

Ваагн МАРТИРОСЯН: «Мы всегда работали и продолжаем работать на опережение потребностей наших реальных и потенциальных абонентов»

Интервью с генеральным
директором
ОАО «ЦентрТелеком»

– Какие основные требования предъявляет сегодня телекоммуникационный рынок к ЦентрТелекому?

– Самое главное требование – постоянное развитие: от непрерывного расширения набора услуг и их пакетов до внедрения новых технологических схем предоставления сервисов. И все это на основе грамотно отстроенной маркетинговой информационной системы.

Мы всегда работали и продолжаем работать на опережение потребностей наших реальных и потенциальных абонентов. Сегодня ЦентрТелеком предоставляет большое количество современных телекоммуникационных продуктов для частных пользователей. По большому счету, мы уже реализовали концепцию Triple Play – одновременную передачу данных, голоса и видео. ОАО «ЦентрТелеком» активно реализует другие «коробочные» предложения, например «Интернет + IP TV», которые пользуются заслуженным успехом у абонентов компании. И сейчас перед нами стоит задача представить жителям Центра России «коробочный» продукт, который бы объединил все три составляющие услуг Triple Play. В разработке целый ряд довольно интересных «коробочных» продуктов, вплоть до «домашнего цифрового центра», где в одном устройстве будут собраны все возможности нашей сети, необходимые частному пользователю, начиная от доступа в Интернет и IP TV и заканчивая системой онлайн видеонаблюдения.

– Насколько динамично развивается услуга интерактивного телевидения на



базе технологии IP TV? Какие дополнительные сервисы планируете развернуть на ее основе?

– Что касается услуги IP TV, то сегодня мы уже распространили этот сервис на всей территории ЦФО. На данный момент количество абонентов интерактивного телевидения составляет примерно 6 тыс. абонентов. К концу года планируем довести этот показатель до 40 тыс., что, по нашим расчетам, вполне реальная задача. В начале апреля нами была запущена еще одна услуга из серии IP TV – «Телевидение на компьютере». На мой взгляд, это довольно серьезное нововведение, способное формировать будущий спрос на интернет-ТВ. Интерактивное телевидение высокого качества на домашнем компьютере – это технология будущего, способная завоевать широчайшие пользовательские сегменты.

В мае 2010 г. планируем начать коммерческое предоставление услуг xPVR (private video recording), позволяющих расширить

областных центрах, однако отток абонентов на новое технологическое решение позволяет нам освобождать порты ADSL и перебрасывать их в другие населенные пункты, расширяя тем самым возможности по подключению наших абонентов, скажем, в деревнях.

Поэтому нам пришла идея разделить бренд «Домолинк» на суббренды в зависимости от предлагаемого вида услуг. Причем разделение услуг происходило не по техническим характеристикам, а по их потребительским свойствам. «Домолинк UNO» – доступный Интернет по невысоким ценам, позволяющий выполнять в Сети необходимый повседневный набор действий, таких как использование электронной почты, чтение новостей, общение в социальных сетях. «Домолинк NEO» – высокоскоростной Интернет для полноценного использования всех возможностей глобальной сети, от скачивания больших объемов трафика, до общения в видеоча-

контента – вот та задача, которую призван решить медиапортал.

– Насколько успешно удается Центру Телекому конкурировать в борьбе за корпоративного клиента? Какие услуги пользуются наибольшим спросом? Меняется ли «структура потребления» ваших услуг?

– Еще пару лет назад направление работы с корпоративными клиентами у нас было практически не развито. Во-первых, набор предлагаемых услуг был довольно ограниченным. Во-вторых, отсутствовали процедуры и, как следствие, сама система разработки и сопровождения пользовательских проектов.

Сегодня перечень продуктов для корпоративных клиентов не просто расширен до определенного набора сервисов. На основе возможностей нашей сети мы можем предложить корпоративному клиенту готовые телекоммуникационные решения для любых производственных задач, начиная с уже традиционных сетей VPN и заканчивая «коробочными» решениями для всех категорий бизнеса, среди которых и «Виртуальные АТС», и готовые решения для организации call-центров, и наборы услуг класса Fixed to Mobile Convergence (FMC).

Кроме того, мы оптимизировали и упростили сами подходы к работе с бизнес-клиентами. Значительно сократили сроки согласования каждого пользовательского проекта, отдали часть полномочий по принятию решений руководству филиалов. Теперь решение об инвестировании проектов, не превышающих определенной стоимости, может приниматься на уровне директоров филиалов и доходить до генеральной дирекции только в уведомительном порядке.

В итоге к концу 2009 г. у нас было уже примерно 250 пользовательских проектов для представителей бизнеса против 20 в 2007 г. А только в I квартале нынешнего года их насчитывается уже более двух сотен.

Все, что нам осталось сделать, – это наработать базу типовых решений и распространить ее по всем филиалам с целью ускорить и упростить процесс реализации проектов для всех его участников.

– За последние годы ОАО «Центр Телеком» приняло участие в нескольких крупных государственных проектах, таких как подключение школ ЦФО к сети Интернет и внедрение механизма универсального обслуживания. Планирует ли компания принимать участие в подобных проектах в будущем?

В 2009 г. у нас было примерно 250 проектов для представителей бизнеса, а только в I квартале нынешнего года их насчитывается уже более двух сотен.

набор сервисов для абонентов IP TV. В число новых опций войдет заказ записи будущих телепрограмм, отложенный просмотр, перезапуск эфира и др.

– Раз уж речь зашла о частных пользователях, то расскажите, пожалуйста, о недавней кампании по ребрендингу торговой марки «Домолинк».

– Я бы не назвал это ребрендингом в полной мере. Скорее обновлением и сегментированием бренда. Оно было продиктовано именно расширением линейки наших продуктов и услуг. Если четыре года назад, выходя на рынок торговую марку «Домолинк», мы предлагали нашим пользователям только широкополосный Интернет по технологии xDSL, то сегодня в перечень наших услуг входит xDSL2+, FTTx и IP TV. Причем развитию FTTx-технологии мы уделяем особое внимание. На сегодняшний день у нас насчитывается около 52 тыс. абонентов широкополосного FTTx-доступа. Увеличение количества пользователей данной услуги – одна из важных маркетинговых задач. Сейчас подключение FTTx возможно только в

тах. В отдельный суббренд был выделен «Домолинк ТВ», поскольку, как я уже говорил, эту услугу мы будем очень активно развивать.

– Выходит, что основные задачи по развитию услуг для абонентов – физических лиц, это продвижение FTTx и IP TV?

– Плюс развитие и продвижение сетевого контента. Сегодня на разработке в Центре Телекоме находится проект медиапортала для абонентов «Домолинк». Мы создаем сетевую площадку, не только позволяющую управлять услугами провайдера через личный кабинет, но и предоставляющую ряд дополнительных сервисов – от базы фильмов, доступных для скачивания на законных основаниях и с высоким качеством, до возможности создания социальной сети не на базе веб-страниц, а с помощью персональных видеоблогов и видеочатов. Предоставить нашим абонентам весь набор качественных интернет-сервисов с одной площадки в условиях безопасности и постоянного расширения возможностей и

– Безусловно. Для нас участие в государственных программах – не только обязанность как основного оператора связи и не только элемент социальной ответственности компании. Это механизм развития нашей оптико-волоконной сети. В рамках подобных проектов мы сталкиваемся с необходимостью тянуть каналы связи в большое количество отдаленных населенных пунктов, что, в свою очередь, является толчком к развитию телекоммуникационной инфраструктуры связи на этих территориях. Все просто: протягивая кабель для подключения школы к сети Интернет, мы попутно создаем возможность предоставлять эти же услуги и жителям всего населенного пункта. А, значит, делаем дополнительные шаги к ликвидации цифрового неравенства, расширению и распространению наших услуг.

– Расскажите, пожалуйста, подробнее о проектах, связанных с повышением качества обслуживания абонентов. Ведется ли в компании мониторинг уровня удовлетворенности клиентов, и если да, какова его динамика?

– В 2009 г. в рамках программы по повышению качества обслуживания клиентов, в ряде филиалов «ЦентрТелекома» были открыты новые центры продаж и обслуживания клиентов, большинство из которых, благодаря своим характеристикам получили статус «флагманских», т. е. главных в данном регионе. Такие ЦПОКи отвечают всем современным требованиям работы с клиентами, оснащены демонстрационными залами для ознакомления с полным набором услуг компании и обладают всеми средствами для решения любых возникающих у клиента вопросов.

Кроме того, в 2010 г. в ОАО «ЦентрТелеком» принят единый стандарт обслуживания клиентов – официальный документ, регламентирующий все аспекты взаимодействия с абонентами компании, обязательный для соблюдения всеми сотрудниками компании. Это позволит нам обеспечить предоставление гарантированно высокого уровня клиентских сервисов, квалифицированного обслуживания наших абонентов на всей территории зоны обслуживания компании, что является важнейшим фактором клиентоориентированной стратегии любой компании.

Однако одним из основных достижений в этом направлении я считаю создание системы Customer Relationship Management (CRM). Это очень серьезный шаг вперед. Имеется в виду, конечно, не только Единый центр взаимоотношений с клиентами, который в 2009 г. был открыт на базе Липецкого филиала. Я говорю об общей

концептуальной модели работы с клиентами. Сегодня мы формируем единую базу знаний нашей работы с каждым абонентом, которая позволяет осуществлять полный мониторинг всех процессов, контролировать эффективность продаж, формировать список пользовательских ожиданий и на основе этих знаний строить свою дальнейшую маркетинговую стратегию. Это большое достижение и в работе над повышением качества обслуживания наших клиентов, и в формировании самой бизнес-модели ОАО «ЦентрТелеком».

– Как сегодня развиваются внутренние ИТ-проекты? Какие конкретные результаты уже достигнуты?

– В 2009 г. мы одними из первых среди всех МРК «Связьинвест» завершили внедрение ERP-системы на базе Oracle E-Business Suite (OEBС). С ее помощью уже автоматизировали казначейство, бухгалтерскую отчетность, внедрили управленческую систему бюджетного планирования Cognus. Сегодня на базе OEBС мы внедряем систему материально-технического обеспечения и логистики и др.

За последние три года нам удалось автоматизировать процессы сбора и обработки информации о работе всех подразделений компании. Таким образом, мы практически полностью исключили человеческий фактор из процесса сбора и обработки информации, сформировали прозрачную и объективную картину реального положения дел. Это автоматически привело к увеличению эффективности управленческих решений, ведь исправить негативные показатели работы компании можно лишь при условии, что ты видишь эти показатели, если, конечно, на этапе отчетности ничего не было подправлено или преувеличено. Иначе можно бесконечно топтаться на месте.

– Ваша компания традиционно много внимания уделяет сотрудничеству с администрациями областей. Что интересного запланировано в рамках этого сотрудничества на 2010 г.?

– На сегодняшний день совместно с региональными администрациями уже сделано очень много. В рамках заключенных соглашений с губернаторами ряда регионов ЦФО реализуются программы по модернизации телекоммуникационной инфраструктуры этих территорий, намечены контуры долгосрочного сотрудничества и взаимной поддержки в реализации государственных программ и продвижения модели «электронного правительства».

В начале нынешнего года наша дочерняя компания «ЦентрТелеком Сервис»

(ЦТКС) получила статус агента «Ростелекома» по сбору, обработке информации и участию в выполнении работ по реализации ФЦП «Электронная Россия» в 2002–2010 гг. Сегодня ЦТКС занимается созданием региональных порталов государственных услуг, центров обработки данных, разработкой и сдачей в эксплуатацию комплексных ИТ-проектов из серии «Безопасный город» и др.

Одна из самых важных для нас сегодня задач – строительство волоконно-оптических линий связи до каждого населенного пункта в ЦФО России. А для этого нам нужна полная и всесторонняя поддержка региональных властей. Задача эта непростая и довольно амбициозная, но без ее решения невозможна ликвидация существующего сегодня «цифрового разрыва» между городом и селом. Думаю, именно в этом направлении и продолжится наше сотрудничество с региональными властями. Развитие телекоммуникационного сектора – наша общая задача, и от нашей слаженной совместной работы зависят многие факторы ее выполнения.

– Очевидно, не все слои населения, тем более в регионах, полностью осознают весь потенциал современных инфокоммуникаций. Какие шаги предпринимает ЦентрТелеком для исправления этой ситуации?

– Хороший вопрос. Действительно, мало обеспечить полное техническое покрытие телекоммуникационной сетью, недостаточно организовать доступ в Интернет в каждом доме, нужно еще сформировать квалифицированный пользовательский спрос на новые услуги. А на сегодняшний день еще далеко не каждый житель центральных регионов России имеет представление о всех возможностях глобальной сети. В большей части это касается старшего поколения. А ведь именно для пенсионеров Интернет может стать большим помощником в жизни.

Поэтому с марта 2010 г. ОАО «ЦентрТелеком» запустило проект по обучению людей пожилого возраста работе в Интернете под названием «Возраст – Сети не помеха». В рамках проекта на базе всех 15 филиалов компании открыты бесплатные курсы интернет-грамотности для людей старше 50 лет. Спустя два первых месяца можно констатировать огромный интерес со стороны потенциальных участников проекта – запись в новые группы ведется уже на двести месяцев вперед. По предварительным оценкам, до конца 2010 г. мы планируем обучить основам работы в Интернете примерно 5 тыс. пенсионеров. ■