

«Ростелеком» заявил о новом позиционировании и ребрендинге, презентовал новые цифровые сервисы и тарифные линейки, которые учитывают изменение рынка и приоритеты компании

«Ростелеком» представил новые цифровые сервисы и новый бренд

НОВОСТИ КОМПАНИИ

Действующая стратегия «Ростелекома» предусматривает цифровую трансформацию из оператора услуг связи в ИТ-компанию, которая предоставляет цифровые сервисы для людей, бизнеса и государства.

В первом полугодии 2018 года уже более половины выручки компании сформировали цифровые и контентные сервисы — доступ в интернет, платное ТВ, облачные решения и дата-центры, кибербезопасность и др. Внутри компании тоже происходят изменения: созданы команды и центры компетенций по новым цифровым технологиям, включая биометрию, кибербезопасность, интернет вещей, умный дом и другие направления.

«Людям важны не технологии, а то, как с их помощью можно сделать жизнь лучше и комфортнее, — говорит президент «Ростелекома» Михаил Осеевский. — Сейчас для нас в приоритете не просто количество подключений, теперь мы боремся за целые сферы жизни, создавая экосистемы цифровых сервисов, в кото-

рых наш клиент найдет подходящее для себя решение».

Сегодня компания представила несколько новых сервисов и тарифов для разных сегментов.

«Мы предвосхищаем желания клиентов и учитываем их потребности во всех сферах деятельности. Технологические решения «Ростелекома» помогут сделать бизнес эффективнее, а жизнь — комфортнее и безопаснее, — сказал первый вице-президент «Ростелекома» Владимир Кириенко. — Наша новая линейка тарифов и сервисов позволяет собрать пакет услуг как пазл — под нужды конкретной семьи или компании».

Новый сервис — мультимедийная платформа Wink — пополнил экосистему услуг для частных клиентов. Это эволюционный этап развития «Интерактивного ТВ», которое смотрят в миллионах семей по всей стране. Wink в настоящее время объединяет мобильное приложение, web-портал и приложение для Smart TV. На платформе уже представлены более 200 телеканалов, более 12 тыс. фильмов и эпизодов сериалов, а также максимальный набор допол-



нительных сервисов — от паузы и перемотки до «Родительского контроля». В будущем функционал платформы расширится.

Еще одно новое направление в экосистеме — онлайн-образование. Компания запустила платформу «Ростелеком Лицей», задача которой — сделать дополнительное школьное образование качественным, безопасным и доступным. На платформе представлен специально отобранный контент. Персональный куратор поможет выбрать программу развития ребенка и ответит на

любые вопросы родителей. В личном кабинете сервиса можно отслеживать расписание занятий и успеваемость ученика.

В новой тарифной линейке для удобства выбора новые пакеты услуг и тарифы названы исходя из потребностей семьи — «Для интернета», «Для спокойствия», «Для впечатлений», «Для всего», «Игровой».

1 октября «Ростелеком» запустил обновленную платформу для предпринимателей «Быть в плюсе». Она позволяет быстро получить необходимые каждому бизнесу

высокоскоростной интернет и мобильную связь, а также «приплюсовать» дополнительные услуги, такие как виртуальная АТС, SMS-реклама, Wi-Fi, видеонаблюдение или ТВ для бизнеса, со скидкой до 50%.

Изменения в бизнесе компании привели к необходимости обновления позиционирования и брендинга.

«Задача нового бренда — отразить изменение подхода компании к продуктам и клиентам, — подчеркнула директор по маркетингу «Ростелекома» Елена Добротова. — Мы фокусируемся

не на технологиях, а на потребностях людей. Поэтому главными героями нового бренда стали люди и их эмоции. Разнообразие графических решений и цветов помогает нам отразить широту возможностей, которые компания создает для человека, бизнеса и страны. Мы хотим подчеркнуть, что «Ростелеком» становится современной цифровой компанией, способной найти общий язык с каждым клиентом — от геймеров до государственных структур».

Новый визуальный стиль разработан в партнерстве с агентствами Bootleg (группа BBDO) и Saffron Brand Consultants.

«Изменения внутри самого «Ростелекома» требовали перемен во взаимодействии с клиентами и партнерами. Мы рады, что стали частью команды, которая разработала обновленный стиль и коммуникации компании, — отметила управляющий директор Bootleg Екатерина Шенец. — У бренда национальной компании появился новый яркий образ и голос, созданный маркетингом «Ростелекома» совместно с агентствами Saffron и Bootleg».

ДИАЛОГ

Работа ждет вас в ОТП Банке

С 3 по 30 сентября директор дирекции по персоналу и организационному развитию ОТП Банка Наталья Рощина ответила на вопросы читателей сайта www.afanasy.biz. Газета «Афанасий-бизнес» публикует ответы на наиболее актуальные и интересные из них



1. Когда начнется набор персонала в операционный центр?

В настоящее время для сотрудников операционного центра Твери уже открыта временная площадка. Подбор персонала в операционный центр активно идет, на данный момент мы трудоустроили уже более 60 человек. Все сотрудники, работающие сейчас на временной площадке, переедут в новый комфортабельный офис в запланированные сроки.

2. Какие специалисты требуются сейчас в операционный центр?

На текущий момент у нас открыты вакансии в контактном центре, в отделе по работе с просроченной задолженностью, в секторе верификации и анализа данных, в отделе подбора персонала и ряде других подразделений. Мы ищем кандидатов как с опытом, так и без него, но с огромным желанием развиваться в крупной европейской банковской структуре. Пол-

ный список вакансий вы можете посмотреть на сайте otpbank.ru и соответствующих сайтах поиска работы hh.ru, avito.ru и др.

3. Каким критериям необходимо соответствовать, чтобы стать сотрудником вашего контакт-центра? Предполагается ли обучение до начала работы?

Основные наши требования и критерии — это клиентоориентированность, гибкость и умение быстро реагировать на изменения и перестраивать свою работу. Большая часть центра будет заниматься обслуживанием клиентов, поэтому умение и желание выстраивать общение с людьми для нас очень важно. Банк — динамичная структура, в продуктовой линейке и в операционных процессах каждого подразделения происходит много изменений, постоянно появ-

ляются новые продукты, вносятся корректировки в процессы, и, соответственно, навыки работы с большими объемами информации очень пригодятся.

И, конечно же, в любой работе важна ориентация на результат! В операционном центре есть выстроенные программы обучения. В зависимости от направления деятельности они разной продолжительности. Сочетают в себе как теоретическую подготовку, так и отработку знаний на практике. Обучение обязательно оплачивается по ставке должности.

4. Принимаете ли вы на работу студентов экономических факультетов, и на какие позиции они могут рассчитывать?

Банковская и финансовая сфера — это точно интересная индустрия для студентов и выпускников экономических ВУЗов/факультетов. Полученные знания будут полезны как в работе, которая предполагает консультацию по банковским продуктам, так и в подразделениях бэк-офиса, где необходимо осуществлять проводки по операциям и готовить аналитические отчеты.

5. Какие у сотрудников есть перспективы карьерного роста? Есть ли у вас программы обучения/переобучения сотрудников?

Для работы в операционном центре приглашаются кандидаты как без опыта работы, так и

уже состоявшиеся специалисты. Для каждой из категорий сотрудников в банке реализуются программы развития. Это и обучение, направленное на совершенствование знаний в области банковских продуктов и систем, и программы личного развития. В штате операционного центра банка есть большая команда тренеров, которая поможет каждому, кто нацелен на рост и развитие, получить требуемый уровень профессиональной подготовки. А если говорить про перспективы карьерного развития, то ответ прост: у тех кандидатов, которые зарекомендуют себя на первых этапах формирования центра, будет возможность достаточно быстро переходить в верх по карьерной лестнице и в итоге занимать руководящие позиции в центре.

6. Как строится и из чего складывается вознаграждение?

В зависимости от направленной деятельности система оплаты труда складывается в разных пропорциях. На всех позициях без исключения есть конкурентоспособный оклад и возможность влиять на свой размер бонуса. Бонус есть у всех,

но — в зависимости от подразделения — сотрудники получают его с разной периодичностью: на ежемесячной, ежеквартальной или ежегодной основе. Помимо материального стимулирования в операционном центре будут работать и программы нематериальной мотивации, которые будут хорошим инструментом поощрения лучших сотрудников за результаты работы.

7. Планируете ли вы отправлять сотрудников в командировки? Знаю, что у вашего банка европейские корни. Может быть, лучшим сотрудникам будет предложена премия в виде поездки в какой-нибудь европейский офис на экскурсию или стажировку?

В группе есть опыт обмена практиками и сотрудниками. Конечно, предоставляется такая опция только лучшим, кто на своем рабочем месте показывает выдающиеся результаты. Есть ряд сотрудников, работающих на групповых проектах, которые регулярно ездят в поездки. Ну и, конечно, английский язык должен быть на соответствующем уровне.

Ознакомьтесь с вакансиями: www.otpbank.ru

Позвони по телефону: 8-800-301-81-96

Пришли резюме: rabota@otpbank.ru