



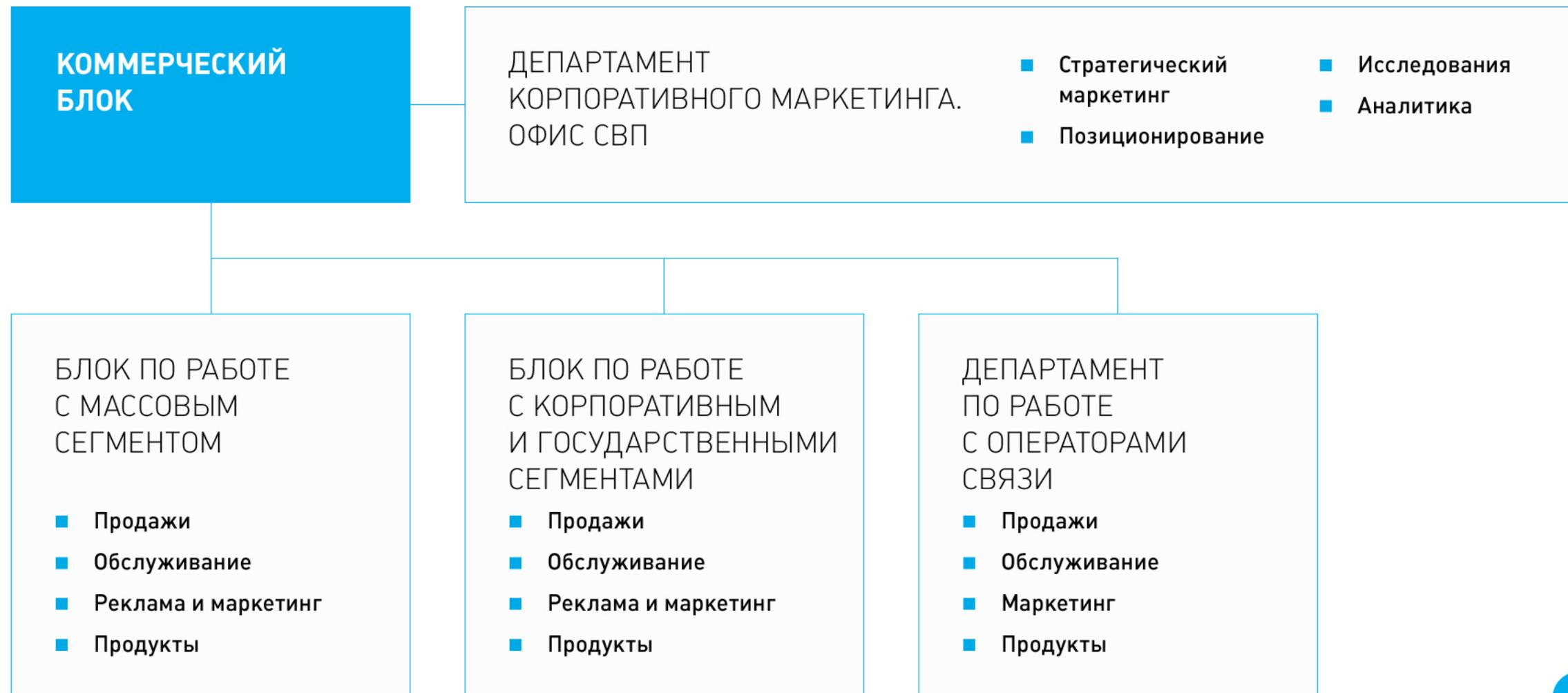
АНОНС ЗАКУПОК КОММЕРЧЕСКОГО БЛОКА



Л. С Ткачук,
Старший Вице-Президент
ОАО «Ростелеком»

НАША КОМАНДА

В фокусе коммерческой деятельности — клиентские сегменты



КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ

1 Развитие ШПД и платного ТВ

2 Усовершенствование каналов продаж и обслуживания

3 Реализация Гос программ (ЕГЭ, универсальные услуги связи)



ПРИОРИТЕТНЫЕ ПРОЕКТЫ



Унификация парка
абон оборудования



Телемаркетинг



Обновление и усиление
технических характеристик
устройств



Разработка нового
позиционирования
B2C-, B2B-, B2G-сегментов



Оптимизация процессов
логистики и движения ТМЦ

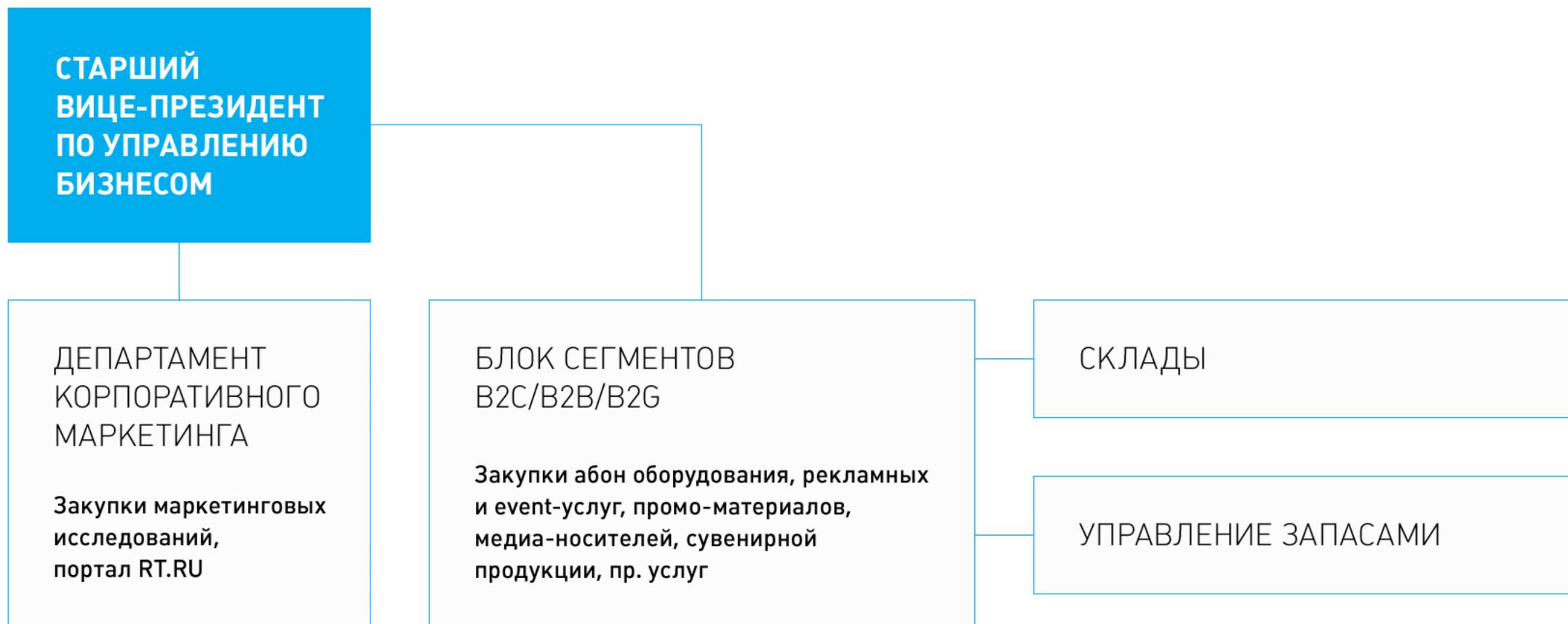


Digital коммуникации

СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПКАМИ КБ

Децентрализация закупок:

Закупки Комм блока осуществляются в сегментных блоках самостоятельно



ПРИНЦИПЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАКУПОК КБ

При закупках Комм блока
значимым является качественный параметр,
который оценивается группой экспертов



НАПРАВЛЕНИЯ ЗАКУПОК



Абонентское
оборудование



Маркетинг
и реклама



Исследования
рынка



Дистанционные
продажи

АБОНЕНТСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



IP-TV STB

- 2014
1,05 млн шт. / 1,8 млрд руб. с НДС
- 2015
1,3 млн шт. / 58\$ млн с НДС



УСТРОЙСТВА ШПД:

ADSL — FTTB — xDSL/FTTB — PON

- 2014
1,6 млн шт. / 2,2 млрд руб. с НДС
- 2015—2017
6 млн шт. по новым универсальным требованиям к CPE

ЦЕЛЬ — УНИФИКАЦИЯ ЛИНЕЙКИ

БЫЛО В 2015

<40 ТИПОВЫХ УСТРОЙСТВ



БУДЕТ В 2017

5 УСТРОЙСТВ ПО ОСНОВНЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ

- | | |
|-----------------|-------------|
| 1. ADSL | 1,2 млн шт. |
| 2. FTTB low | 2,2 млн шт. |
| 3. FTTB premium | 0,5 млн шт. |
| 4. PON low | 0,9 млн шт. |
| 5. GPON premium | 1,5 млн шт. |

* Цифры приведены в справочном порядке и могут быть изменены по инициативе ОАО «Ростелеком»

БЛИЖАЙШИЕ ЗАКУПКИ ПО ОБОРУДОВАНИЮ

УСТРОЙСТВА ШПД 2015—2017

- **ADSL** — 1,2 млн шт.
- **FTTB low** — 2,2 млн шт

Конкурсная процедура — Май 2015

Тестирование — с Марта 2015 в Лаборатории г. Реутов

Технические требования открыты на сайте:
zakupki.rostelecom.ru/tz/subscriber_tools



ДОГОВОР КОНСИГНАЦИИ (КОМИССИИ ОБОРУДОВАНИЯ)

- Ежемесячные расчеты с Поставщиком за реализованное оборудование
- Прозрачный процесс планирования поставок в 3-х месячной перспективе со 100% точностью
- Ежемесячная сверка с Поставщиком и возможность выкупа оставшегося нереализованного оборудования

Конкурсная процедура — Май 2015

ИСХОДЯЩИЙ ТЕЛЕМАРКЕТИНГ

ИСХОДЯЩИЙ ОБЗВОН ДЛЯ ПРОДАЖ
УСЛУГ ДОСТУПА К ИНТЕРНЕТ И ИТВ

География:

Вся* территория РФ, все часовые пояса



Объём обрабатываемых баз:

1,5—2 млн. контактов в месяц

ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРАГЕНТАМ

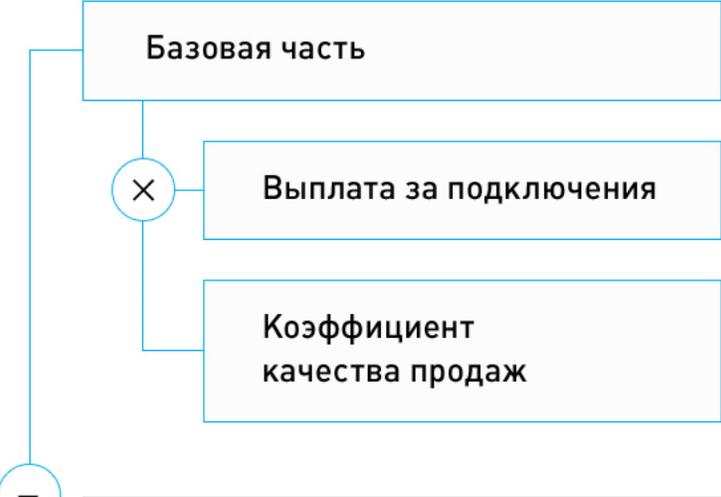
- Опыт дистанционных продаж услуг доступа к Интернет и ИТВ
- Достаточное кол-во квалифицированного персонала и тех ресурсов
- Возможность оперативно масштабировать ресурсы

■ Выполнение целевых показателей:

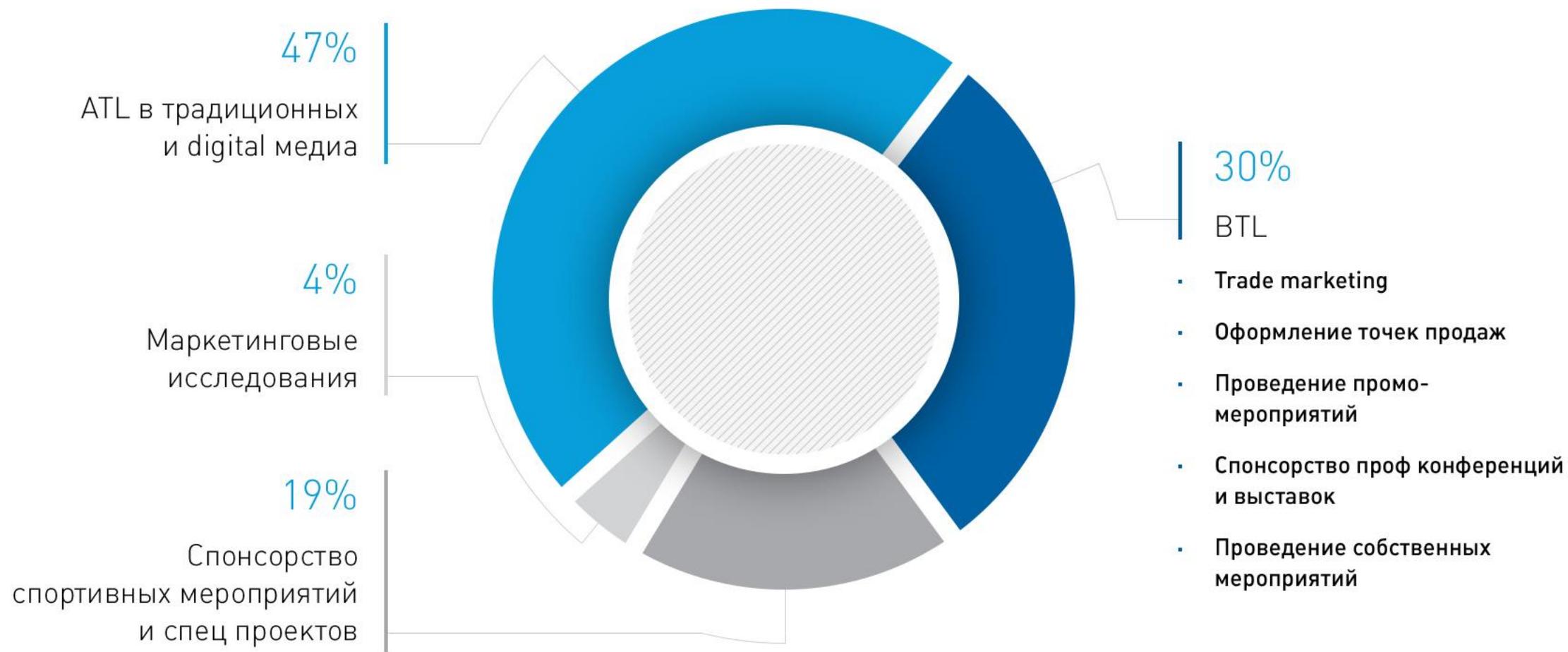
% дозвона	60%
% конвертации контактов в заявки	3%
% конвертации заявок в подключения	55%

* вся лицензионная территории деятельности компании ОАО «Ростелеком»

СХЕМА РАСЧЁТА ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ИТМ

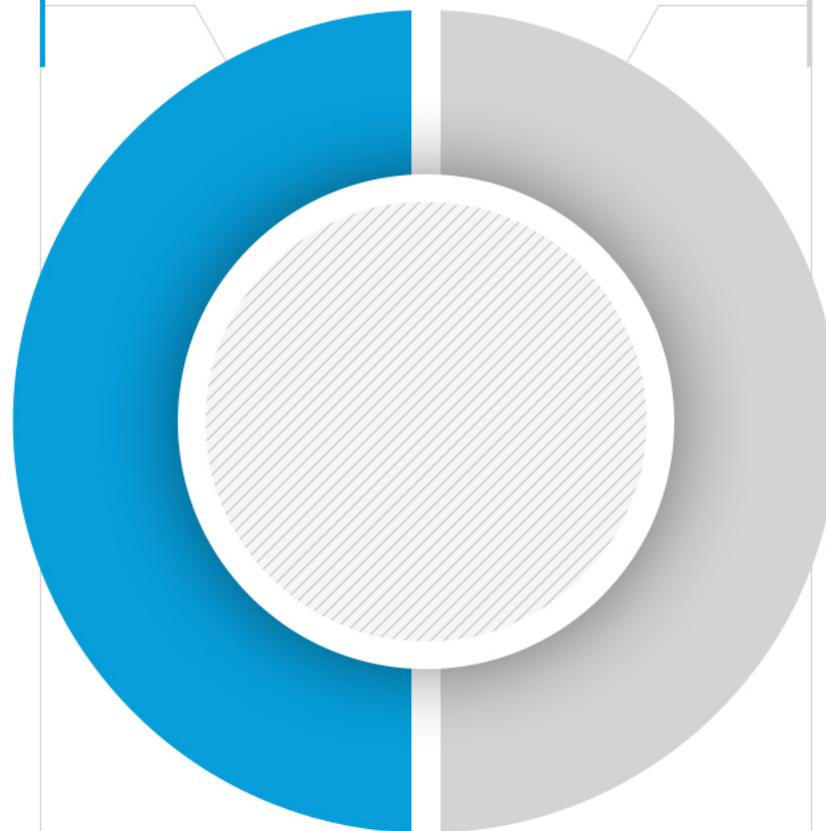
СОСТАВЛЯЮЩИЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ	ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ	КОММЕНТАРИИ
 <p>Базовая часть</p> <p>×</p> <p>Выплата за подключения</p> <p>Коэффициент качества продаж</p> <p>—</p> <p>Штрафы</p>	<p>Сумма (FIX × кол-во подключений услуг — ШПД, ИТВ, Пакет)</p> <p>Сквозная конвертация*, % Коэффициент</p> <hr/> <p>Целевой: от 0,7% до 1,08% до 1,1</p>	<p>Оплата производится за подключения в отчётный период. Мотивация на продажу пакета услуг</p> <p>Качество обработки переданной базы определяется *сквозной конвертацией (конвертация переданных контактов в подключения) за отчётный период</p> <p>Отчётный период = текущий месяц + 7 дней следующего месяца. Подключения после закрытия отчётного периода не оплачиваются</p>
	<p>Некорректное ведение диалога</p> <p>Представления интересов другого оператора в рамках диалога с абонентом Заказчика</p>	<p>Фиксация претензий абонентов и неудовлетворительных результатов прослушивания</p>

ПЛАН МАРКЕТ ЗАКУПОК ПО НАПРАВЛЕНИЯМ



ЗАКУПКИ В РАЗРЕЗЕ МЕДИА КАНАЛОВ 2015

1 071 млн руб. — **50,4%**
Федерально



49,6% — 1 052 млн руб.
Регионально



БЛИЖАЙШИЕ ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ЗАКУПКИ

МЕДИА, РАЗМЕЩЕНИЕ НА ТВ В 2016

- Стартовая цена
390 млн руб. с НДС
- Конкурсная процедура –
Сентябрь 2015



ПРОВЕДЕНИЕ ПРОМО-МЕРОПРИЯТИЙ В 2016 ДЛЯ ПРОДАЖ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

- Стартовая цена
80 млн руб. с НДС
- Конкурсная процедура –
Апрель—Май 2015



ПРОВЕДЕНИЕ EVENT-МЕРОПРИЯТИЙ В 2015—2016

- Стартовая цена
200 млн руб. с НДС
- Конкурсная процедура –
Апрель 2015



УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКАХ И КОНФЕРЕНЦИЯХ В 2015

- Стартовая цена
130 млн руб. с НДС
- Конкурсная процедура –
Апрель 2015



ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ

1

Верификация участника рекламной индустрией — наличие в отраслевых рейтингах, членство в АКАР и т.п.



2

Стабильные финансовые результаты — показатели финансовой отчетности



3

Гарантия выполнения заявленных условий — подтверждающие письма от владельцев СМИ и/или рекламораспространителей



4

Опыт работы (присутствие на рынке не менее 2-х лет) с портфолио



5

Достаточный штат сотрудников



УЧАСТВУЙТЕ
В НАШИХ КОНКУРСАХ
И ПОБЕЖДАЙТЕ!

