

# МИССИЯ И СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ

\\ ПАО «МТС» представило новую стратегию развития компании на 2020–2022 годы — **Customer Lifetime Value 2.0**. Новая стратегия детализирует существующие стратегические цели МТС и ориентирована на создание на базе основного телекоммуникационного бизнеса продуктовой экосистемы с бесшовным переходом между сервисами.

## СТРАТЕГИЯ CLV 2.0



### CLIENT

Лучший клиентский опыт благодаря глубокому персонализированному подходу на основе искусственного интеллекта, аналитики больших данных и единого клиентского ID. Бесшовный комфортный переход между цифровыми витринами и продуктами.



### LIFETIME

Нацеленность на долгосрочные взаимоотношения с клиентом. Концентрация усилий на повышении лояльности и эмоциональной привязанности клиента к бренду, в том числе и через социально и экологически ответственные действия компании.



### VALUE

Осознанное получение клиентом выгоды от нахождения в экосистеме. Удобная технологическая платформа для эффективного взаимодействия с партнерами и лучшего клиентского опыта.



Подробнее о стратегии CLV 2.0 — в разделе «Новая стратегия», с. 41