

Итоги ребрендинга полгода спустя

Октябрь, 2005

Изменение предпочтений

Консолидация рынка

Изменение характера конкуренции

Борьба за сохранение лояльности клиентов

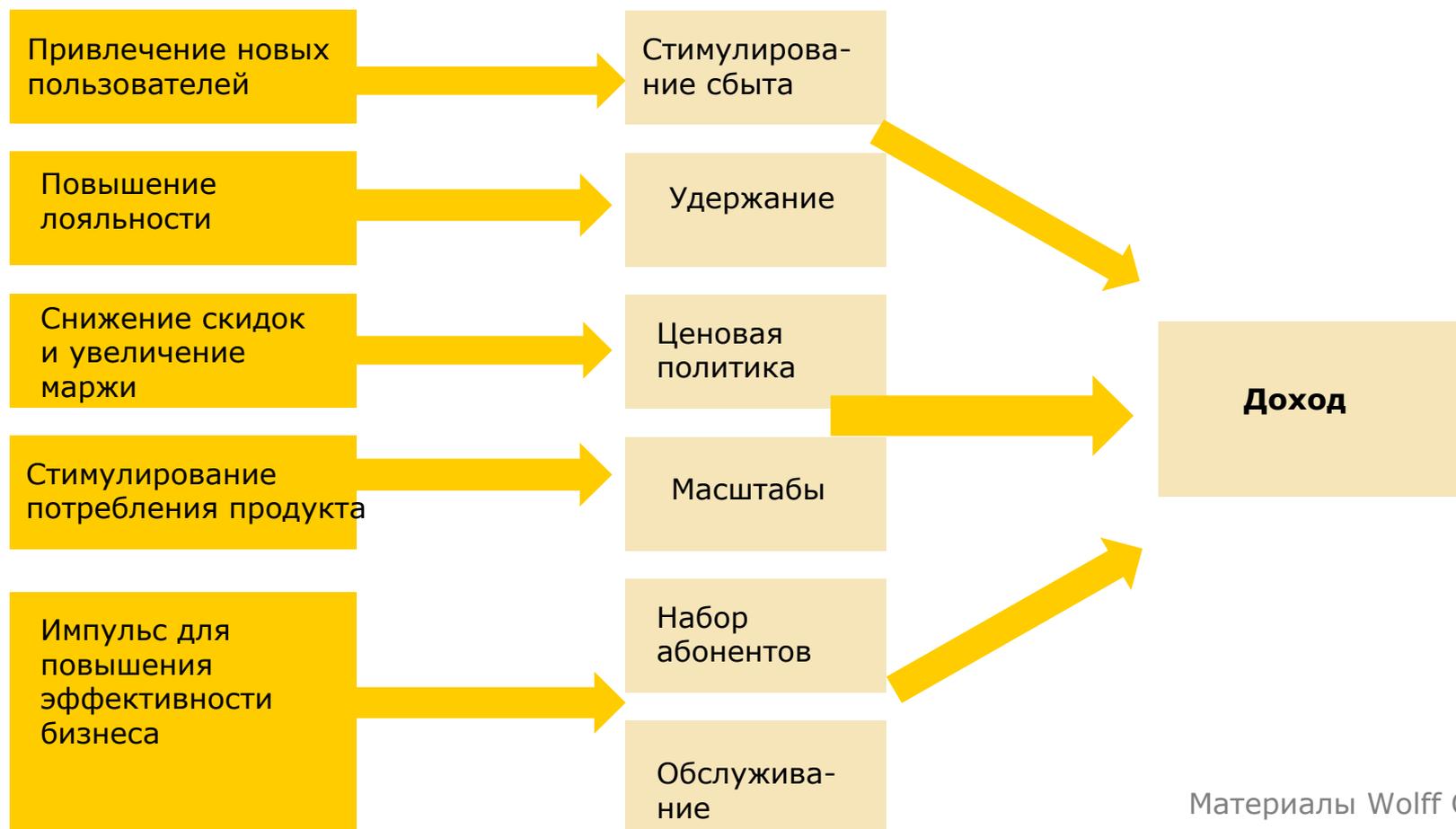




Билайн™

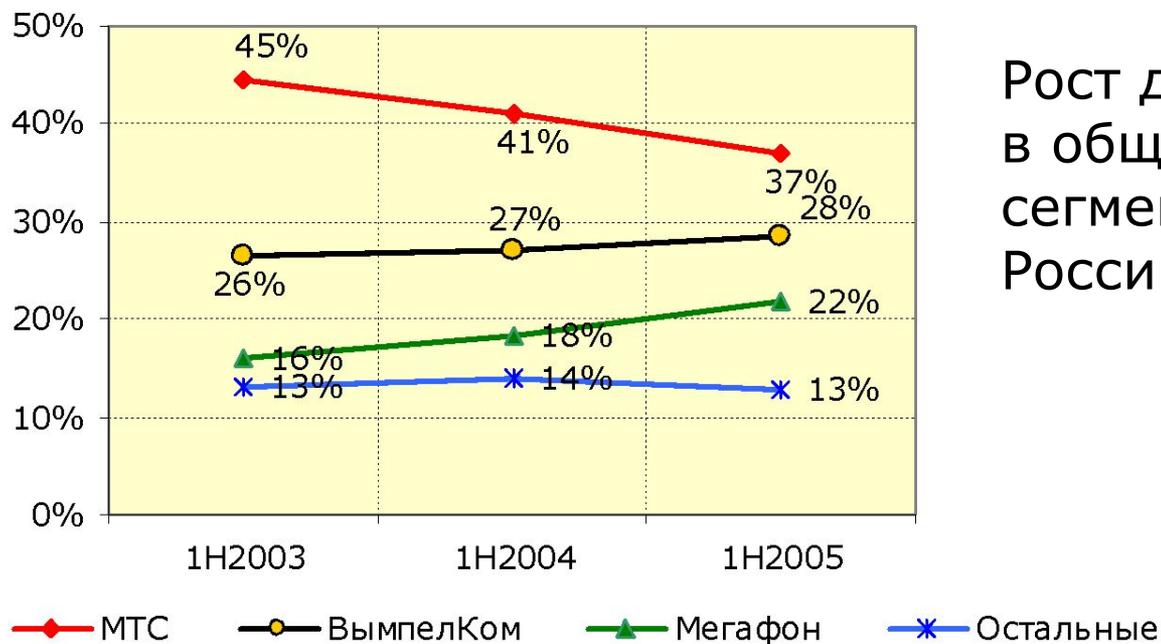
Бренд и показатели бизнеса

Бренд влияет на:



Материалы Wolff Olins

Рост доходов от услуг СОТОВОЙ СВЯЗИ



Рост доли «ВымпелКома»
в общих доходах
сегмента сотовой связи
России

Данные iKS-Consulting, сентябрь 2005

«Билайн» - самый ценный бренд России



первое место в рейтинге
Interbrand Group

Бренд оценивается
в 5 млрд. долл США

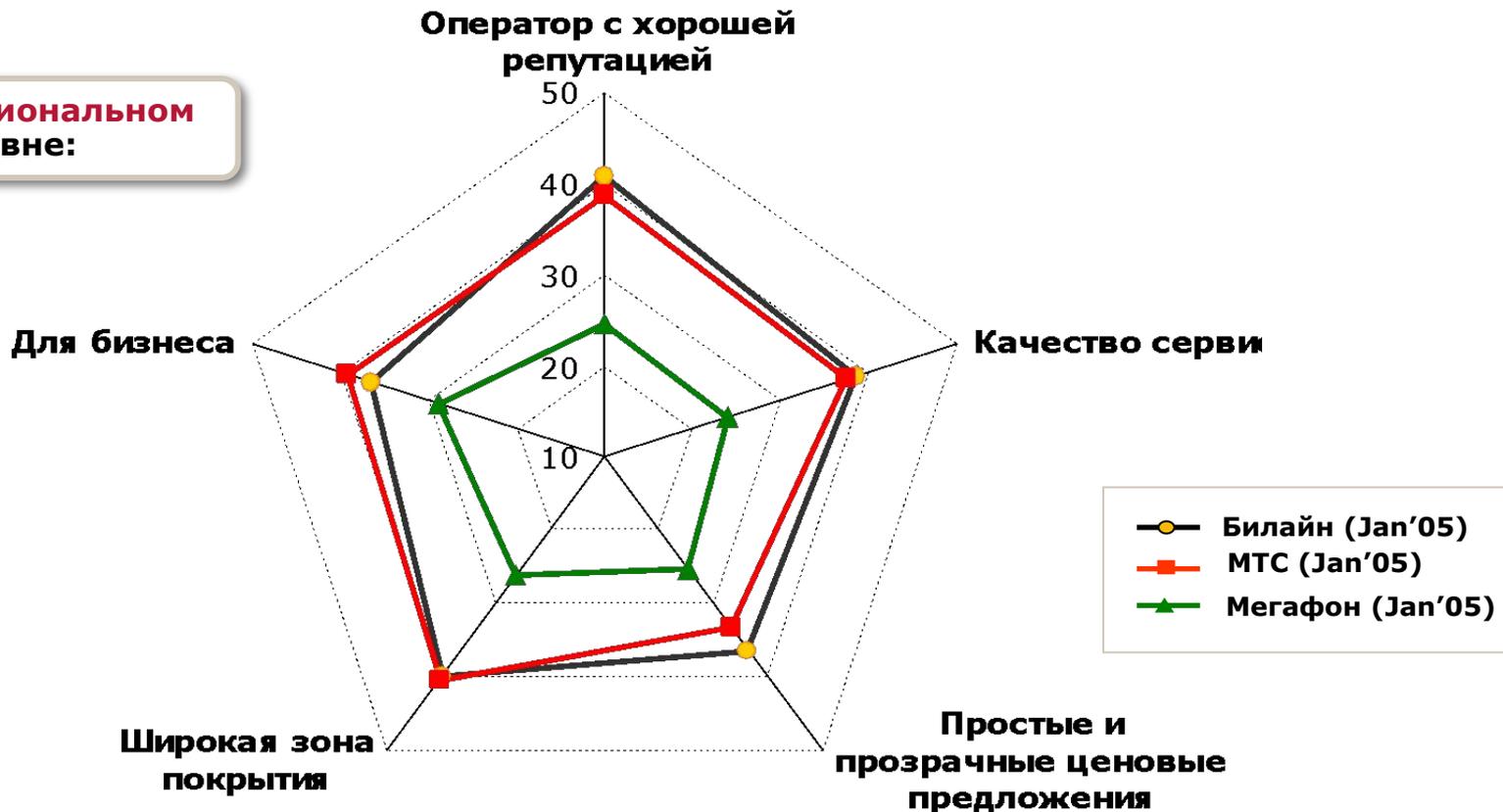


Задача бренда – выделиться

Имидж «Билайн», январь 2005



На функциональном уровне:

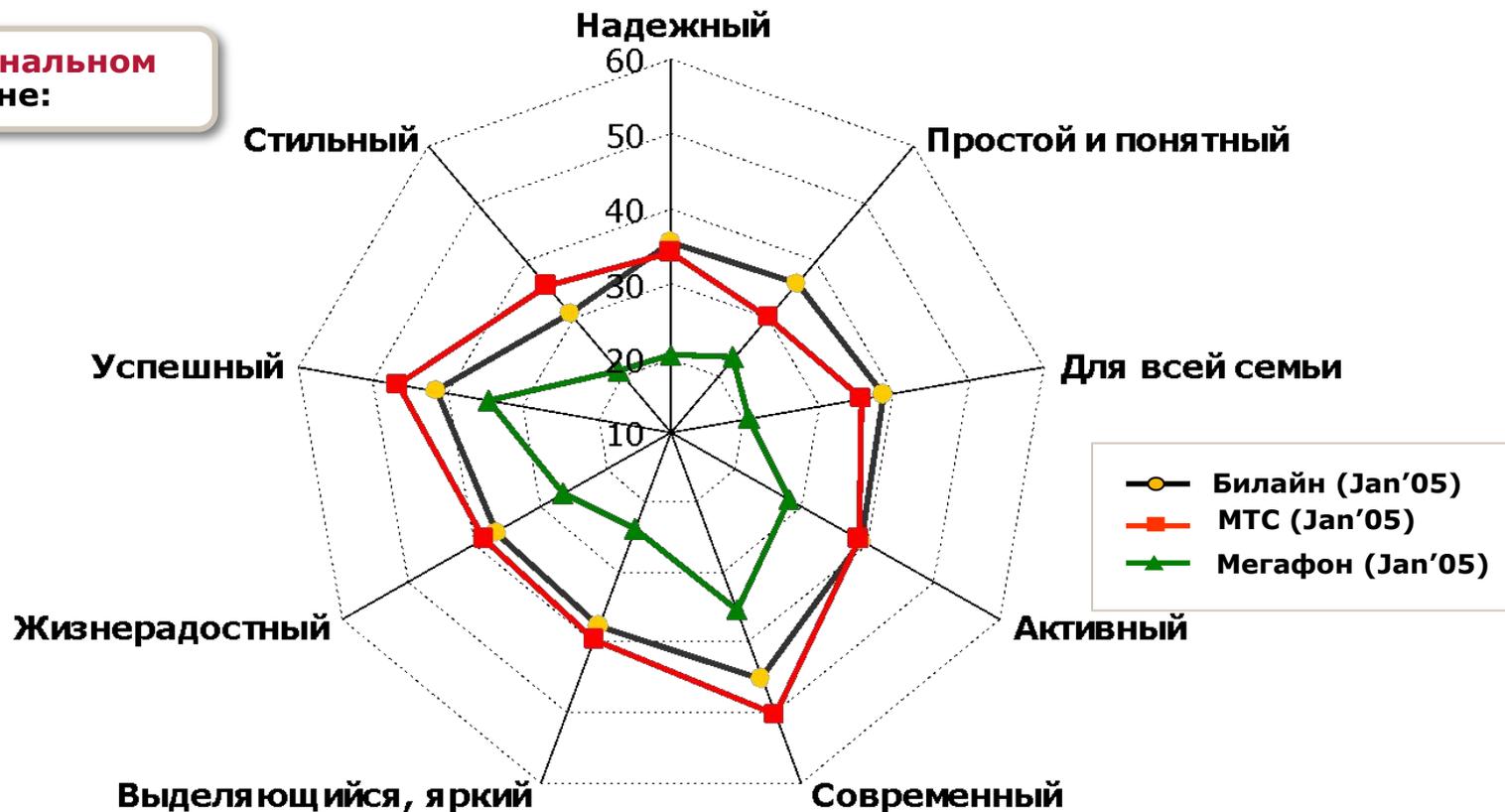


Данные TNS, январь
2005

Имидж «Билайн», январь 2005



На **эмоциональном**
уровне:



Данные TNS, январь
2005

Коммуникации



Наружная реклама. Москва

Включайся в роуминг без забот



180 стран = 6 ценовых зон
www.beeline.ru



Наружная реклама. Саратов



Поделись!
радостью...

90 коп за минуту
внутри сети

подробнее **06060**

*Тариф действует до 31.08.05
при подключении услуги "Поделиться!"
Цены указаны в руб. без НДС.
Подробности по тел. :53-53-53
и в офисах продаж.



Пресса

Санкт-Петербург



Билайн™

почувствуй
желание общаться



С 22 апреля попробуй связь «Билайн» в своем городе и получи уникальную возможность подключиться к сети всего за 30 рублей*.

тел. 140-6000
spb.beelinegsm.ru

* При подключении новой линии. Включен Российский номер 7 910 1010 1010. 10 000 руб. НДС.

Челябинск



хорошее общение не терпит суеты

Подключи услугу «Таймер» -
говори по 1 центу*!

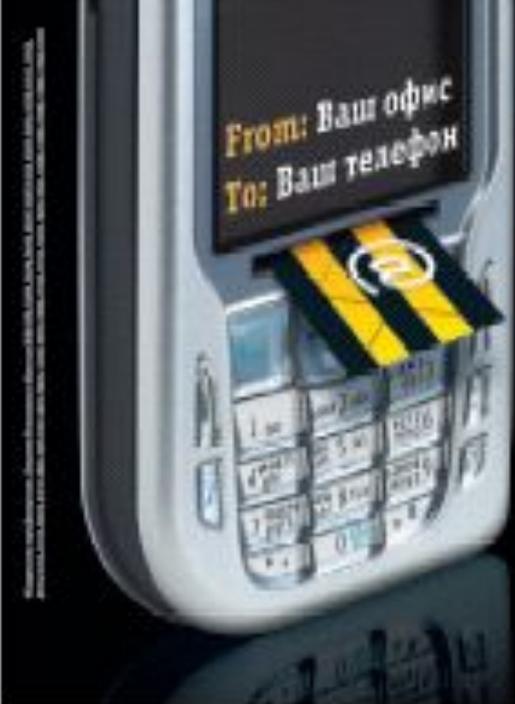
* Исключены вызовы в сети «Билайн» Челябинской области в ТП «Тайм».

Телефон справочной службы: 680-555
ул. Свободы, 32,

© 2005 Beeline GSM



Предложения для бизнеса



From: Ваш офис
To: Ваш телефон

Научите Ваш телефон
получать и отправлять
рабочую почту.

Подробнее: www.beeline.ru

Мобильная почта

Письма одновременно приходят в личный ящик рабочего компьютера и в смартфон/PDA.

Даже за пределами офиса

Вы и Ваши сотрудники можете:

- быть в курсе всех дел,
- оперативно реагировать на любые вопросы,
- своевременно принимать важные решения.



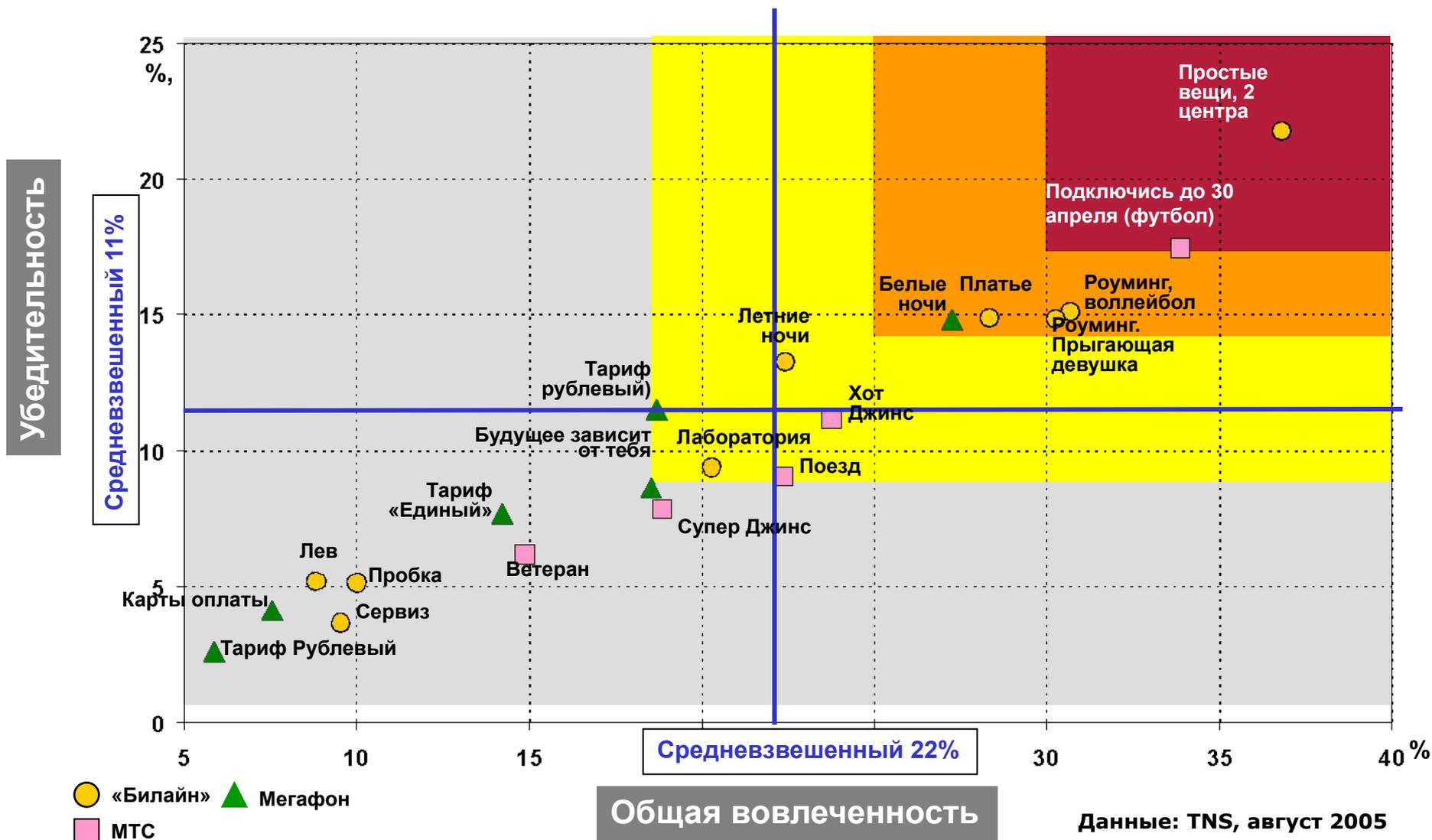
Сбытовая сеть, 2005 год



Билайн™



Эффективность рекламных кампаний. Россия



Яркие решения



Хамелеон

Услуга «Хамелеон»

- 10 млн пользователей

Тариф «Простые вещи»

- простая и понятная тарификация: единая стоимость всех местных звонков

Акция «Живой ноль» для абонентов, использующих систему расчетов с предоплатой

- возможность принимать входящие SMS и внутрисетевые звонки при нулевом балансе

«Мобильная почта» для корпоративных клиентов по всей России

- простой и защищенный доступ к электронной почте и календарю в режиме реального времени

«Мобильный бюджет» для корпоративных клиентов

- гибкое распределение расходов на сотовую связь между сотрудником и компанией

«Живи легко», «Легкий шаг», «Свободный стиль»

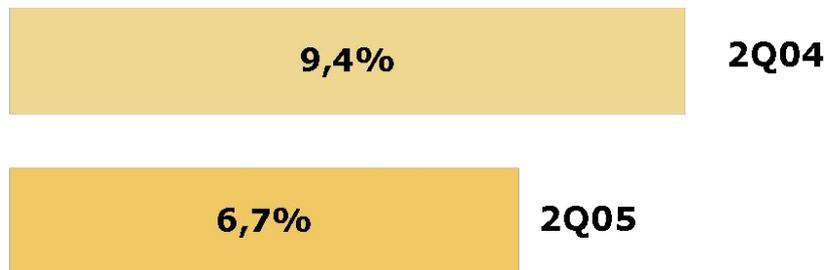
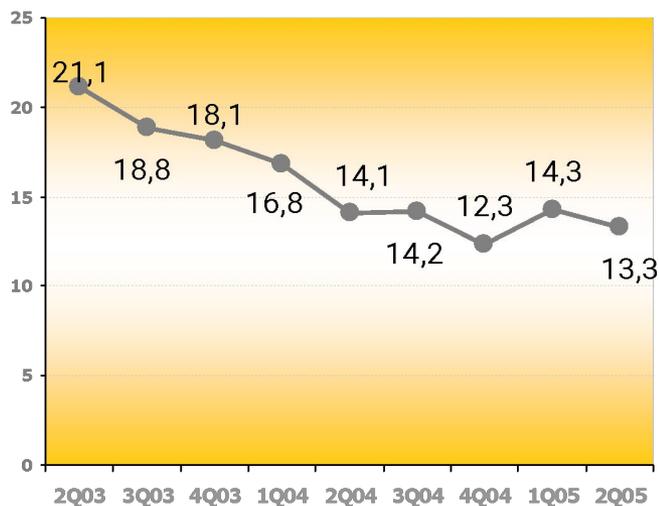
- система кредитных тарифных планов для Москвы
- отмена гарантийного взноса

Операционные показатели



Затраты на привлечение одного абонента – **\$13,3**

Отток абонентов

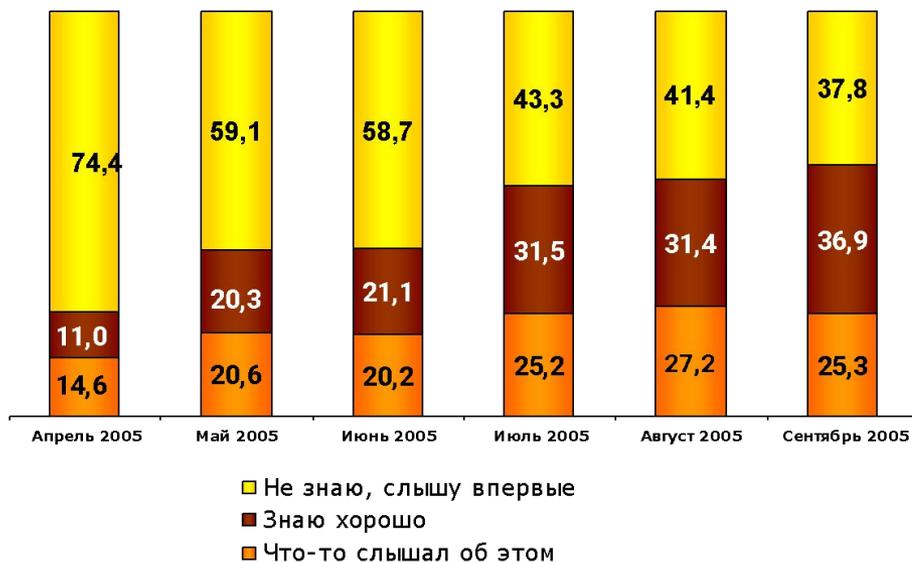


Ускорение роста абонентской базы и реализация эффективных мероприятий по удержанию клиентов позволили улучшить показатель

Первые итоги ребрендинга



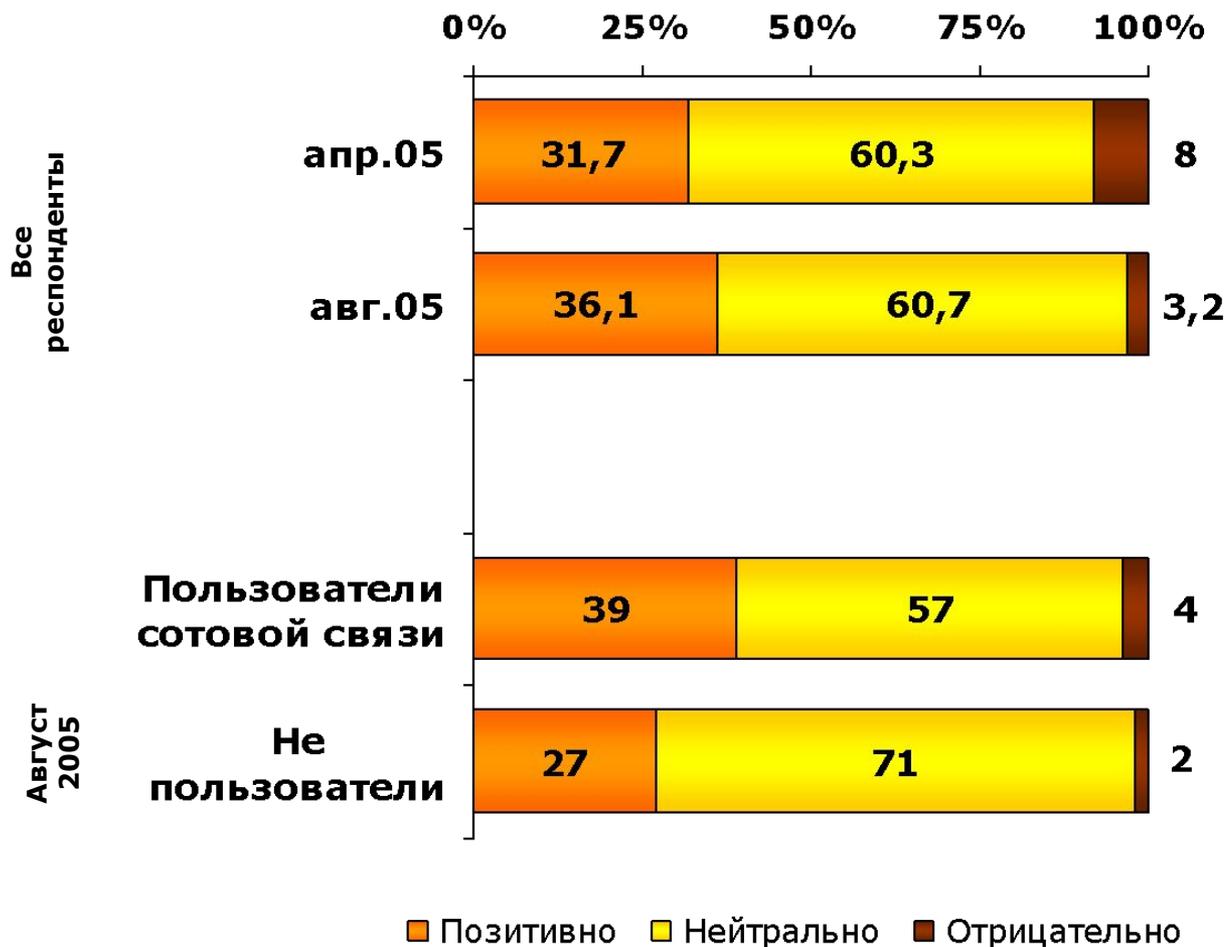
Осведомленность о новом фирменном стиле «Билайн»



Доля по чистому приросту, Россия



Растет доля позитивно воспринимающих изменения

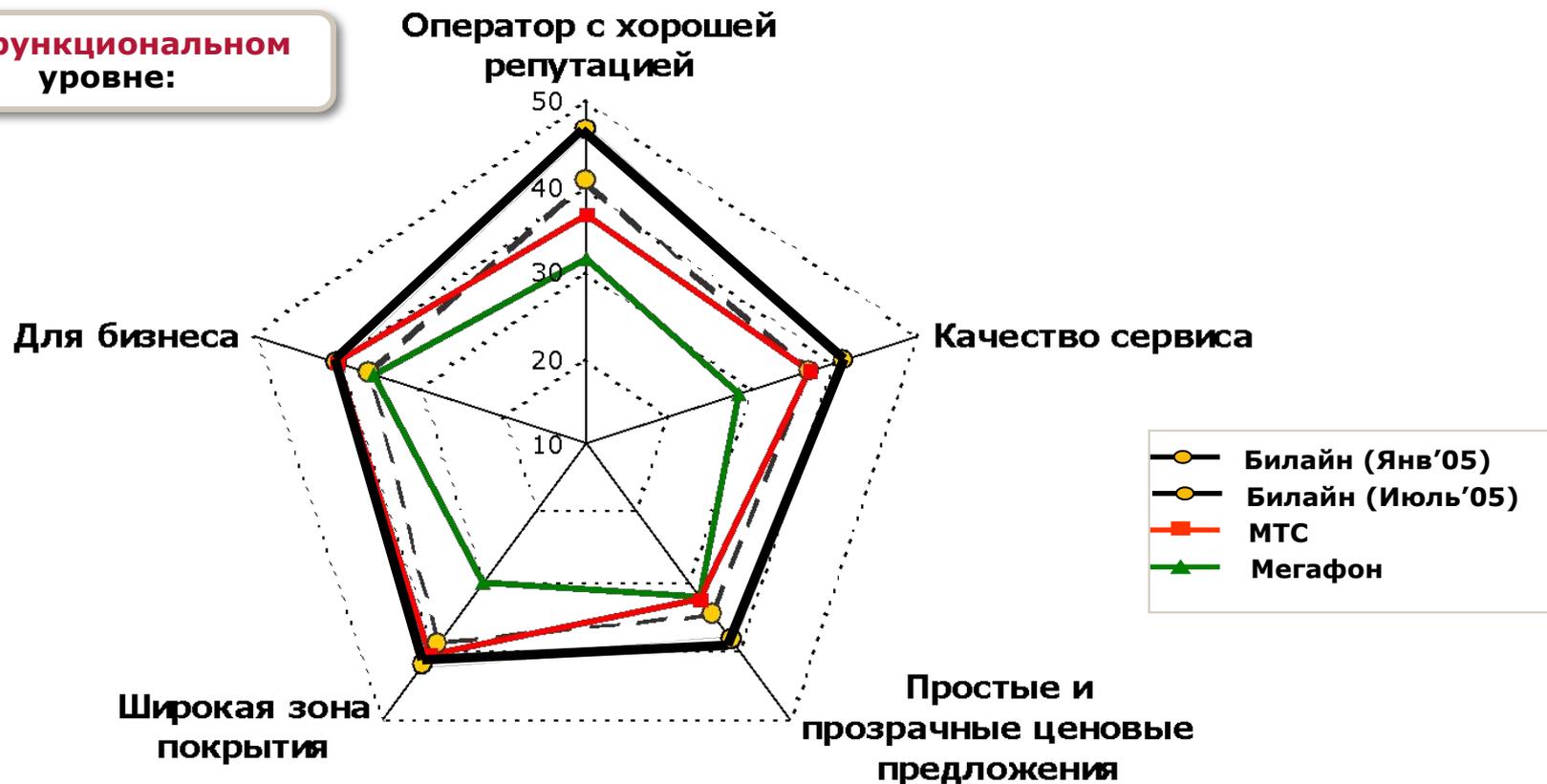


Данные ROMIR Monitoring, апр-авг '05
Выборка: все респонденты (1621 респондента), %

«Билайн» стал восприниматься по-новому



На **функциональном** уровне:

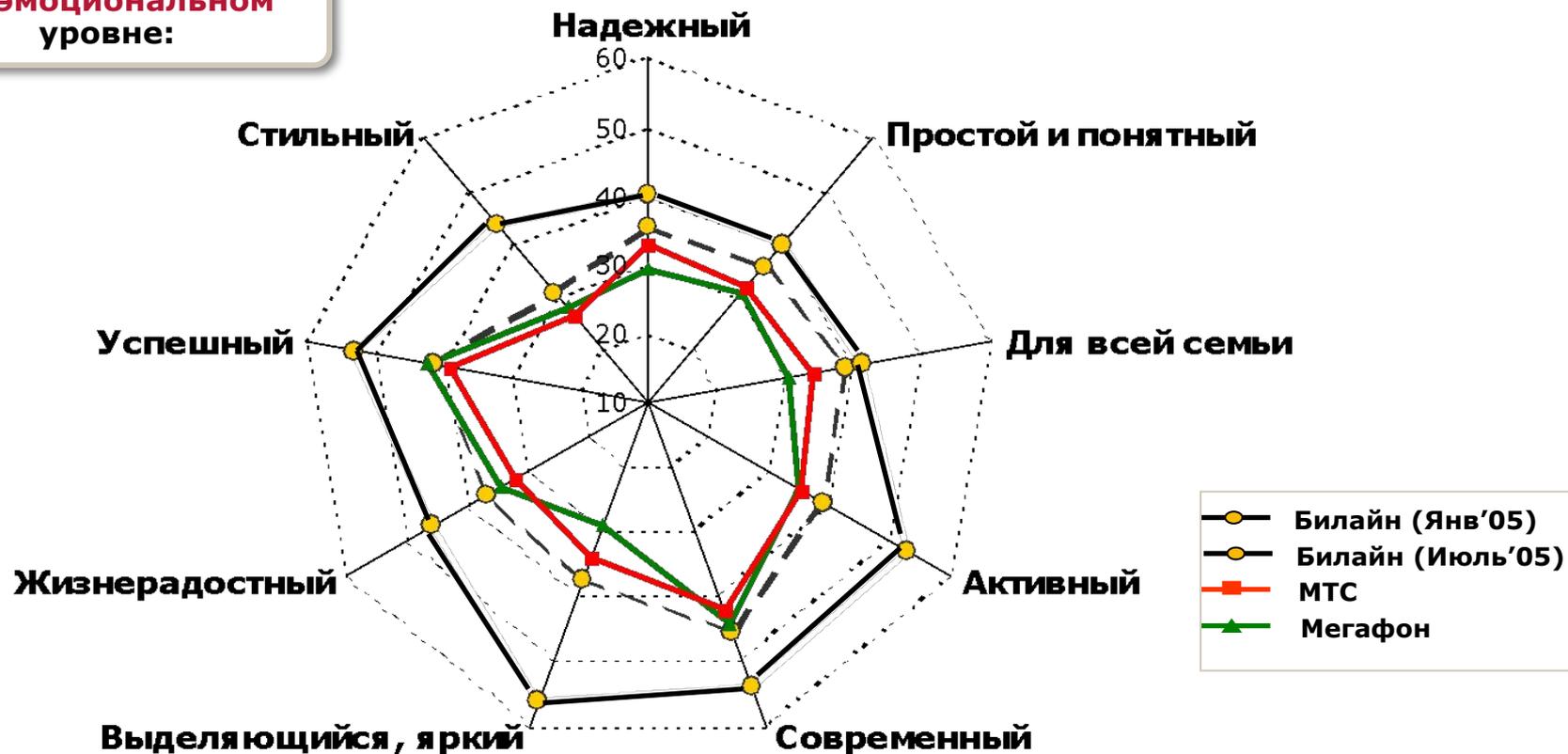


Данные
TNS

«Билайн» стал восприниматься по-новому



На **эмоциональном** уровне:



Данные
TNS

Итоги

23

© Beeline 2005

Количество «приверженных» пользователей «Билайн» растет

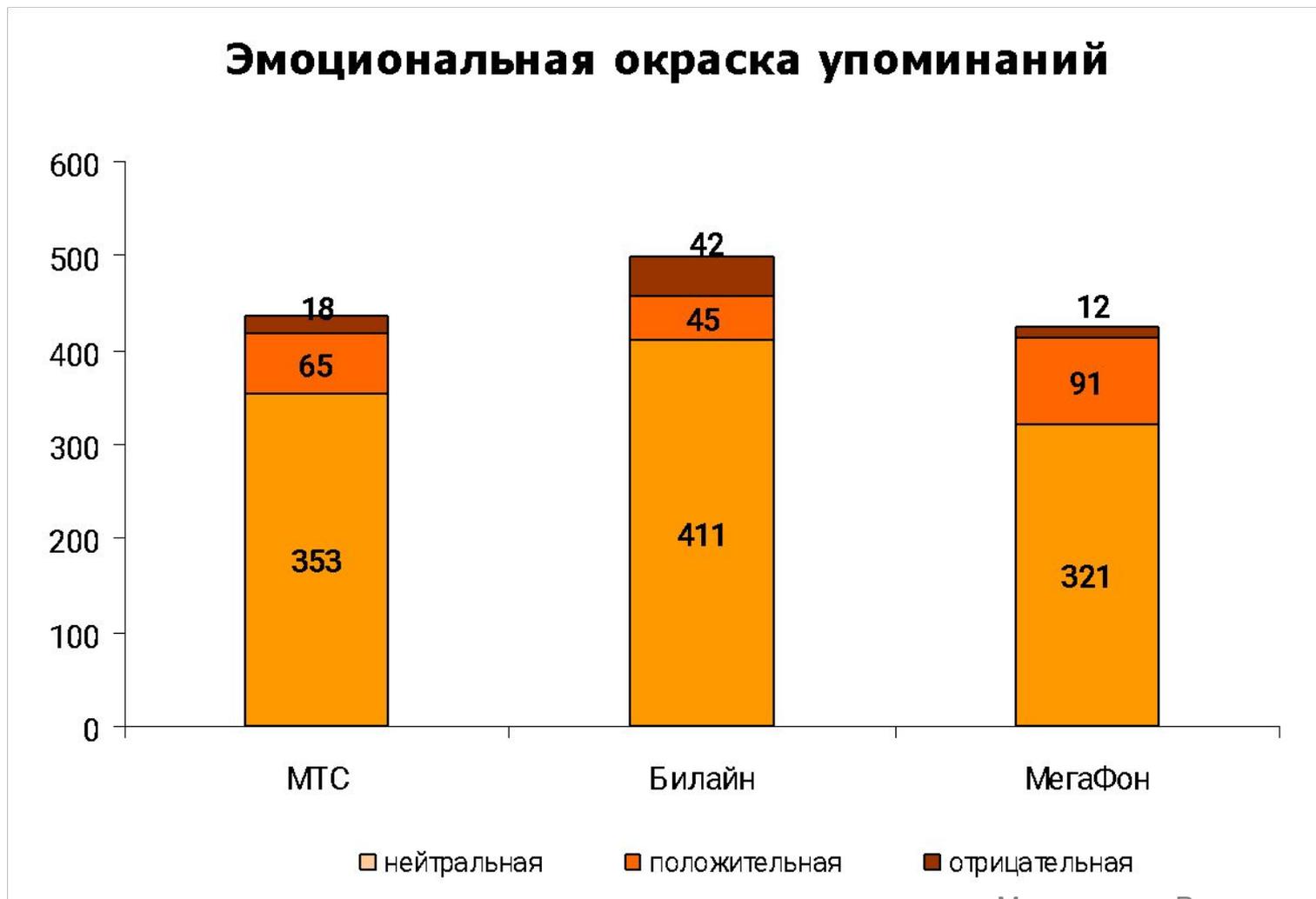


	Доля «приверженных»*		
	Q4'04	Q1'05	Q2'05
«Билайн»	22%	25%	26%
«МТС»	22%	22%	24%
«Мегафон»	8%	10%	11%

«Билайн» имеет самую высокую долю «Приверженных»

*Приверженные пользователи – преданы бренду, не готовы сменить бренд в обозримом будущем, рекомендуют бренд своим друзьям, коллегам, деловым партнерам

Упоминания в СМИ, март 2005

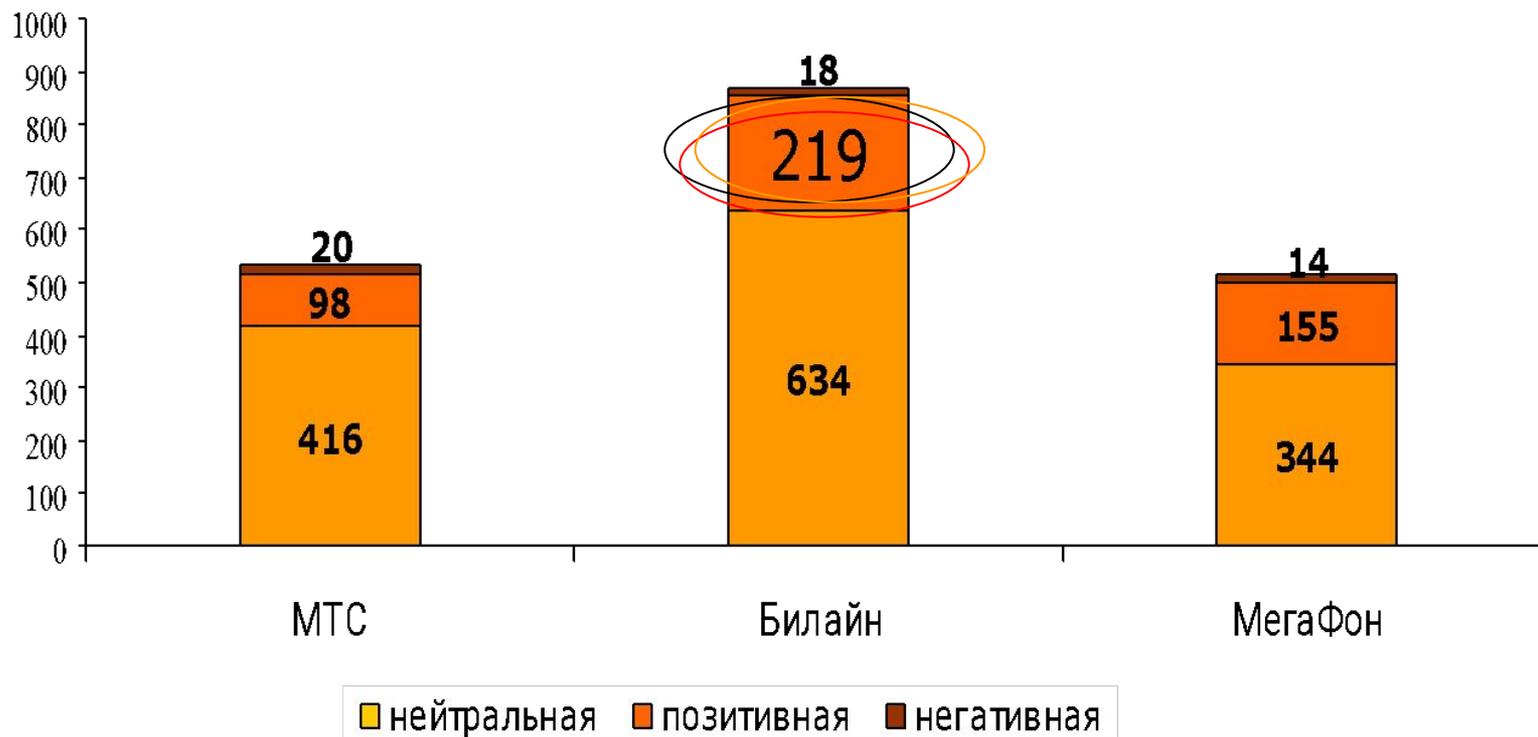


Мониторинг «Р-стори», март '05

Упоминания в СМИ, апрель 2005



Эмоциональная окраска упоминаний



Мониторинг «Р-стори», апрель '05

Ребрендинг. Телемост

- В пресс-мероприятии принимали участие **507 журналистов**
- Во время мероприятия журналистами было задано **102 вопроса**
- Спикеры мероприятия дали **22 интервью**
- В пресс-туре приняли участие **205 журналистов из 65 городов**
- **40 ТВ-сюжетов**



Отражение в СМИ*:

Апрель – **317 публикаций**

В апреле – самая упоминаемая тема среди всего массива информации о рынке сотовой связи

*Российские СМИ без учета ТВ и радио. Данные «Р-стори»

Коммуникации сотрудникам

- Презентация «Билайн. Эволюция бренда»
- Практическая информация и форум в Интранете
- Серия публикаций о брендах и ребрендинге в корпоративном издании
- Переоформление офисов
- Письмо каждому сотруднику от Генерального директора
- Праздничные мероприятия
- Раздача сувенирной продукции в новом стиле



11 000 сотрудников в Москве и регионах
180 офисов в 92 городах



Билайн™

Что дальше?

Интегрируем бренд в нашу жизнь

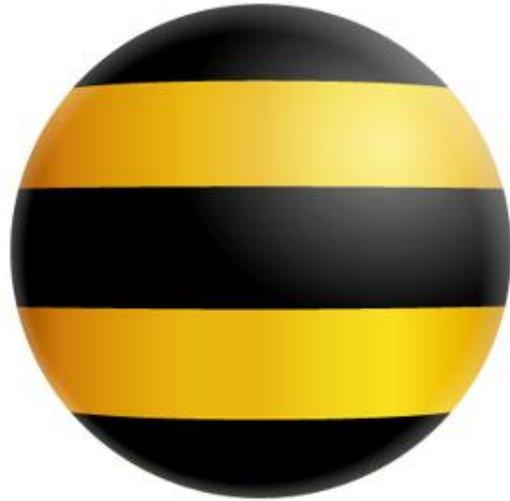
Повышаем узнаваемость бренда по всей России

Фокусируемся на опыте, который получает абонент от общения с оператором

Продолжаем исследовать восприятие

Стать ведущей
сервисной компанией
мирового уровня





Билайн™