МегаФон: уроки "ковидного" года

Не секрет, что рынок операторов мобильной связи сегодня изрядно штормит. В СМИ регулярно проходит информация о том, что операторы планируют поднять стоимость своих услуг. Разумеется, сказываются последствия пандемии, текущая экономическая ситуация на российском рынке и на мировой арене в целом.

Вместе в тем, как отмечает ряд специалистов, российский рынок телекоммуникаций в 2020 году, несмотря на факторы, связанные с пандемией, и несколько месяцев самоизоляции, показал определенный рост.

Мы решили поинтересоваться, как пережила коронавирусный год компания Мегафон на Урале. Как обстоят дела сегодня, какие компания строит планы и какие видит перспективы для себя в будущем, нам рассказала директор Мегафона в Свердловской области, Инна Джур.

2020 год был непростым, в особенности для бизнеса. Ковид "прошелся", и не бесследно, по всем отраслям. Изрядно досталось и операторам связи. Как вы прожили этот год? Как оцениваете его последствия: в финансовом, ресурсном, материальном и кадровом эквиваленте?

Для нас, как и для многих компаний разных сфер бизнеса, прошедший год оказался непростым. Наиболее серьезное влияние пандемии почувствовала сфера международного роуминга – закрытие границ, отсутствие перемещений и перелетов повлекли до 90% сокращение выручки в этом направлении. Какое-то время не работали салоны МегаФона, и общее количество посетителей офлайн магазинов снизилось на 24%, при этом трафик покупателей, как и по другим отраслям, перетек в интернет, соответственно рост по этому направлению составил порядка 40%.

Также мы ощутили всплеск нагрузки на сеть, который оказался выше наших самых смелых прогнозов:

- на 30% вырос трафик МегаФон ТВ;
- на 28% - МегаФон Книги;
- в 2,5 раза чаще стали пользоваться игровыми сервисами;
- почти в 2 раза - видеоконференции;
- на 40% чаще стали покупать через интернет.

Поэтому всей нашей инфраструктуре пришлось трудиться в несколько раз больше, чтобы сохранить привычно высокую скорость и надежность сети. Конечно, это повлекло и увеличение инвестиций, и ресурсов. В Свердловской области инженеры запускали базовые станции со скоростью один объект в два дня, а в целом, масштаб сети 4G за год вырос сразу на четверть.

Была ли какая-то "подушка", готовность к подобным "событиям" или "война началась внезапно"? И вообще можно (и как именно) быть готовым к такому? Какие меры предприняли в первую очередь? Насколько они оказались результативны?

Для многих 2020 год оказался неожиданным, стал определенной проверкой на прочность. Пришлось менять подходы к работе, жизни, становиться более гибкими и мобильными. Для безопасности людей в МегаФоне почти половина штата была переведена на удаленный режим работы, и в таких меняющихся реалиях работникам удалось не только не снизить эффективность, но в некоторых случаях и повысить ее.

Одной их первых мер, которые родились как ответ на вызов локдауна, стал проект сим-карт с саморегистрацией. Когда закрылась часть наших салонов, встал вопрос: как доставлять и регистрировать сим-карту. В короткие сроки удалось найти партнеров – сотни продовольственных магазинов у дома. В них, помимо привычных товаров и продуктов, предлагались наши сим-карты, активировать которые можно было самостоятельно через приложение МегаФона или Госуслуги и сразу начать общаться и пользоваться интернетом. Так удалось нарастить продажи. Проект развивается. Сегодня в Свердловской области открыто около 1 200 пунктов продаж в магазинах "у дома".

Как изменился клиентопоток во время пандемии? Какие направления "провисли" в первую очередь? Кого пришло и ушло больше: юрлиц или "физиков"?

База абонентов МегаФона не претерпела существенных изменений и осталась практически на уровне прошлого года. При этом, на фоне роста востребованности цифровых услуг, увеличилось число пользователей передачи данных, количество зарегистрированных 4G-устройств. Мы посчитали темп подключения к нашему 4G на в Свердловской области - он составил 230–250 новых цифровых пользователей ежедневно.

Как работали на удержание клиентов? Привлечение новых?

С самого начала пандемии мы начали реализовывать комплекс мер, направленный на поддержку наших клиентов. Например, был открыт бесплатный доступ к фитнес-урокам, ключевым интернет-ресурсам и мессенджерам, для бизнеса – к видеоконференциям и вебинарам, для абонентов старшего поколения была открыта возможность пользоваться услугами связи даже при нулевом балансе и задолженности. Для привлечения новых клиентов лучше всего работал тот факт, что у МегаФона самый быстрый мобильный интернет среди операторов (по данным международной компании Ookla), и гибкие тарифы, на которых мы запустили звонки внутри сети при нуле, копилку минут и гигабайт трафика, безлимит на мессенджеры.

На ваш взгляд, что было ключевым фактором для клиентов, чтобы остаться с оператором в этот период? Насколько это было достижимо для вашей компании? Экономически выгодно? Ресурснозатратно?

Ключевым фактором для абонента является комфорт в решении повседневных задач. В условиях, когда нагрузка на сеть выросла, и каждому пользователю потребовалось больше трафика, важно было сохранить скорость работы мобильного интернета. Открыть почту, быстро отправить файл, организовать видеосвязь – все это должно было работать без задержек-моментально. За счет дополнительных инвестиций в сеть и пересмотру программы строительства нам удалось сохранить высокую скорость и качественную работу приложений.

Было ли место технологическим вопросам в это время? Оптимизация ресурсов? Подключение новых технологий, усовершенствование структуры?

Именно в это время были мобилизованы все ресурсы, и нашлось не только место внедрению новых технологий, но и запуску прорывных проектов. В УрФО была запущена технология VoLTE – передача голоса в сети четвертого поколения, это позволило сделать голосовое общение более четким и чистым. Уже четверть трафика в нашей сети проходит через VoLTE. В масштабах всей страны был продолжен проект Arctic Connect по строительству подводной волоконно-оптической линии связи (ВОЛС) из Европы в Азию, который призван обеспечить связью самые отдаленные населенные пункты. Кроме того, именно в 2020 году мы шагнули в космос: начали разработку программы низкоорбитальных спутников. Первые орбитальные миссии могут состояться уже на горизонте пяти лет.

Какие уроки извлекли из предыдущего года? Какие выводы сделаны?

2020 год сформировал востребованность цифровых сервисов круглосуточно. Сегодня многими продуктам из нашего ассортимента пользуются миллионы россиян. В будущем эта тенденция будет нарастать, и, конечно, наша задача -развивать экосистему цифровых продуктов и решений.

Как менялась структура трафика с началом пандемии? Продолжает ли она меняться или все стабилизировалось? Чем отличается структура трафика сейчас от той, что была год назад?

Люди активно заменяли реальное общение цифровым. Вырос объем звонков, трафик передачи данных. В среднем, каждый пользователь передачи данных в Свердловской области стал скачивать из глобальной сети в 1,5 раза больше информации для работы и развлечений. Из цифровых предпочтений абонентов отметим лидерство WhatsApp в мессенджерах: трафик, который приходится на этот него, почти в 14 раз больше, чем на Viber. Youtube и Instagram остаются самыми популярными ресурсами, где свердловчане смотрят онлайн-видео. Каждый четвертый гигабайт трафика используется для просмотра роликов на этих сервисах. В 2020 году Тит Ток показал рост и попал в топ 5 соцсетей, обогнав Facebook.

Изменился ли характер и объем жалоб, поступающих от пользователей в службу технической поддержки?

Тематика вопросов клиентов, обращающихся на справочную службу, существенно не изменились, а вот посетители салонов связи и интернет-магазина стали больше интересоваться устройствами с поддержкой 4G.

Три важных фактора, которые позволят телекоммуникационной компании быть результативной и успешной на рынке сегодня?

Развитие цифровых продуктов, устойчивая инфраструктура и предвосхищение ожиданий рынка.

Над чем работаете сегодня, чтобы выгодно отличаться от конкурентов? Какие планы, перспективы в развитии на ближайшее время? На что делаете основной акцент в работе?

В ближайшей перспективе отрасли, которые показали спад – продажи в салонах и услуги международного роуминга – должны получить новое дыхание. В активной фазе развитие проекта прокладки кабеля по дну Северного Ледовитого океана, недавно были подписаны первые

соглашения с правительствами Чукотки, Якутии и Республики Коми. В этих регионах планируется строительств отводов от основной линии на берег, что поможет обеспечить надежную связь и быстрый интернет для удаленных территорий, где стройка осложнена климатическими и географическими условиями.