

## Слияния и поглощения

«Ростелеком» стремится максимально эффективно использовать выгодные возможности для приобретения качественных активов, усиливающих рыночные позиции компании.

### Крупные сделки в 2018 году<sup>1</sup>:

- приобретение 75 % долей в уставном капитале ООО «Открытая Мобильная Платформа» и ООО «Вотрон», являющихся компаниями – правообладателями отечественной операционной мобильной системы Sailfish Mobile OS RUS, а также мобильной операционной системы Sailfish OS;
- приобретение 100 % долей в уставном капитале ООО «Солар Секьюрити» – технологического лидера на рынке информационной безопасности в России;
- приобретение 100 % долей в уставном капитале ЗАО «Нетрис» и ООО «Нетрис Групп» – ведущего российского разработчика программного обеспечения для систем видеонаблюдения для государственных заказчиков, корпоративных клиентов и операторов связи;
- приобретение 99,92 % долей в уставном капитале ООО «СТАРТ2КОМ» – российского разработчика автоматизированных систем расчета;

## Операционный обзор

### Основные достижения по продуктам и сегментам

# 42 %

рост выручки в сегменте VAS<sup>2</sup> и облачные услуги

# 1,2 млн

абонентов MVNO

# 2x рост

продаж по услуге «Корпоративное ТВ»

# 55 %

доля выручки от цифровых и контентных услуг

# 1,2 млн

клиентов установили приложение Wink

# 2x рост

продаж по услуге «Федеральный Wi-Fi»

# 5 870

стоек ЦОД  
(+11 % к 2017 году)

# 8 %

рост blended ARPU в розничном сегменте

# 4x рост

продаж сервисов информационной безопасности

# 40 %

рост доходов Виртуальный ЦОД / IaaS

1. С полным перечнем заключенных сделок можно ознакомиться в Приложении № 9 «Приобретение и продажа долей в других компаниях» к данному Годовому отчету.

2. Value Added Services – сервисы со значительной добавленной стоимостью.

РИСУНОК 24.1 СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ, 2017 Г., %



РИСУНОК 24.2 СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ, 2018 Г., %



## Развитие экосистем продуктов, услуг и клиентского сервиса

В число стратегических приоритетов «Ростелекома» входят прежде всего развитие и предложение цифровых услуг населению, бизнесу и государству при постоянном повышении уровня клиентского сервиса.

«Ростелеком» создает удобные и эффективные экосистемы с широким набором сервисов для каждого клиентского сегмента, включая домохозяйства (B2C), корпоративных (B2B) и государственных (B2G) заказчиков и других операторов связи (B2O).

## Ребрендинг и обновленное позиционирование

Важным событием 2018 года стала презентация нового позиционирования и бренда. Компания начала реализацию новой стратегии, представила новые цифровые сервисы и тарифные линейки, которые учитывают изменение рынка и приоритеты компании. Обновленный бренд призван отразить происходящие в компании изменения. Основными целями его запуска стали:

- › формирование имиджа современной ИТ-компании;
- › разработка универсального визуального языка, удобного для использования в цифровых интерфейсах;
- › информирование сотрудников и участников рынка об изменении стратегии компании.

Внимание компании все больше смещается с технологий на потребности людей, поэтому главными героями нового бренда стали люди и их эмоции. Новый бренд подчеркивает статус «Ростелекома» как современной цифровой компании, способной найти общий язык с каждым клиентом – от геймеров до государственных структур. Разнообразие графических решений и цветов помогает отразить широту возможностей, которые компания создает для человека, бизнеса и страны.

В работу по ребрендингу были вовлечены все направления деятельности и подразделения компании. В ходе ребрендинга был запущен новый сайт «Ростелекома» – [www.rt.ru](http://www.rt.ru), который обеспечил рост конверсии на 25 %. Положительную динамику демонстрируют имиджевые показатели, включая рост количества абонентов.