

## НАШИ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ

### ЭКОСИСТЕМА МТС

\\ **Радикальная трансформация бизнес-модели**



**Единый зонтичный бренд МТС**

**Набор связанных продуктов**

**взаимное усиление и бесшовный опыт**

**Партнерские предложения**

**удобно клиентам, выгодно партнерам**



## СТРАТЕГИЯ CLV 2.0

### CLIENT

- Пользователь связанных цифровых витрин, бесшовно получающий сервисы от МТС и партнеров
- Клиентоцентричность: смотрим глазами клиента, а не через призму отдельных продуктов и услуг
- Лучший клиентский опыт благодаря глубокому персонализированному подходу (AI/Big Data)

### LIFETIME

- Нацеленность на долгосрочные взаимоотношения с клиентом
- Максимизируем общую долгосрочную прибыль от клиентов, а не текущую выручку по отдельным продуктам
- Фокус на поддержание лояльности и эмоциональной привязанности, в том числе и через социально и экологически ответственные действия компании
- Концентрация на NPS и Love brand

### VALUE

- Высококласные продукты (в том числе партнерские)
- Удобная технологическая платформа для эффективного взаимодействия с партнерами и лучшего клиентского опыта
- Создание новой ценности за пределами телекома (включая монетизацию через рекламу и лидогенерацию)

Бесшовный опыт на базе связанных витрин