«Марк» потому, что маркетинг

Августовский путч 1991 года стал отправной точкой для многих событий в нашей стране. Интересно, что именно он в свое время послужил основным толчком для создания крупнейшей в Ижевске коммуникационной компании — «МАРК-ИТТ».

Все дело в том, что именно тогда многие почувствовали трудности в получении информации, а интернет стал самым подходящим и удобным средством для доступа к необходимым сведениям. В те годы появился небывалый спрос на быстрое получение и передачу информации альтернативным путем. Предприимчивые люди увидели в этом возможность хорошо подзаработать. Основали компанию двое программистов — Сергей Катаев, занимающий ныне должность генерального директора, и Александр Ермолаев, директор по развитию. Тогда она занималась наиболее прибыльным в то время бизнесом — торговлей алкоголем, автомобилями и прочими товарами. Вот программисты и решили создать новую ветку своего тогдашнего бизнеса — коммуникационную компанию «МАРК-ИТТ». Со временем «МАРК-ИТТ» выделился из «МАРКА» в отдельное предприятие и пошел своим путем, коим до сих пор идет, вот уже 18 лет.

Просто «Марк»

Почему именно «Марк»? Тут можно придумать много интересных историй, даже добавить романтики, но история названия на самом деле тривиальна: «Марк» — потому что маркетинг — модное тогда слово было, вот оно и стало в усеченном виде названием компании. Правда, в течение последних 18 лет оно не раз преображалось до неузнаваемости. Был период, когда широко раскручивался бренд «Народный Интернет», чтобы подчеркнуть нацеленность компании на обычных людей, на конкретных клиентов – физических лиц. Однако со временем специалисты компании пришли к выводу, что этим названием отпугнули корпоративных клиентов. Чтобы вернуть эту аудитории, было принято решение запустить новый бренд. Так появился «Izhevsk.Net». Как говорит Александр Ермолаев, именно за счет такой перемены удалось не просто вернуть рынок юридических лиц, но и отвоевать на нем хорошую долю. Со всеми этими переменами, первоначальное название оказалось самым живучим, а теперь компания затеяла отбросить непонятные буквы «ИТТ» и стать просто «Марком». Историю этих трех букв сложно проследить. «Изначально ИТТ никак не расшифровывался, - рассказывает Александр Ермолаев. - Это было простым подражанием ITT, которая была на слуху в 90-е годы прошлого века. Позже мы расшифровывали это как Интернет-Телефон-Телевидение, были и другие варианты, но все они не прижились, так что мы решили стать проще и вернулись к названию "Марк".

Борьба за мегабайты

«Сначала я занимался ремонтом компьютеров в Удмуртском государственном университете, - рассказывает Александр Ермолаев. - В 1989-1990 годах многие интересовались связью. Мы пытались создавать сети в рамках университета, используя первые привезенные в Ижевск модемы. О том, что интернет может быть массовой услугой, мы задумались в 1991 году».

25 мая 1992 года было зарегистрировано ТОО "МАРК-ИТТ". Уже через несколько месяцев после основания у «МАРК-ИТТ» появились первые абоненты, число которых постоянно росло. Среди них были в первую очередь физические лица.

В течение следующих четырех лет «МАРК-ИТТ» заключил партнерские договоры на предоставление услуг с такими предприятиями, как «Роспак», «Удмуртнефть», «Сбербанк», «Ижладабанк» (ныне «БыстроБанк»), которые до сих пор являются клиентами компании. В этот же период времени были запущены каналы на Москву, Екатеринбург и Киров.

В конце 1998 года «МАРК-ИТТ» совместно с «Ростелеком» запустил первый наземный цифровой канал с пропускной способностью 2Мбит/сек., который соединил Удмуртию с «внешним миром». Уже с начала 1999 года компания задействовала полосу 512 Кбит/сек., ввела новые цены на услуги и разработала регламент и нормативы пользования сетью. Примерно через год благодаря переходу на оптическое волокно удалось увеличить скорость до 2Мбит/сек., а затем и до 4 Мбит/сек.

В это время конкурентная борьба строилась только между двумя компаниями – «МАРК-ИТТ» и «ВолгаТелеком». Новые игроки стали появляться только в 2004 году.

Основным принципом работы компании всегда было обеспечение оптимального качества для массового клиента, так что и развитие всегда строилось исходя из самых передовых технологий в оказании услуг широкополосного доступа. «Мы всегда изучали зарубежный опыт и особенно глубоко вникали в технологии фирмы Cisco (хотя в последние годы такой привязки уж давно нет, но стоит отметить, что она нам очень помогла в первое десятилетие роста), да и во все новые технологии на рынке, но внедряли только то, что пригодно для массового обслуживания, - рассказывает Александр

Ермолаев. - Всегда развитие шло с оглядкой на конечную услугу, то есть мы всегда понимали, ради каких новых услуг мы приобретаем новое оборудование.

При этом компания развивалась на собственные средства. Дело в том, что Удмуртия не столь инвестиционно привлекательный регион, поэтому вкладчики особо не интересовались. Правда, предложения купить компанию появлялись. Александр Ермолаев смог вспомнить как минимум три попытки. Причины отказа были разные, но так как все они проявлялись в ходе переговоров, комментировать их он не может. Сам «МАРК-ИТТ» покупкой других компаний никогда не интересовался. Разве что ради быстрого запуска кабельного телевидения был приобретен небольшой оператор («Теле+»), правда, сеть его пришлось перестраивать практически полностью.

Битва гигантов

«МАРК-ИТТ» стал действительно самым первым Интернет-провайдером в Ижевске.

Однако в начале своего пути не раз возникали сложности в отношениях с конкурентом на коммуникационном рынке — «ВолгаТелекомом» (тогда — «Удмурттелеком»). Для интернета приходилось использовать телефонные линии «Удмурттелекома» — тогдашнего монополиста, унаследовавшего свое хозяйство с советских времен. Однако позднее компании надоело, по сути, вкладываться в развитие своего конкурента, и было принято решение строить собственную сеть по городу (когда это произошло, сколько было клиентов у каждого, имел ли кто то тогда уже опыт строительства сетей в Ижевске). Сейчас она покрывает практически всю территорию столицы Удмуртии. Но даже после того, как «МАРК-ИТТ» стал полностью самостоятельным в этом отношении, «противостояние гигантов» продолжалось. Однажды даже вылилось в оригинальную рекламную кампанию. В 2007 году после рекламы акции «МАРК-ИТТ», названной «Ё–DSL», призывавшей абонентов избавляться от «ненужного оборудования типа ADSL–модемов» в обмен на трафик и подключение к «МАРК–ИТТ», «ВолгаТелеком» ответил конкуренту своими роликами. Трехсерийная реклама последнего повествует о неком неудачнике Маркове, который в самые неподходящие моменты испытывает сложности с Интернет-связью, от чего избавлен сосед Маркова благодаря бесперебойно работающему ADSL-модему. Как комментирует Александр Ермолаев, непосредственный автор акции «Ё–DSL», это был хороший пиар-ход по замене устаревшего оборудование на более современный и удобный вариант: «Подобные акции вскоре стали устраивать и в других сферах услуг, просто «МАРК-ИТТ» был в этом начинании первым». Как говорит г-н Ермолаев, раньше, «по молодости», мы могли допустить много разных выходок. Сейчас такое уже невозможно.

Составлять серьезную конкуренцию крупным федеральным компаниям, зашедшим на рынок Удмуртии, «МАРК-ИТТ» удается достаточно успешно. Сергей Катаев добавляет: «Крупная федеральная компания лишена очень важного качества — гибкости. Это дает возможность работать местным компаниям, которые могут гораздо быстрее отвечать на запросы аудитории. Мы не чувствуем в них врагов, ведь они дают рынку еще лучше развиваться».

Наличие сильных конкурентов, по мнению г-на Катаева, это хорошо в первую очередь для потребителя — есть из чего выбрать. Для игроков на рынке это возможность всегда быть «в тонусе». Как отметил Александр Ермолаев, именно приход федеральных компаний оживил рынок доступа в Интернет и помог Ижевску выбиться в первую пятерку по проникновению широкополосного доступа в интернет. По данным iKS-Consulting, в 2009 году в этом отношении Ижевск достиг 62%. Столько же в Челябинске и Санкт-Петербурге. Выше проникновение только в Москве — 71%.
Сергей Катаев: «Насыщение рынка доступа в интернет в Ижевске уже ощущается. Компаний достаточно много, качество у всех примерно одинаковое, сейчас конкуренция складывается в основном в цене услуг».

По мнению г-на Катаева, есть вероятность сокращения количества игроков, за счет поглощения федеральными компаниями местных (ранее «СТРИМ» выкупил местные телекоммуникационные компании «TVIN» и «Ньютон», а «ЭР-Телеком» - «Неолинк»). Между тем, он выразил уверенность, что у местных всегда будет своя ниша на рынке. Предложений о покупке «МАРК-ИТТ», по признанию г-на Катаева, не было.
В то же время выходить в другие города Удмуртии «МАРК-ИТТ» не собирается, так как работать там пока не выгодно. Основные деньги, по словам г-на Катаева, в республике сосредоточены в Ижевске.

Не только интернет

В настоящее время «МАРК-ИТТ» помимо доступа в Интернет, развивает сеть кабельного телевидения и телефонии. На вопрос, почему так поздно в компании решили открыть эти направления, ведь рынок Ижевска давно захватили как местные, так и федеральные компании, там отвечают, что как

раз сейчас самое время воспользоваться тем, что технологии по налаживанию сети как кабельного ТВ, так и телефонии стали гораздо более доступными, чем раньше. Так, запуск сети с помощью современного оборудования происходит намного быстрее и дешевле, поэтому «МАРК-ИТТ» готов предложить достаточно низкие цены, по сравнению с конкурентами. Не пугает компанию и то, что рынок этих услуг уже поделен. «Сейчас из-за широкого охвата города сетями различных компаний, клиент может очень легко и быстро поменять провайдера, - отмечает Сергей Катаев. - Он имеет возможность выбирать подходящего ему по цене и качеству оператора. Достаточно одного звонка, и вас подключат». Так, услуга телефонии «МаркФон» стоит всего 199 рублей в месяц, а кабельное телевидение – 50 рублей в месяц за 23 канала.

В 2002 году «МАРК-ИТТ» уже пытался запустить кабельное телевидение. И достаточно успешно — оно до сих пор существует, но под совсем другим брендом. Как рассказывает г-н Ермолаев, это был не очень удачный пример долевого участия. В «МАРК ТВ», как оно тогда называлось, основную долю занимал чужой капитал. «МАРК-ИТТ» в действительности только предоставил этой компании свой бренд. Сама сеть кабельного телевидения изначально создавалась для продажи. Впоследствии она сменила название на «TVIN», а потом ее купил «СТРИМ». Сделка тогда не коснулась бренда, так что, компания имеет все права, в том числе и моральное, его использовать. Сейчас склоняются к варианту ТВ-Марк, чтобы подчеркнуть отличие, хотя со временем могут вернуться и к Марк ТВ. Однако, по мнению Ермолаева, вновь создаваемая сеть кабельного телевидения за счет доступности в цене для потребителя не просто сможет отвоевать место под солнцем, но занять очень неплохие позиции на рынке.

Развивает Марк и телефонию. Кстати, эта услугу «МАРК-ИТТ» тоже запускал раньше, но тогда доступное качество было очень низким, и ее было решено свернуть. Не так давно был запущен проект «МаркФон», также отличающийся достаточно доступными ценами и более совершенными технологиями, когда стандартный шестизначный номер телефона можно взять с собой в любую точку мира, где есть доступ в Интернет. При этом стоить звонок, откуда бы вы ни позвонили, будет сущие копейки.

Александр Ермолаев: «Этот продукт появился после того, как мы поняли возможность его мобильности и удобство использования вместо роуминга для абонентов при возможности обеспечить безлимитные городские звонки за минимальную на рынке цену. Услуга во многом уникальна тем, что создана в сотрудничестве с другим оператором («Девятый узел») по принципу Win-Win, т.е. обе компании получили дополнительную прибыль и оптимизировали свои издержки. То, что услуга успешно развивается уже больше года - лучшее доказательство её уместности. Услуга во многом уникальна в плане сервиса, в частности, там есть уведомления на СМС о пропущенных звонках, что делает использование этого продукта реально удобным и мобильным. Продукт прекрасно работает на мобильных телефонах с WiFi под управлением ОС Windows, Symbian, iOS и Android».

Сменить вектор

«Марк-ИТТ» готов меняться уже будучи «совершеннолетним». Изменится не только бренд, как говорилось выше, компания будет называться просто «Марк».

Сергей Катаев: «Основная цель наших изменений – усиление бренда, придание ему более современного звучания. Компания «Марк» раскрывает новые стороны своего характера и делает акцент в общении со своими потребителями на его «человеческой» стороне. Мы верим в человека и в его возможности. И поэтому говорим: «В Интернете нет ничего сложного для тебя. Там все просто и легко. Важно начать осваивать Интернет, и ты увидишь, как у тебя все получится!»

По словам г-на Катаева, миссия компании теперь будет в том, чтобы сделать Интернет простым и доступным для обычных людей, поэтому изменится сам язык общения с клиентами. Он станет более «человеческим», без технических терминов, с некоторой долей юмора. Еще одной особенностью нового лица компании станет оптимизм, ведь по признанию ее основателей, «Марк» не прошел бы такой длинный путь и не смог бы на протяжении длительного времени вести за собой рынок Интернета и развивать его.

Работать, чтобы было интересно

Оглядываясь назад и анализируя 18-летнюю историю компании, Сергей Катаев отмечает, что «с высоты нынешнего видения, конечно, многое можно было бы сделать иначе, но я уверен, мы сделали все так, как это можно было сделать. Самой главной составляющей в работе компании был и остается научный подход к бизнесу, т.е. постоянное стремление развивать существующие технологии, внедрять новые разработки в сфере коммуникаций. Мы стараемся работать так, чтобы это было нам самим интересно. За эти годы в компании сформировалась сильная команда. Большинство сотрудников работает более 10 лет».

Александр Ермолаев: «Если бы была возможность что-то переделать в прошлом, то я бы переделал нас так, чтобы мы были смелее, быстрее. Иногда наше малодушие выливалось в потери, когда

думаешь, вроде и так бизнес неплохо течет. Если бы были посмелее, многие начинания наши могли бы развиться в нечто серьезное, хотя с тем уже успехом могли и провалиться. Иногда не развивали проекты, просто потому, что было лень — когда вроде и так хорошо, не хочется лишних движений предпринимать. Мы — компания средних лет, с накопленным грузом знаний, опыта, ошибок, удач и неудач, но в то же время готовая развиваться дальше, вполне местная, осязаемая, взвешенная, хороший собеседник, с которым можно поговорить обо всем и ни о чем».