



Дополнительная информация к пресс-релизу о новой креативной концепции оформления салонов продаж МТС

Цели внедрения новой концепции оформления салонов продаж МТС

Ключевая цель внедрения новой креативной концепции оформления салонов продаж МТС отвечает лидерским устремлениям нашей компании, являющейся крупнейшим оператором мобильной связи в России и странах СНГ. Эта цель заключается в создании уникальной среды внутри салонов-магазинов МТС для более полного удовлетворения запросов покупателей.

В соответствии с новой креативной концепцией оформление салонов продаж МТС выполнено в уникальном, запоминающемся стиле, с фокусом на клиентах и большей персонализацией услуг. Концепция строится на следующих принципах:

- **Зонирование внутреннего пространства**

Предусматривает распределение внутреннего пространства салонов продаж МТС, разграничение его на функциональные зоны (зона самообслуживания, демонстрационная зона, зона для корпоративных, VIP клиентов и т.д.) и организацию удобной для клиентов схемы перемещения внутри салона.

- **Обслуживание клиентов**

Основывается на более доступном, заинтересованном и компетентном персонале, более быстром обслуживании и лучшем управлении очередью за счет использования терминалов «электронной очереди», большем количестве терминалов самообслуживания и более удобных стойках обслуживания. Терминалы самообслуживания помогают клиентам безотлагательно решать простые проблемы, такие как пополнение счета, смена тарифного плана, проверка покрытия и т.д. Эти меры позволяют существенно сократить время максимального ожидания клиентов.

- **Демонстрация продукции**

Используется интерактивный подход к демонстрации продукции, который позволяет сделать товар осязаемым и дает клиенту возможность взаимодействовать с ним. В частности, клиент может подержать в руках действующие мобильные телефоны, увидеть на практике совместную работу мобильных устройств (например, подключение к мобильному Интернету ноутбука, оснащенного комплектом «МТС-Коннект»).

- **Продажи**

Клиент получает более широкий выбор: мобильные телефоны, аксессуары, тарифные планы, дополнительные услуги. Помощь сотрудников салона, живое общение с консультантами помогает покупателю приблизиться к продукту и лучше понять заложенные в нем новые возможности.

- **Информирование и обучение клиентов**

Формируются условия для удовлетворения широкого спектра запросов клиентов: больше возможностей для получения консультаций у сотрудников салона, дополнительные возможности самостоятельного получения информации клиентами за счет использования интерактивных терминалов (тач-скринов) с информацией о тарифах и услугах, печатных буклетов, а также просмотра рекламно-информационных роликов на телевизионных панелях, размещенных на стенах салона и в зоне ожидания клиентов.

Бренд МТС входит в 100 лидирующих мировых брендов

Одна из целей внедрения новой концепции оформления салонов продаж МТС заключается в дальнейшем укреплении и развитии бренда МТС.

21 апреля 2008 года бренд МТС стал первым и единственным российским брендом, который вошел в список ста лидирующих мировых брендов по рейтингу BRANDZ™, опубликованный Financial Times и ведущим международным исследовательским агентством Millward Brown. В исследовании участвовали 50 тысяч брендов по всему миру. Для составления рейтинга были проинтервьюированы более миллиона пользователей в разных странах.

Стоимость бренда МТС в рейтинге оценена в \$8,077 миллиардов. Методика рейтинга учитывает доходы от нематериальных активов и позиции бренда на рынках присутствия компании. МТС заняла в TOP-100 самых влиятельных мировых брендов 89-е место.

МТС также вошла в десятку крупнейших брендов по индексу «Импульс бренда» (Brand Momentum), получив наивысшую оценку по десятибалльной шкале. Данный индекс отражает перспективы краткосрочного роста стоимости бренда и учитывает текущую рыночную стоимость и потенциал роста компании.