

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.