ciberseguridad basados en la red también son capaces de alcanzar tasas de adopción altísimas con un crecimiento porcentual de dos dígitos de la base total de clientes de Telco e ISP, con opciones de pago mensual y una baja tasa de rotación que se convierten en una fuente importante para un flujo de ingresos grande, nuevo y sostenible. Aunque los clientes de banda ancha móvil y fija ya pagan mensualmente por sus servicios básicos de telecomunicaciones, se espera que estén dispuestos a pagar hasta un 33% más por servicios de valor añadido, relacionados con sus casos de uso. Unas tasas de adopción de dos dígitos y un ARPU y ARPO hasta un 33% más elevados, junto con una facturación mensual, son hoy en día la clave para alcanzar con éxito los objetivos financieros y transaccionales de los accionistas y crear un mercado de servicios de valor añadido.

**eset**<sup>®</sup>  
**NETPROTECT**

### **CÓMO BENEFICIARÁ A TU EMPRESA**



Fácil de integrar



Flexibilidad en la concesión de licencias y la facturación



Plazos de comercialización cortos



Cumplimiento del GDPR



Colaboración con un distribuidor de ciberseguridad galardonado



Tanto en la nube como en local

### **CÓMO BENEFICIARÁ A TUS CLIENTES**



Seguridad en un clic



Protección 24/7 en todos los dispositivos



Sin limitación de hardware



Sin mantenimiento ni instalación



Funciones y ajustes personalizables



Protección de menores en Internet





NETPROTECT