

Будущее мобильных технологий

Nokia сегодня и завтра



Этот финский бренд знаком каждому, кто хоть раз воспользовался услугами мобильной связи. Продукты Nokia ассоциируются пользователями со стилем и модой, они престижны. На наши вопросы о деятельности корпорации Nokia отвечает Виктор Сайс, вице-президент региона Евразия, руководитель кластера по продажам Nokia в России, Украине, юге СНГ, Турции.

Господин Сайс, расскажите, пожалуйста, когда и кем создавалась компания и с каким первым проектом вышла на российский рынок.

Корпорация Nokia начала работать в области производства современного телекоммуникационного оборудования с середины шестидесятых годов прошлого века... В конце 80-х Nokia стала одним из основных разработчиков оборудования стандарта GSM, а в 1987 году выпустила на рынок первый сотовый телефон. С октября 2005 года корпорацию Nokia возглавляет Олли-Пекка Калласвуо.

Nokia работала в СССР еще в 60-е годы. С 1993 года интересы Nokia в Петербурге представляло предприятие Nokia Switching Systems (NSS), а в 1997 году было создано ЗАО «Нокиа» с головным офисом в Москве.

В рамках реорганизации с 1 января 2008 года действует деление корпорации на одиннадцать бизнес-единиц (кластеров). Кластеры выделены по территориальному признаку и специфике каналов дистрибуции. Одной из таких ключевых

бизнес-единиц Nokia стал кластер Евразия, включающий в себя 4 подразделения — Россию, Украину, юг СНГ и Турцию.

Что представляет собой компания NOKIA сегодня?

Nokia — мировой лидер в области мобильных коммуникаций, движущая сила конвергенции и роста мобильной индустрии и Интернет. Nokia производит широкий спектр мобильных устройств, обеспечивающих людям новые возможности в сфере музыки, навигации, видео, телевидения, работы с изображениями, игр и бизнес-мобильности. Nokia также предоставляет оборудование, решения и услуги для сетей сотовой связи.

В декабре 2007 года корпорация Nokia представила свое видение будущего мобильной отрасли, предсказав быстрые изменения, обусловленные конвергенцией мобильных технологий и Интернетом и потребностью отрасли в наращивании усилий по охране окружающей среды. Nokia стремится способствовать развитию обеих тенденций и намерена играть ве-



душую роль в информировании потребителей о проблемах окружающей среды и продвижении экологически безопасных технологий.

Представив в августе 2007 года Интернет-сервис Ovi, корпорация Nokia задала темп грядущих преобразований. Ovi, что в переводе с финского означает «дверь», позволяет с легкостью получить доступ к социальным сетям и содержащемуся в них контенту, выступая в качестве «приборной панели» для управления жизнью. Ovi сочетает в





себе элементы мобильной инфраструктуры, ПК и Web-технологий в рамках удобной в использовании среды, включающей в себя общие элементы пользовательского интерфейса.

Какие факторы помогают Вашей компании успешно развиваться в условиях современного российского рынка?

Корпорация Nokia является абсолютным лидером среди производителей мобильных устройств и сервисов в России. Потребители воспринимают продукты Nokia как качественные, надежные и интуитивно-понятные устройства. Продукты Nokia ассоциируются пользователями со стилем и модой, они престижны.

Наиболее весомая причина успешного развития компании — в предлагаемом продукте. Nokia непрерывно обновляет линейки моделей, дополняя их еще более усовершенствованными как в плане технических инноваций, так и в части дизайнерских решений, привлекающая для этих целей специалистов из разных стран мира.

Для того, чтобы предвосхищать желания любителей мобильных технологий, становящихся все более взыскательными, Nokia регулярно проводит исследования среди населения самых разных социальных слоев, с самыми разными потребностями и требованиями к тому, что их окружает, живущими в разных странах.

Немаловажный момент в том, что при разработке каждой модели, неважно, это телефон с базовыми функциями, коммуникатор или мультимедийный компьютер, Nokia ставит во главу угла интуитивно-понятное меню.

Являясь мировым лидером-производителем мобильных устройств и сервисов, корпорация Nokia обладает хорошей репутацией и мощными ресурсами для того, чтобы вести за собой рынок конвергентных мультимедийных устройств. Ни одна из конкурирующих компаний не обладает подобным потенциалом.

Как организованы контроль за качеством выпускаемой компанией продукции и сервисное

обслуживание сотовых аппаратов NOKIA в России?

Nokia придерживается единых стандартов качества и ведения бизнеса во всем мире. Все продукты проходят тщательное тестирование и обеспечены гарантийной и пост-продажной поддержкой. Отмечу также, что Nokia занимает очень активную позицию в вопросах безопасности и соблюдения соответствующих законодательств об охране здоровья и окружающей среды. Более того, во многих случаях мы превосходим требования регулирующих органов на многих рынках.

При разработке новых продуктов Nokia использует принцип проектирования с учетом экологических требований. Мы стремимся оценивать влияние продукта на окружающую среду, начиная с самых первых эскизов и выбора материалов и далее на протяжении всего жизненного цикла продукта. При этом мы в обязательном порядке учитываем требования и рекомендации компетентных организаций. Также мы проводим собственные исследования и изучаем оптимальные для здоровья человека и экологии решения. Таким



образом, пользователи продуктов Nokia могут быть уверены, что их устройства экологичны и удовлетворяют максимальным требованиям безопасности.

Большое внимание уделяется и борьбе с «серыми» и поддельными аппаратами. Самый надёжный способ защитить себя от покупки подделки или «серого» аппарата — это проверить IMEI номер телефона, который является его «паспортом» и с его помощью легко определить, сертифицирован данный продукт или нет. IMEI-код можно найти на коробке и на внутренней панели телефона. Следует проверить этот код, набрав *#0000#. Также можно проверить, произведен ли телефон с этим IMEI-кодом для продажи на территории России, позвонив в «Горячую линию» Nokia по телефону +7 495 6441804. Если да, это оригинальный, официально поставленный продукт с гарантией сервисного обслуживания. Кроме того, отличить оригинальный телефон от подделки можно по батарее — начиная с 2004 года, на них наносятся кодированные голограммы. Каждая батарея также имеет свой

идентификационный номер, который также можно проверить, позвонив в «Горячую линию».

Безусловно, стоит обратить внимание и на статус торговой точки. Мы рекомендуем обращаться только к авторизованным партнёрам, полный перечень которых можно найти на www.nokia.ru.

Таким образом, при покупке следует обратить внимание на IMEI-код, батарею, внешний вид упаковки и самого устройства и статус торговой точки.

На официальном сайте Nokia существует специальный раздел «Сервис» (<http://www.nokia.ru/A4375171>), с помощью которого можно самостоятельно устранить проблему с устройством, также круглосуточно работает «Горячая линия» Nokia. Если не удалось устранить неполадки собственными силами, можно обратиться в любой сервисный центр Nokia в городах России и СНГ.

Как руководство компании оценивает ближайшие перспективы развития рынка бытовой техники в России?

Нам как телекоммуникационной и Интернет-компаниям сложно и не совсем корректно оценивать рынок бытовой техники. Что касается телекоммуникационной отрасли в России, могу сказать следующее. Россия — перспективный, динамично развивающийся рынок, стратегически важный для Nokia. Одна из ключевых тенденций, характеризующих российский телекоммуникационный рынок и определяющих нашу стратегию в частности — это рост популярности многофункциональных аппаратов. Возможности современных телефонов существенно расширились — теперь это и фото, и видео, и музыка, и бизнес-приложения, и многие другие функции, поэтому мы наблюдаем рост продаж более дорогих моделей, смартфонов, мультимедийных компьютеров, коммуникаторов. На наш взгляд, наиболее значимый тренд мирового рынка в целом и российского в частности на ближайшее будущее — это бурное развитие интернет-сервисов для смартфонов, переход от просто коробочного устройства к подключенному конвергентному аппарату.