

МЕГАФОН

Будущее зависит от тебя

Рынок

Мобильная связь давно стала не только удобным средством общения для миллионов людей, но также действенным инструментом бизнеса, который расширяет возможности посредством применения новых технологий и позволяет принимать оперативные решения.

К 2004 г. по данным ассоциации GSM и информационно-аналитического агентства «Сотовик» мировая абонентская база сотовых операторов составила почти 1,7 млрд. абонентов. За 2004 г. эта цифра увеличилась еще на 320 млн., что превысило прирост 2003 г. на 23,4%.

В России рынок мобильной связи развивается еще более стремительно. Так, число абонентов отечественных операторов мобильной телефонной связи только за первую половину 2005 г. увеличилось на 12,1 млн., достигнув к концу июня рекордной цифры 97,6 млн. Причем объем прироста абонентских баз во втором квартале года составил 104% от аналогичных данных по первому кварталу. При этом наблюдается определенная тенденция увеличения доли региональных рынков, средний темп роста которых составлял в 2005 г. 2% в квартал. В долгосрочной перспективе, по оценкам специалистов, региональный сегмент будет составлять порядка 80% всего российского рынка сотовой связи.

На рынке мобильной связи России «МегаФон» по праву считается самой динамично развивающейся компанией: если в 2003 г. число абонентов «МегаФон» составляло 5 млн. человек, то к концу 2004 г. эта цифра достигла уже 10 млн., а в сентябре 2005 г. превысила 20 млн.

Достижения

Узнаваемость бренда «МегаФон» в России практически достигла 100%. Как считают в самой компании, это стало возможным прежде всего благодаря комплексному подходу к ведению бизнеса. «МегаФон» востребован, потому что эта торговая марка в сознании потребителей прочно ассоциируется с новыми технологиями и постоянными инновациями, с гибкими тарифами и прозрачными схемами оплаты.

Грамотный, инновационный маркетинг и оригинальные рекламные кампании также способствуют формированию положительного имиджа компании и продвижению торговой марки «МегаФон» на рынке. И, разумеется, очевидный плюс «МегаФон» – лицензионное покрытие всей территории Российской Федерации.

Именно поэтому «МегаФон» все чаще выбирают профессионалы телекоммуникационной отрасли. В 2005 г. корпоративным абонентом «МегаФон» стал «Ростелеком» – национальный оператор дальней связи Российской Федерации. Генеральный директор компании «Соник Дуо», московского подразделения «МегаФон», Игорь Парфенов уверен, что «это лучшее свидетельство того, что наша сеть в Московском регионе стала зрелой и качественной».

Стоит напомнить, что «МегаФон» первым предложил такие передовые разработки, как услуги MMS, прием телепередач на мобильный телефон, автоматический определитель

местоположения абонента (АОП) и многое другое. Традиционно многие интересные мобильные новинки впервые появляются именно в «МегаФоне». А это значит, что компания стремится не только к росту количественных показателей, но и к постоянному совершенствованию качества сервиса, расширению спектра предоставляемых услуг.

В 2005 г. «МегаФон» внедрил технологию EDGE, благодаря которой в ходе независимых тестов «Мобильный мегаполис», организованного информационно-аналитическим агентством «Мобильный Форум», сеть «МегаФон» показала лучшие среди GSM-операторов результаты работы мобильного Интернета.

В ноябре 2005 г. «МегаФон» вывел на российский рынок свой новый сервис – WAP-портал «МегаФон PRO», предоставляющий абонентам ряд уникальных, ранее недоступных возможностей. Теперь абоненты могут получать оперативную информацию о погоде, курсах валют и т.п. с помощью постоянно обновляемых данных на главной странице WAP-портала и в его разделах, персонализировать WAP-портал, воспользовавшись одним из предусмотренных профилей в зависимости от региона проживания



и стили жизни. Также возможно настроить свой собственный профиль.

Одна из последних новинок – совместная кредитная карта «МегаФон-Ситибанк» системы MasterCard, созданная для абонентов мобильной сети «МегаФон-Москва», – на конференции MasterCard Europe в Будапеште получила престижную международную награду: ее выпуск назван «Лучшим Ко-брендинговым проектом 2004/2005».

Среди неоспоримых преимуществ сети «МегаФон», которые привлекают корпоративных клиентов, – справедливые тарифы, новые технологии и роуминг по всему миру: абонентов «МегаФон» обслуживают более 380 ведущих операторов в 190 странах мира. Среди предложений «МегаФон» есть и такое: стоимость разговора больше не зависит от расстояния. Звонки на другой континент стоят столько же, сколько местные. Тарифные инновации «МегаФон» уже не раз оценивались экспертами по достоинству. Компания стала обладателем нескольких престижных наград «Предложение года».



История

Историческим в судьбе торговой марки «МегаФон» можно считать 2001 г. Тогда российские «Телекоминвест» и ЦТ «Мобайл», а также финская Sonera и шведская Telia объявили о создании единого общероссийского оператора. Годом позже, в 2002-м, ЗАО «Северо-Западный GSM» объединилось в рамках одной торговой марки с закрытыми акционерными обществами «Соник Дуо» (Москва), «Мобиком-Кавказ», «Мобиком-Центр», «Мобиком-Новосибирск», «Мобиком-Хабаровск», «Мобиком-Киров», «Волжский GSM», «Уральский Джи Эс Эм» и ОАО «МСС-Поволжье». Так на российском рынке появился «МегаФон» – первый общероссийский оператор мобильной связи стандарта GSM 900/1800.

Продукт

Корпоративные программы ОАО «МегаФон» направлены на оптимизацию расходов корпоративных клиентов при сохранении высоких стандартов качества связи и сервиса.

Корпоративным абонентом «МегаФон» может стать любое предприятие. При этом клиенты получают не просто качественную связь, но и доступ к множеству бизнес-услуг.

Для крупных корпоративных клиентов «МегаФон» предоставляет возможность воспользоваться уникальным федеральным предложением. Его суть в том, что компания получает статус федерального корпоративного клиента и обслуживается на единых условиях по всей России. Предложение действует как для уже существующих, так и для потенциальных клиентов.

Более того, все корпоративные и так называемые «ключевые корпоративные» клиенты автоматически становятся VIP-клиентами «МегаФон», которым предоставляется эксклюзивный сервис, включая обслуживание в отдельном офисе, персонального менеджера по телефонным системам и услуги круглосуточного «Контакт-центра».

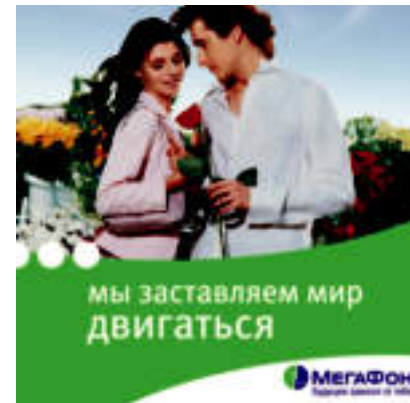
Такой вид сервиса, как SMS-сообщения, уже давно стал удобным и недорогим инструментом современного бизнеса. Отвечая на запросы рынка, «МегаФон» предлагает различные SMS-сервисы. Для совершенствования

внутрипроизводственной связи «МегаФон» рекомендует инновационную услугу «Интра-Текст». Подключившись к услуге, можно отправлять SMS-сообщения любому сотруднику предприятия или осуществлять групповую рассылку с персонального компьютера.

Услуга «Интра-Сеть» незаменима для тех, кто хочет создать в своей компании частную сеть, объединяющую мобильные и фиксированные телефоны, в том числе в разных странах мира. Это позволяет оптимизировать расходы на связь и создать специальные шлюзы для междугородной и международной связи.

Возможности конфиденциальной сотовой связи от «МегаФон» представляют интерес и для органов государственной власти, и для коммерческих абонентов, заботящихся о сохранности конфиденциальной информации. Этот уникальный сервис обеспечивает дополнительное шифрование речи с гарантированной степенью защиты на всем протяжении соединения.

Таким образом, корпоративные предложения от «МегаФон» нацелены на минимизацию деловых расходов без сокращения делового общения. Бесплатные входящие с мобильных, низкая стоимость звонков внутри групп, выгодный роуминг, персонализированное обслуживание, круглосуточная поддержка – все это привлекает как крупные, так и небольшие



компания. Неудивительно, что сегодня клиентами «МегаФон» являются такие известные предприятия, как «Ростелеком», «Почта России», пивоваренная компания «Балтика», производитель прохладительных напитков Coca-Cola, а также многочисленные банки, предприятия, государственные и коммерческие организации. И этот список постоянно пополняется.

Перспективные разработки

«МегаФон» постоянно расширяет географию и спектр услуг. Предлагать продуманные, инновационные решения, не только отвечающие требованиям времени, но и работающие на опережение – таковы отличительные особенности стратегии компании.

В июле 2005 г. завершился переход «МегаФон» на единую информационно-биллинговую систему Peter-Service BIS на всей территории действия сети, что позволило компании обеспечить эффективное функционирование единых федеральных предложений и легко наращивать мощности в будущем.

В своих коммерческих предложениях «МегаФон» не ограничивается предоставлением стандартного набора услуг. В сотрудничестве с диспетчерской системой WebLocator предлагает своим клиентам уникальный сервис – выделенный доступ через GPRS, позволяющий определить точное местонахождение любого автомобиля, подключенного к системе. Такое предложение будет интересно не только частным владельцам, но и предприятиям

со своим автопарком. Они смогут контролировать передвижение своих автотранспортных средств в Москве и в Московской области, а в ближайшем будущем – на всей территории России и Восточной Европы.

Специально для компаний с большой клиентской базой «МегаФон» предлагает подключение новой услуги Voice b2b. Она предназначена для оперативного взаимодействия сотрудников компании с клиентами, которые смогут обращаться в справочную службу по выделенному короткому номеру с мобильных телефонов. Преимущество Voice b2b – легко запоминающийся номер, новый канал предоставления информации о товарах и услугах, возможность предложить клиенту бесплатную консультацию. В «МегаФон» уверены, что Voice b2b станет мощным инструментом в деле привлечения новых клиентов и удержания существующих. Особенно актуальной эта услуга будет для таких видов бизнеса, как заказ товаров и услуг, предоставление различного рода консультаций и налаживание обратной связи – оперативное получение отзывов, рекламаций и предложений от клиентов.

Продвижение

«МегаФон» – это яркий пример серьезного и высокопрофессионального подхода к продвижению бренда на рынке. Рекламные кампании бренда проходят на всей территории России. При этом используются все возможности современных маркетинговых коммуникаций, включая телевидение, наружную рекламу, прессу, радио и Интернет, что обеспечивает охват всех категорий населения и максимальное повышение ответственности рекламы.

Рекламные кампании торговой марки «МегаФон» отличаются своим, неповторимым стилем. Основной слоган компании с 2003 г. – «МегаФон. Будущее зависит от тебя». Эта фраза в сочетании с сюжетами роликов задает романтически-оптимистический и одновременно деловой настрой. Оригинальные методы продвижения услуг «МегаФон» были отмечены газетой The Wall Street Journal Europe и другими авторитетными российскими и зарубежными изданиями.



«МегаФон» постоянно организует различного рода промо-акции, которые позволяют компании участвовать в социальной жизни страны, способствуют укреплению имиджа марки и стимулируют абонентов к пользованию новыми услугами.

Оригинальными проектами торговой марки «МегаФон» стали необычные и запоминающиеся фотосессии в журналах, установка базовых станций на рекламных щитах, перекрашивание черно-белых газет в фирменный зеленый цвет бренда «МегаФон».

У «МегаФон» всегда есть наготове новые смелые идеи, которые, несомненно, будут способствовать еще более успешному продвижению бренда на российский рынок.

Ценности бренда

Максимальное удовлетворение запросов клиентов, соблюдение принципов добросовестной конкуренции и информационная открытость – вот три краеугольных камня политики компании, на которых с самого начала строилась деятельность ОАО «МегаФон» – одного из ведущих операторов мобильной телефонной связи России. По прошествии четырех лет с момента рождения бренда можно констатировать тот факт, что компании удалось завоевать доверие всех категорий потребителей, включая самый сложный – корпоративный сектор. Это стало возможным благодаря



широчайшему спектру услуг, который «МегаФон» предлагает своим клиентам, и использованию самых передовых технологий в области мобильной связи и работы с информацией.

С самого начала своей деятельности «МегаФон» позиционировался на рынке как молодая, динамичная компания, готовая к нестандартным решениям в ведении бизнеса. Такая политика в сочетании с использованием технических инноваций и гибкими тарифами позволила добиться ошеломляющего успеха. Можно утверждать, что «МегаФон» сделал мобильную связь доступной для всех, сломал бытовые стереотипы о приоритете столицы над регионами и за короткий срок превратился в практически 100-процентно узнаваемый общероссийский бренд.

Передовые услуги мобильной связи, которые предлагает ведущий общероссийский оператор сотовой связи, делают жизнь яркой, насыщенной и соответствующей современному ритму. Торговая марка «МегаФон» – уже не просто символ качественной мобильной связи, это нацеленность на жизненный успех, что играет мощную положительную роль в дальнейшем продвижении бренда на рынке.

<http://megafon.ru>
www.megafonmoscow.ru

ТО, ЧЕГО ВЫ НЕ ЗНАЛИ О БРЭНДЕ

МегаФон

Каждые несколько секунд к московской сети «МегаФон» подключается новый абонент, в 2005 г. общее число пользователей «МегаФон» в столице достигнет 3 млн.

«МегаФон» осуществил первый в Восточной Европе видеозвонок: разговор состоялся между Москвой и Санкт-Петербургом в рамках тестовой зоны 3G.

В июне 2005 г. «МегаФон» объявил об успешных переговорах и подписании договоров с крупными международными финансовыми институтами: \$541,5 млн. будут потрачены для развития сетевой инфраструктуры компании в России.