



ОПЕРАТОР СВЯЗИ «ТЕЛЕ 2» АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ КОНЦЕПЦИИ



Выполнила студентка 2 курса: Александрова
Регина

■ Tele2

Россия — российская телекоммуникационная компания, основанная в 2001 году шведской группой компаний Tele2 AB на базе сетей, приобретённых в России. Известна в качестве сотового дискаунтера. Предоставляет услуги сотовой связи более чем 34 млн абонентам.

■ По состоянию на начало июля 2016 года сеть Tele2 работает в 66 субъектах Российской Федерации.

■ Функционирует в качестве группы компаний, полное наименование головной структуры холдинга — *Общество с ограниченной ответственностью «Т2 РТК Холдинг»*. Штаб-квартира — в Москве

- 
- Tele2 строит бизнес по уникальной для телекоммуникационного рынка модели: качественные услуги по низким ценам. Этот факт позволяет сделать вывод, о том, что компания придерживается товарной концепции маркетинга.
 - Также можно наблюдать проявление социально-этнической концепции в деятельности оператора: на всех этапах строительства и развития своей сети Tele2 использует технологии и оборудование, признанные передовыми в области экологической безопасности и ресурсосбережения.



Еще один пример проявления социально этнической концепции, это участие компании в общественной жизни. Так в 2015 году в Москве – Tele2, объявил о начале Всероссийского конкурса социальных предпринимателей, организованного фондом поддержки социальных инициатив в сфере детства «Навстречу переменам».



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ