

АКТУАЛЬНО

# ДРУЖБА С КЛИЕНТОМ

Телекоммуникационные компании будут развивать площадки в социальных сетях

Социальные ресурсы сегодня помогают не только общаться с друзьями, но и напрямую решать различные вопросы со своими мобильными операторами и провайдерами. Кроме того, на корпоративных площадках в социальных сетях абоненты могут получить различные призы и бонусы.

Татьяна МАТВЕЕВА

## ШИРОКИЙ ОХВАТ

Практически у любого оператора мобильной связи и интернет-провайдера есть своя площадка хотя бы в одной социальной сети, а чаще в нескольких. Например, официальные площадки Поволжского «МегаФона» есть в большинстве популярных социальных сетей: 15 региональных групп «ВКонтакте», поволжский аккаунт в Twitter, поволжский аккаунт в Facebook и корпоративный журнал mega\_vstrecha в LiveJournal.

По словам директора по связям с общественностью Поволжского филиала ОАО «МегаФон» Елены Харитоновой, самая первая площадка – «ВКонтакте» – появилась более двух лет назад. У компании TELENET есть страницы в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники» и Facebook. По словам заместителя директора «Теленет» Неллы Васильевой, страница «ВКонтакте» существует уже несколько лет, страницы на других ресурсах были созданы в этом году. Официальные представительства компании МТС есть в сети Facebook, Twitter, «ВКонтакте». Кроме того, у МТС есть свой канал на YouTube. С 2011 года МТС сотрудничает с геолокационной социальной сетью Foursquare.

Самарский филиал ОАО «Ростелеком» в нынешнем году открыл представительства на ресурсах: «ВКон-



такте», Facebook, Twitter, LiveJournal. Есть собственные площадки в Интернете и у ОАО «ВымпелКом» (бренд «Билайн»). Это группа «Билайн Самара» в социальной сети «ВКонтакте» и «живой журнал» beeline.samara.

«Группа создана весной 2010 года, а «живой журнал» начал планировать работу в социальных медиа год назад, в сентябре 2011 года, и сейчас ведет официальные аккаунты в наиболее популярных из них – «ВКонтакте», Facebook, «Одноклассники», Twitter.

Как правило, компании используют социальные сети не только как дополнительный канал обслуживания абонентов.

Начальник отдела по связям со СМИ Самарского филиала ОАО «Ростелеком»

## Компания, открывающая свои представительства в социальных сетях, становится виртуально ближе к пользователю, может общаться с ним на одном языке

Елена Чистова подчеркивает, что компания, открывающая свои представительства в социальных сетях, делает большой шаг навстречу клиентам, как существующим, так и потенциальным: компания становится виртуально ближе к пользователю.

Нелла Васильева отмечает, что получение обратной связи от клиентов – это очень важный момент для совершенствования работы компании и повышения уровня сервиса и, в конечном итоге, повышения лояльности абонентов. «Кроме поддержки официальных представительств в

социальных сетях, компания ведет активную работу в блогосфере, включающую в себя мониторинг упоминаний о компании, работу с блогерами», – сообщает специалист по связям с общественностью ОАО «МТС» макрорегион «Поволжье» Екатерина Карпова.

## СВОЯ АУДИТОРИЯ

Во многом способ общения в каждой социальной сети зависит от специфики аудитории ресурса.

«ВКонтакте» – это по большей части интерактивная площадка. Несколько раз в месяц в каждом регионе проводятся конкурсы, викторины, тестирования услуг и дедов, – рассказывает Елена Харитоновая. – В твиттер-аккаунте ведется оперативное информирование о новостях компании и отрасли. Через этот канал к нам чаще всего обращаются за консультациями. Площадка в ЖЖ – это подробные отчеты о событиях, пользовательские обзоры и результаты тестирования новых устройств и услуг. Со-

всем недавно у нас появился еще один корпоративный аккаунт в сети Facebook. Мы планируем проводить здесь интересные конкурсы».

Ольга Богатова также отмечает, что каждое интернет-представительство «Дом.ру» решает свои задачи. «К примеру, официальное сообщество компании «ВКонтакте» содержит актуальную информацию о деятельности компании – новых тарифах, акциях, проекте «Музыкальный клуб». Кроме того, для участников сообщества разработано специальное приложение Центр поддержки абонентов», – рассказывает эксперт.

В разных социальных сетях у компаний и различные по численности и составу аудитории.

По словам Неллы Васильевой, сейчас наиболее популярным и эффективным ресурсом общения с абонентами TELENET является страница «ВКонтакте». В этой же социальной сети находится и наиболее многочисленная по количеству

участников страница МТС – более 740 тыс. подписчиков. На втором месте – страница МТС в Facebook, на которую подписано более 46 тыс. человек. В Twitter у МТС порядка 15 тыс. «фолловеров». В группе «Билайн Самара» «ВКонтакте» состоит 5917 человек и она ежедневно растет. Среди читателей «живого журнала» 87 блогеров. По словам Елены Харитоновой, в поволжских группах «ВКонтакте» в сумме более 50000 пользователей, в «Твиттере» – около 2000 подписчиков, а площадка в Facebook только запущена, ее продвижение лишь начинается. Ольга Богатова рассказывает, что наиболее популярным является аккаунт компании «ВКонтакте», на страницу «Дом.ру» подписано около 40 тыс. человек, а в группе «Дом.ру Самара» состоит около 1,5 тыс. человек. Интернет-представительство компании на Facebook имеет около 3 тыс. участников, в «Одноклассниках» – более 2 тыс., ленту «Дом.ру» в Twitter читает около 2,5 тыс. человек.

## ЧТО ПОЛУЧАЕТ КЛИЕНТ

Многие абоненты охотно пользуются возможностями, которые дает прямая связь с оператором. К примеру, возможность ресурсов «ВКонтакте» и Facebook Самарского филиала ОАО «Ростелеком» позволяют проводить на них конкурсы для участников программы лояльности «Золотая лихорадка». На каждой региональной площадке «МегаФона» «ВКонтакте» 3-4 раза в месяц проводятся различные конкурсы и викторины. ОАО «ВымпелКом» постоянно проводит конкурсы, в которых можно выиграть интересные призы: необычные подарки, которые не купишь в магазине, и даже бесплатные периоды пользования услугами компании.

Абоненты TELENET могли принять участие в творческих конкурсах, которые компания проводила совместно с популярными телеканалами. Победители получили пригласительные билеты в самарские кинотеатры. А абоненты «Дом.ру» в августе-сентябре получили возможность выиграть билеты на концерты британской группы Hurts.



## Нелла ВАСИЛЬЕВА, заместитель директора «Теленет»:

Компании, предоставляющие те или иные услуги, должны осваивать новые средства коммуникации со своими реальными и потенциальными клиентами. Кроме того, в сегодняшней конкурентной ситуации провайдеры предоставляют телекоммуникационные услуги почти на равных условиях. Сегодня важно не только подключить нового абонента – провайдеры ведут активную борьбу за его удержание, и повышение уровня сервиса в этом плане является одной из приоритетных задач. В этом смысле создание страниц в социальных сетях обеспечивает оперативное взаимодействие с абонентом на ком-

фортной для него площадке и играет очень важную роль. Мы даем возможность абоненту выбирать наиболее удобное для него средство коммуникации с провайдером.

## Елена ХАРИТОНОВА, директор по связям с общественностью Поволжского филиала ОАО «МегаФон»:

Аккаунты в социальных медиа – один из каналов обратной связи, с помощью которых компания ведет диалог со своими клиентами, целенаправленно и системно формируя с ними доверительные отношения. Часто клиенты обращаются в группу в социальной сети еще до обращения в контакт-центр и почти всегда получают довольно результативное решение вопроса и личное общение с сотрудниками компании.

Ольга БОГАТОВА, руководитель отдела маркетинга филиала ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг» в Самаре (бренд «Дом.ру»):

Аккаунты в социальных медиа – один из каналов обратной связи, с помощью которых компания ведет диалог со своими клиентами, целенаправленно и системно формируя с ними доверительные отношения. Часто клиенты обращаются в группу в социальной сети еще до обращения в контакт-центр и почти всегда получают довольно результативное решение вопроса и личное общение с сотрудниками компании.

## Размерный ряд тарифов «МегаФон» предлагает новые интернет-опции

Теперь пользователи мобильных устройств смогут легко и просто выбрать опцию для скоростного мобильного Интернета. В обновленной тарифной линейке интернет-опций используется привычная для многих потребителей классификация по аналогии с размерами одежды – XS, S, M, L, XL и XXL.

Ирина БОНДАРОВА

Новая тарифная линейка «МегаФона» максимально удобна для восприятия – чтобы выбрать наиболее выгодную по цене тарифную опцию, пользователю достаточно определиться с устройством и задачами, которые он хочет решать с помощью мобильного Интернета.

Владельцам телефонов, которым Сеть требуется периодически для просмотра новостей страниц, общения в социальных сетях и работы с электронной почтой, подойдет демократичные тарифные опции «Ин-

тернет XS» и «Интернет S». Для пользователей планшетов и тех, кто хочет использовать большие возможности Интернета в своем телефоне, подойдет опция «Интернет M».

«Размеры» L, XL и XXL будут в самый раз владельцам универсальных модемов и роутеров. Выбрав подходящую опцию, пользователи Сети смогут без труда скачивать видеофайлы, архивы фотографий и другой «тяжелый» контент. А также играть в онлайн-игры или решать профессиональные задачи – не только дома или в офисе, но и везде, где есть мобиль-

ный Интернет. Владельцы устройств в поддержке 4G (модемы, планшеты, роутеры) получают дополнительное преимущество – доступ к Сети на скоростях 4G (до 50 Мбит/сек) при подключении на тарифные опции «Интернет XL» и «Интернет XXL».

Подключить новые тарифные опции смогут как существующие, так и новые клиенты оператора.

Новая система тарифных опций будет единой для всех регионов Поволжья. Самый демократичный вариант доступа через 3G – всего за 110 рублей в месяц, а для 3G/4G – 590 рублей в месяц.

\* Указан объем использованного трафика, при достижении которого скорость снижается до 64 Кбит/сек.

Подробности – на сайте www.volga.megafon.ru, по телефону информационно-справочной службы 0500 (внутри сети) или 8 9271 110 500 (с любого телефона), реклама

Тарифная опция	Абонентская плата в месяц	Объем трафика днем (08:00-23:59)*	Объем трафика ночью (00:00-07:59)*	Территория действия	Доступна в сетях
Интернет XS	110	60 Мб/день		Домашний регион	2G/3G
Интернет S	150	1 Гб/месяц		Поволжский филиал	2G/3G
Интернет M	290	4 Гб/месяц		Домашний регион	2G/3G
Интернет L	395	8 Гб/месяц	17 Гб/месяц	Домашний регион	2G/3G
Интернет XL	590	25 Гб/месяц	без ограничений	Поволжский филиал	2G/3G/4G
Интернет XXL	990	70 Гб/месяц	без ограничений	Поволжский филиал	2G/3G/4G

новинки

## «Многоканальные» смартфоны. Моделей с двумя «симками» становится больше

Производители электроники расширяют линейки телефонов и смартфонов устройствами, поддерживающими работу с двумя SIM-картами. Причем новые модели рассчитаны на разный вкус и кошелек.

Семен ТРОФИМОВ

## ЧУДЕСА АЗИИ

Компания Асег планирует расширить линейку двухсимочных смартфонов: к концу года в продаже должен появиться аппарат Acer Z110. Пока известно, что у устройства 3,5-дюймовый HVGA-дисплей, а также что оно поддерживает 3G. Правда, лишь для одной SIM-карты. В Acer Z110 используется однокристальный процессор MediaTek MT6516 с тактовой частотой 1 ГГц, а базируется смартфон на Android 4.0 Ice Cream Sandwich. Также обещано: 256 Мб оперативной памяти, слот под карточку microSD, камера на задней панели и стандартный 3,5-миллиметровый разъем для наушников. Предлагаемая цена – около 100 евро или \$128.

Еще более доступным обещает быть телефон с поддержкой двух SIM-карт от Samsung под названием Champ Neo Duos. Хотя это устройство не является смартфоном, оно оборудовано сенсорным дисплеем с диагональю 2,4 дюйма и QVGA-разрешением. Для хранения контента предла-

гается использовать карты microSD (до 32 Гб). Имеется стандартное гнездо под наушники, VGA-камера на задней панели и функция ChatOn. Питается телефон от аккумулятора с емкостью 1000 мАч. Устройство поддерживает работу в сетях второго поколения GSM/GPRS/EDGE.

Обе новинки пока доступны только в странах Азии. Заказ на Champ Neo Duos можно оформить в Индии примерно за \$61. А Acer Z110 сначала появится в Гонконге.

## НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Новый бюджетный смартфон вышел у компании Explay. Модель Explay STAR на основе платформы Android 2.3.5 поддерживает взаимодействие с двумя активными SIM-картами. Гаджет имеет сенсорный TFT-дисплей диагональю 3,5 дюйма и разрешением 320x480 пикселей. Для выхода в Интернет можно использовать и Wi-Fi (802.11 b/g/n), и 3G. Также устройство поддерживает Bluetooth 2.1.

У Explay STAR две камеры: основная камера с автофокусом обладает разрешением

в 5 Мп, а вторая фронтальная камера – 0,3 Мп. Есть функция GPS-навигации, а также FM-радио. Встроенная память может расширяться до 32 Гб с помощью карт памяти формата microSD. Литий-ионный аккумулятор имеет емкость 1500 мАч. Смартфон работает до 200 часов в режиме ожидания и до пяти часов в режиме разговора. Рекомендованная цена на смартфон Explay STAR составляет 4490 рублей.

Вдвое дороже обойдется новый смартфон Fly IQ441 Radiance. Это первый смартфон бренда на платформе Android 4.0. Гаджет базируется на двухъядерном процессоре MTK6577 с частотой 1 ГГц. Емкостный 4,3-дюймовый дисплей с разрешением 480x800 пикселей выполнен с использованием технологии In-Plane Switching (IPS).

Смартфон получил поддержку 2 SIM-карт в режиме ожидания. Максимальное время работы в режиме разговора – до шести часов, а в режиме ожидания – до 400 часов. Предусмотрена поддержка карт памяти microSDHC объемом до 32 Гб.

Смартфон поддерживает 3G и Wi-Fi, а также Bluetooth 3.0 и GPS. Устройство оборудовано камерой с разрешением 5 Мпикс (2560x1920 пикселей) с автофокусом, цифровым зумом и вспышкой.

ПОИСК

## Основное окно

Как выбрать качественный монитор



Неправильный выбор монитора способен испортить впечатления от работы даже с самым качественным компьютером. Чтобы этого не произошло, необходимо четко понимать, для чего планируется использовать ПК, и внимательно изучить с десяток параметров.

Илья КАЗАКОВ

## ОСНОВНЫЕ МОМЕНТЫ

Начинать выбор ЖК-монитора необходимо с определения размера его диагонали. Чтобы работать с офисными программами и выходить в Интернет, хватит и 17-дюймового монитора. Но удобства работы с огромными Excel-таблицами, комфортный просмотр кинофильмов обеспечит только монитор с диагональю не менее 19-21 дюйма, причем с широкоформатным экраном – 16:9 или 16:10.

Далее следует выбрать тип матрицы. Отдельные производители эту характеристику не привносят, но, выбирая монитор, следует все-таки найти информацию, какой тип матрицы в нем используется. Очень распространены мониторы на матрицах TN или TN+film. Такие мониторы относительно дешевы, имеют малое время отклика пикселей, низкое энергопотребление. Правда, точность передачи цвета, контрастность при этом страдают. Этот монитор рекомендуется, если вам нужен компьютер, чтобы работать с офисными программами или если вы любите динамичные игры.

Антипод этого типа матрицы – технология IPS. Такие мониторы лучше выбирать дизайнерам, фотографам и вообще всем, кто работает с цветом профессионально, поскольку у них отличная цветопередача – оттенки по максимуму приближены к естественным тонам. Хотя эти мониторы хуже в отношении времени отклика пикселей, более энергозатратны, контрастность у них средняя, да и стоят они дороже.

Компромиссным вариантом являются матрицы MVA и PVA. Их отличают высокая контрастность, отличная цветопередача, средняя цена и энергопотребление. Они отлично подойдут для домашних кинопросмотров, обработки фотографий и чертёжно-графической работы.

Вне зависимости от матрицы нужно обратить внимание на время отклика пикселей. Оно измеряется в миллисекундах и означает тот временной отрезок, за который в ячейке экрана монитора изменится цветовой тон. При значительном времени отклика на изображении будут видны шлейфы, тянущиеся за подвижными объектами. В современном мониторе время отклика должно быть в пределах 2-5 миллисекунд. Также следует присмотреться к углу обзора. Этот параметр характеризует ту степень отклонения от центра по вертикали или по горизонтали от экрана, при которой качество изображения не меняется. Если планируется смотреть на мониторе фильмы в большой компании, то угол обзора должен быть широким.

Контрастность задает ширину диапазона отображения темных и светлых оттенков на экране. Предпочтительнее работать с чертежами, фотоснимками, цветом, обратите внимание на наличие возможности регулировать этот параметр.

Также, присматриваясь к конкретной модели, стоит обратить внимание на параметр яркости – чем ярче, тем лучше. Это поможет видеть изображение в лучах яркого солнца и освещения.

Если планируется использовать монитор в комнате, где много окон и источников света, стоит отказаться от моделей с глянцевым покрытием. Картина на таком мониторе зрительно более сочная, контрастная. Но яркий свет будет отражаться на экране и мешать просмотру.

Отчасти эту проблему решает LED-подсветка. Это такой метод подсветки жидких

кристаллов, который базируется на применении светодиодов. Применение LED-технологии разрешает более достоверно передавать цвета, а само изображение становится более контрастным и ярким, снижается энергопотребление, плюс значительно уменьшается толщина корпуса монитора.

## ТЕХНИЧЕСКИЕ НЮАНСЫ

Не стоит выбирать мониторы, оснащенные устаревшим разъемом VGA. На таких устройствах может появиться легкая размытость изображения и его дрожание. Присутствие у монитора порта DVI разрешает получить более качественное, четкое изображение.

Отдельные мониторы оснащают встроенными TV-тюнерами – тогда вы сможете превратить монитор в телевизор. А монитор широкого формата с HD Ready, Full HD-разрешением даст наслаждаться телевидением с высокой четкостью картинки. Если вы хотите разместить монитор на компактном столе, ползными будут встроенные динамики.

Любители общаться по Интернету оценят по достоинству встроенные веб-камеру и микрофон. Многим может понравиться возможность поворачивать экран на 90 градусов – ряд современных видеокарт оснащён таким «вертикальным» режимом. В случае же, когда его нет, имеются специальные программы для поворота «набок» экрана windows.

Сейчас стали популярны мониторы, поддерживающие 3D. Такая технология позволяет создать иллюзию трехмерного изображения, видимость глубины пространства посредством одной временной трансляции двух кадров, предназначенных для правого и левого глаза. Такое изображение получается в определенном образом подготовленных играх, фильмах, на фотографиях.

## ЦЕНОВОЙ РАЗБРОС

Одним из самых доступных мониторов является BenQ G950A. Устройство стоит около 3 тыс. рублей. Имеет диагональ 18,5 дюйма, матрицу по технологии TFT TN, соотношение сторон 16:9, порт VGA и время отклика в 5 миллисекунд. Главным достоинством устройства является низкая цена. При этом у него очень низкая яркость, контрастность и крайне небольшая угол обзора.

За 5 тыс. рублей можно приобрести монитор LG Flatron L1942SE. Его диагональ 19 дюймов, у него аналогичный тип матрицы TFT TN, соотношение сторон 5:4 и время отклика 5 миллисекунд. Впрочем, яркость и контрастность на этом устройстве значительно лучше. Для просмотра фильмов яркости все же маловато, а вот для работы в самый раз, глаза долго не будут уставать.

Проблему могут составить отсутствие разъема DVI, не очень хорошие вертикальные углы обзора и то, что, по отзывам пользователей, на белых страницах в Интернете заметен градиент: цвета в верхней части экрана отливает розовым, в нижней – голубым.

Полностью избавиться от таких проблем можно, купив модель в сегменте от 14 тыс. рублей и выше. Например, ASUS VC236HE. Его диагональ 23 дюйма, он поддерживает 3D, соотношение сторон 16:9, имеет входы DVI и HDMI и время отклика 2 миллисекунды.

