



ШВЕЙЦАРСКАЯ КОНФЕДЕРАЦИЯ

ГАВАНЬ ДЛЯ БИЗНЕСА

Кому стоит открывать
компанию в Швейцарии

Время больших возможностей/
швейцарские компании сохранили
планы по созданию предприятий
в России

Как выращивать кластеры/
инновации по-швейцарски

100

ТЫС. ФРАНКОВ
НЕОБХОДИМО ИМЕТЬ
ДЛЯ ОТКРЫТИЯ КОМПАНИИ
В ШВЕЙЦАРИИ

274

ИНОСТРАННЫЕ
ФИРМЫ БЫЛИ
ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫ
В 2014 ГОДУ В СТРАНЕ

1-Е МЕСТО ЗАНИМАЕТ
Швейцария
в рейтинге
факторов
выбора места
для ведения
бизнеса

«Для Швейцарии наиболее
ценный капитал – квалифи-
цированные кадры и постоян-
ная работа в области инно-
ваций»

Юрий Мейле, директор Location
Promotion Switzerland

ЦИФРОВОЙ МИР IT

IT-РЕШЕНИЯ,
РЕАЛИЗОВАННЫЕ
ПО НОВЫМ ЦИФРОВЫМ
ПРАВИЛАМ, —
ЭТО ПРОДУКТЫ ДЛЯ
ЛЮДЕЙ

Более половины IT-бюджетов будет
потрачено на облака, мобильные
сервисы, big data и социальные сети

44

ЗЕТТАБАЙТА СОСТАВИТ
К 2020 ГОДУ ОБЪЕМ
ДАННЫХ В МИРЕ

80%

ВСЕГО КОРПОРАТИВНОГО
КОНТЕНТА — ЭТО
НЕСТРУКТУРИРОВАННАЯ
ИНФОРМАЦИЯ

ЧЕГО ХОЧЕТ
«ЦИФРОВОЙ»
ПОТРЕБИТЕЛЬ

DIGITAL-
ТРАНСФОРМАЦИЯ
НУЖДАЕТСЯ
В КОМПЛЕКСНОМ
ПОДХОДЕ

«Хотя IT активно раз-
виваются, принципи-
ально новые подходы
появляются не так
часто. Однако точеч-
но происходит масса
небольших прорывов»

Сергей Шилов,
управляющий партнер AT
Consulting

ЦИФРОВОЙ
МИР IT

ПАРТНЕР ВЫПУСКА



Реклама



DIGITAL ПО УМОЛЧАНИЮ

Диджитализация экономики — повсеместный тренд, который меняет традиционные очертания рынка. «Оцифровка» общества означает новые вызовы для бизнеса, которому срочно нужно перестраивать свои подходы к взаимодействию с потребителями.

ТЕКСТ [Мария Попова]

Объем так называемой цифровой вселенной становится больше с каждым часом и к 2020 году достигнет 44 зеттабайт, по оценкам поставщика решений в области хранения и обработки данных EMC. Цифровое пространство, в которое сегодня перемещается бизнес, подразумевает как новые возможности, так и риски. Здесь стираются границы прежних рынков, и на своем поле все чаще приходится сталкиваться с конкурентами из других сегментов. Рост конкуренции, в свою очередь, заставляет искать новые резервы оптимизации и думать о повышении эффективности. Мобильность и постоянный доступ к интернету формируют требования к быстрому потреблению услуг в режиме 24/7 и в привычном формате приложений.

«Цифровой» потребитель — как правило, потребитель благодарный, готовый тратить деньги при условии, что ему это будет удобно. Соответственно, главной задачей становится это удобство распознать и организовать — желательно быстрее других. Значит, бизнесу тоже надо становиться по возможности цифровым.

По прогнозам аналитического агентства IDC, в ближайший год цифровая трансформация станет основой стратегии более чем для половины CEO крупнейших предприятий мира. Свыше половины IT-бюджетов будет потрачено на технологии третьей платформы, которую образуют облака, мобильные сервисы, аналитика больших данных и социальные сети. Построение «цифрового предприятия» становится основной инфраструктурной концепцией.

В EMC отмечают три составляющие идеального цифрового предприятия. «Во-первых, облачная платформа, позволяющая максимально быстро подстроиться под меняющиеся требования бизнеса, — поясняет Сергей Карпов, генеральный директор EMC в России и СНГ. — Во-вторых, это гибкая разработка (agile), которая означает слияние IT и бизнеса на этапе разработки решений, коллективную ответственность разработчиков, тестировщиков и заказчиков за работоспособность ПО. Благодаря этому первые версии приложений/решений становятся доступны через дни и недели, а не месяцы или годы. В-третьих, это аналитика данных — то, что раньше называлось «большими данными». Их эффективное использование дает бизнесу значительные возможности для роста и развития. Как, например, повышение качества рекомендаций для пользователей интернет-магазинов».

Цифровой мир уже стал реальностью, подтверждает Андрей Солодилов, партнер компании AT Consulting: «В этот мир вслед за людьми теперь стремятся и коммерческие, и государственные компании. Соответственно, востребованы инновационные платформы, которые помогают организациям «диджитализироваться». Растет понимание того, что digital-трансформация требует комплексного подхода, включая трансформацию бизнес-процессов организации и всех базовых систем компании или ведомства».

Сегодня буквально все подстегивает IT к более быстрой, гибкой и эффективной работе, отмечают в EMC. Любые IT-решения, реализованные по новым цифровым правилам, в виде приложения с дружелюбным интерфейсом — это продукты для людей.

IT для всех

Нельзя сказать, что раньше было принято внедрять технологии ради технологий. Всегда интересовала отдача от IT-решений, та



ФОТО: REUTERS

польза, которую они приносят бизнесу. Но сегодня этот интерес резко обострился. «Главный тренд – решения, направленные на повышение эффективности здесь и сейчас», – определяет эту особенность Юрий Корюкин, генеральный директор «АВВУЮ Россия».

«Мы видим большое количество инициатив по внедрению и развитию фронт-офисных приложений, направленных как на освоение цифрового пространства, так и на снижение затрат, – рассказывает Андрей Солодилов. – Если человеку предоставить удобный сервис самообслуживания в интернете, он будет реже звонить в call-центр, и это повлияет на внутренние затраты организации – потребуется меньшее количество операционистов, помещений и так далее».

«В бизнесе и госсекторе популярны те решения, которые позволяют экономить, а также, по возможности, зарабатывать», – согласен Сергей Земков, управляющий директор «Лаборатории Касперского» в России, странах Закавказья и Средней Азии. – К таким решениям можно отнести перевод инфраструктуры в среду виртуализации, виртуализацию рабочих мест, управление мобильными устройствами, мобильные и облачные сервисы. Соответственно, растет спрос и на решения по обеспечению безопасности новых платформ».

Мобильные устройства, поясняют в Microsoft, должны быть подключены к сети, на них должны быть установлены корпоративные приложения, а также необходима надежная их защита от несанкционированного использования. Это эффективный канал работы с клиентами в самых разных сегментах. «Мобильные устройства и приложения в медиаиндустрии создают дополнительные информационные пространства в эфире и повышают вовлеченность зрителей. Можно предлагать им дополнительный контент или приглашать воздействовать на события посредством голосования. Это позволяет более точно анализировать аудиторию и открывает новые возможности для рекламы, – комментирует Дмитрий Марченко, директор по продвижению облачной платформы Microsoft в России. – Или в страховом бизнесе мобильные технологии позволяют получать более точные данные о происшествии. Компании, которые используют такие решения, повышают лояльность клиентов. Тем не приходится тратить время на ожидание в ГИБДД и заполнение огромного количества документов. Кроме того, можно предлагать индивидуальные страховые тарифы, в зависимости от моделей поведения клиентов».

Технологии, увеличивающие скорость обслуживания и мобильность, – это и есть технологии для людей. Современные IT-решения призваны сделать работу и жизнь проще и удобнее, считают в АВВУЮ. «Лучше всего, если ваш клиент сможет получить все сразу на вашем сайте (self service). Например, если нужно купить билет на самолет, вы заходите на сайт и должны ввести паспортные данные. Это требует времени, к тому же можно допустить ошибки, перепутать необходимые поля в форме. А в мобильном приложении Aviasales вы просто фотографируете смартфоном паспорт, и необходимые данные автоматически переносятся в

форму оформления билета. Остается только нажать кнопку «Купить», – поясняет Юрий Корюкин. – Похожая ситуация с банками и страховыми компаниями, которые используют технологии мобильного ввода данных, чтобы получить копии необходимых документов, – клиенты просто фотографируют их на смартфон».

Умные данные

«Цифровое предприятие» – это предприятие, умеющее накапливать большие объемы данных и работать с ними, внедряя в практику полученные выводы. Соответственно, решения, позволяющие правильно хранить и структурировать большие массивы информации, продолжают набирать популярность. Правда, в компании Pivotal считают, что Россия отстает от передовых стран по направлению аналитики больших данных на три-четыре года. Это при том, отмечают в SAP, что Россия – самая большая по площади страна мира, которая накапливает огромное количество данных, ежесекундно появляющихся в процессе взаимодействия бизнеса и конечных потребителей.

Объем данных растет, и 80% всего корпоративного контента – это неструктурированная информация, подчеркивают специалисты АВВУЮ. «Компаниям важно уметь работать с этими данными, извлекая из них полезную информацию. Они стремятся усовершенствовать свои корпоративные поисковые системы. Банки, выдавая кредиты, все чаще задумываются о том, как избежать возможных рисков и быстро, эффективно собрать необходимую информацию о заемщиках. Для решения всех этих задач необходимы специализированные интеллектуальные технологии», – считает Юрий Корюкин.

В конечном счете аналитика направлена на повышение качества принятия управленческих решений. Будущее уже наступило, шутят IT-эксперты. Новый мир – это мир интернета всего (Internet of Everything), где цифровых пользователей обслуживают цифровые предприятия. Стать цифровыми спешат и бизнес, и государство, иначе им не найдется места в новых реалиях. Для этого им нужно быстро меняться – на уровне организации, процессов и инфраструктуры. Сегодня они первые и главные заказчики новых технологий, с помощью которых будут предлагать услуги своим потребителям. Диджитализация быстро сокращает дистанцию между теми, кто предлагает и использует сервисы. Все теперь в одной IT-лодке.

«НИКТО УЖЕ НЕ ГОТОВ ПЛАТИТЬ 50% СТОИМОСТИ ЗА КРАСИВУЮ ОБЕРТКУ»

IT-отрасль движется в сторону консьюмеризации, заказчики отказываются от коробочных продуктов в пользу кастомизированных решений, а игроки привыкают работать с низкой маржинальностью проектов. Об этих и других тенденциях на рынке корреспонденту РБК+ Марии Поповой рассказал управляющий партнер AT Consulting Сергей Шилов.

— Насколько консьюмеризация IT уже стала трендом в России и за рубежом?

— Консьюмеризация — неизбежная и закономерная трансформация отрасли. Сегодня информационные технологии проникают практически во все сферы деятельности человека. Мы постоянно пользуемся интернетом, различными устройствами — смартфонами, планшетами, а также программными продуктами, которые на них установлены. Развитие этих продуктов колоссально повлияло на жизнь и компаний, и людей. Например, мы как физические лица покупаем через интернет одежду или билеты на мероприятия, бронируем рестораны, заказываем такси, отслеживаем пробки. Аналогично от IT зависят юридические лица — компании и госструктуры. Если 10 лет назад такая зависимость отмечалась преимущественно в телекоме и банковской отрасли, то сегодня она характеризует уже всю экономику. В то же время очень активно компьютеризировалось и государство.

Россия здесь вполне в мировом тренде. Уровень проникновения интернета у нас достаточно высок, и в целом наша страна, как часть (пусть и не очень большая) глобального рынка, не демонстрирует значительных отличий или специфики в сфере IT. Хотя у нас по-прежнему очень много талантливых людей в этой отрасли, что выделяет Россию среди большинства других стран. Средний уровень наших IT-специалистов зачастую выше, чем на



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

У НАС МНОГО ТАЛАНТЛИВЫХ ЛЮДЕЙ В IT, ЧТО ВЫДЕЛЯЕТ РОССИЮ СРЕДИ БОЛЬШИНСТВА СТРАН

Западе или на Востоке. Есть квалификация, накоплена экспертиза, что позволяет решать многие задачи быстрее, чем это делают зарубежные конкуренты. Индустрия предъявляет достаточно высокие требования, и за талантливых специалистов продолжается война. Так что мы остаемся донором IT-тантов для всего мира, экспортируя, а не импортируя человеческие ресурсы.

— Какие новые тенденции вы отмечаете на рынке по итогам года? Какие технологические прорывы наметились?

— Информационные технологии очень разнообразны и активно развиваются, но принципиально новые подходы появляются не так часто. По крайней мере, в сегменте корпоративного ПО.

Действительно глобальных прорывов (как, например, в свое время концепция ERP) за последние пять лет здесь, пожалуй, не было. Однако точечно происходит масса небольших прорывов. Например, фантастический рост демонстрируют мобильные приложения. Заметный технологический рывок произошел в системах хранения данных — сегодня почти уже сняты ограничения на память.

Большой прорыв случился в коммуникациях. Еще пять лет назад они были достаточно сильно ограничены. Тогда, чтобы прочитать почту, нужно было приехать в офис. Нужен был стационарный интернет. Весь документооборот был доступен только внутри офиса. А сегодня системы коммуникаций позволяют работать в удаленном формате, заметно повышая производительность. Тарифы на интернет снизились, и коммуникации стали доступными, что важно для географически распределенных компаний вроде нашей. У нас 15 офисов в разных регионах РФ и СНГ, где работает приблизительно половина сотрудников. Раньше были нужны личные встречи, а сейчас командировок стало на порядок меньше, эффективность повысилась.

— Как, исходя из вашей практики, меняется IT-потребление? Какие решения и услуги генерируют сегодня основной спрос?

— За последние годы многие корпоративные заказчики отошли от продуктов и больше ориентируются на заказную разработку. Рост этого сегмента услуг очень серьезный, при том что продажи готовых продуктов почти не растут. Пять лет назад мы по большей части зарабатывали на внедрении чужих продуктов, а сегодня существенная доля наших проектов приходится на кастомизированную разработку. Это направление в ближайшие годы, скорее всего, будет расти еще быстрее.

Намечающийся прорыв — облака и готовность заказчика платить за услугу. По-видимому, вступивший в силу закон о хранении персональных данных позволит заполнить отечественные ЦОДы: объем всех данных, если их вернуть в Россию, действительно очень большой. Уже есть спрос на аренду мощностей, причем не только у традиционных провайдеров, но и, например, у Сбербанка. Возможно, начнется подъем российских продуктов на фоне импортозамещения — при условии соответствующей поддержки. Пока что нашим компаниям не хватает бюджетов на продвижение, а чаще всего 50% стоимости продукта — это маркетинг, как мы видим на Западе.

Главный нюанс IT-потребления в том, что сегодня уже никто не может тратить столько, сколько тратили раньше. Но при этом, как уже было сказано, зависимость от IT большая. Соответственно, все игроки ищут новые модели — как получить необходимое за существенно меньшие деньги. Именно такой подход будет работать, например, в случае аренды ЦОДов и аутсорсинга услуг. Или в случае отказа от поддержки западного продукта в пользу российского аналога. Когда нет денег — уже не до маркетинга. Больше никто не готов платить 50% стоимости за красивую обертку, нужно только то, что внутри. Никто уже не покупает ненужных проектов, реализация которых не была продиктована бизнес-целями.

— В чем вы видите возможную социальную пользу от IT? Какие IT-проекты вы делаете, что называется, для людей?

— В первую очередь, у нас очень большая экспертиза в порталных решениях. Например, мы участвовали в обновлении портала Сбербанка, важнейшего канала коммуникации с клиентами. По данным Comscore, это 15-й по посещаемости веб-сайт в РФ, его аудитория составляет около 18 млн посетителей в месяц. В этом году проект стал одним из победителей интернет-премии «Золотой сайт».

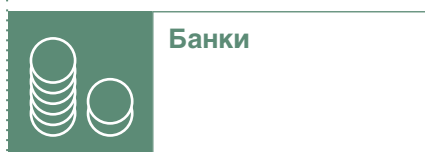
Для компании «ВымпелКом» мы реализовали ряд проектов в области цифровых коммуникаций. Один из самых ярких — обновление системы самообслуживания, личного кабинета «Билайна», которым сейчас могут воспользоваться все абоненты оператора.

Есть интересный опыт в построении систем для крупных спортивных мероприятий. Мы помогли создать ИКТ-инфраструктуру Универсиады в Казани, а затем разработали IT-системы для чемпионата мира по водным видам спорта, который прошел там же в нынешнем году. Проекты в этой сфере связаны с немалыми рисками: все разработанные системы во время проведения мероприятия должны работать слаженно и без ошибок. Могут возникнуть нестандартные ситуации, которые необходимо разрешать очень быстро. Такие системы требуют особого тщательного предварительного тестирования. В нашем портфеле много проектов, связанных с построением фронт-офисных систем. Сейчас взаимодействие заказчиков со своими клиентами ориентировано уже не на простую регистрацию обращений, как раньше, а на полный интерактив и постоянное общение через различные каналы. Принципа интеграции сегодня придерживаются везде, где есть массовое обслуживание, в том числе в госсекторе.

— Каковы ваши планы развития с точки зрения предложения рынку? На каких решениях и услугах хотите сфокусироваться?

— Мы продолжим оказывать классические IT-услуги, при этом развивая сложные, комплексные проекты. Несмотря на падение рынка информационных технологий, наша компания планирует завершить год с увеличением дохода на 10–15% в рублях. Мы тщательно рассчитываем маржинальность каждого проекта и поэтому расширяем свою долю на рынке даже в условиях сокращенных IT-бюджетов. В 2016 году будем активно работать по всем своим ключевым направлениям: внедрению порталных и мобильных решений, ERP, CRM, аналитике, разработке на заказ. Кроме того, у нас ожидается ряд проектов по тематике «умного города» и IT-поддержке крупных спортивных мероприятий.

КАРТА ИТ-РЕШЕНИЙ ДЛЯ ЛЮДЕЙ



Банки

Тренды

- Новые форматы обслуживания
- Мультиканальность взаимодействия
- Цифровой банкинг
- Большие данные и детальная аналитика

Новый веб-сайт Сбербанка

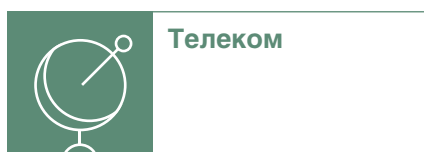
Новый портал Сбербанка поменял подход к взаимодействию с клиентами. Теперь каждый посетитель получает ту информацию, которая полезна именно ему.

Как это сделано

Веб-сайт был переведен на новую технологическую платформу Backbase CXP. AT Consulting занималась разработкой и версткой. У нового сайта адаптивный дизайн, им можно полноценно пользоваться со всех видов цифровых устройств. Есть функции таргетирования и персонализации.

Чем полезно

«Новая платформа позволяет банку предлагать конкретному человеку те услуги, которые могут быть интересны именно ему, а также настраивать внешний вид сайта с помощью виджетов и быстрее находить нужную информацию. Сайт спроектирован по принципу «три клика до любой услуги» — это позволяет каждому пользователю без лишних усилий получить максимум нужной информации», — подчеркивает Анатолий Новожилов, начальник отдела цифровых каналов коммуникаций Сбербанка.



Телеком

Тренды

- Ускорение вывода новых сервисов на рынок
- Мобильная передача данных
- Детальная клиентская аналитика
- Интернет вещей и умные устройства

Новый личный кабинет «ВымпелКома»

Новый личный кабинет призван повысить уровень удовлетворенности клиентов. Это постепенное снижение обращений в контактный центр, сокращение времени ожидания ответа оператора, доступность новых продуктов, возможность действовать в удобном для абонента месте, в удобное время и исходя из тех технических возможностей, которые у в данный момент под рукой.

Как это сделано

Обновленная система самообслуживания построена на технологической платформе Amdocs. Сейчас личным кабинетом могут воспользоваться как физические, так и юридические лица всех линий бизнеса: пользователи мобильной и фиксированной связи, домашнего интернета. В системе можно получить актуальную информацию об абоненте, его расходах, платежах за прошедшие периоды, а также доступ к новым продуктам «Билайна».

Чем полезно

«Нам удалось создать комплексную сервисную веб-среду, которая обеспечивает нашим клиентам доступ к различным сервисам быстро и комфортно», — комментирует Александр Казаков, директор по развитию систем поддержки бизнеса «ВымпелКома».



Ретейл

Тренды

- Развитие онлайн-каналов продаж
- Мобильные сервисы
- Системы интеллектуальной аналитики и управления лояльностью

Автоматизация программ лояльности в «Азбуке Вкуса»

«Азбука Вкуса» была одним из пионеров внедрения программ лояльности в отечественной рознице. Сегодня покупатели «Азбуки Вкуса» могут получить дисконтные карты или накопить бонусные марки для обмена на товары. Важным инструментом увеличения потребительской корзины стало ИТ-решение, которое позволяет ретейлеру легко и без лишних затрат запускать различные акции и целевые кампании.

Как это сделано

AT Consulting выступала партнером по внедрению. ИТ-решение включает в себя систему управления клиентской лояльностью, позволяющую проводить мероприятия для привлечения новых клиентов, обеспечивать повторные и дополнительные продажи существующим клиентам, а также аналитическую систему для планирования, выполнения, контроля и оценки маркетинговых кампаний.

Чем полезно

«Благодаря новому решению мы лучше понимаем потребности и быстрее запускаем интересные им предложения. Развивая персональный подход, мы планируем привлечь новых покупателей, увеличить прибыль и расширить долю рынка», — отмечает Галина Ящук, директор по маркетингу компании «Азбука Вкуса».



ТЭК

Тренды

- Дистанционные форматы взаимодействия
- Повышение качества обслуживания
- Оптимизация затрат на подключения

Обновление портала по технологическим присоединениям клиентов МОЭСК

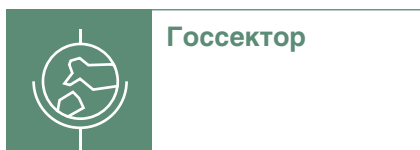
Благодаря модернизации портала МОЭСК упростилась процедура подключения новых потребителей электроэнергии. Заметно улучшился клиентский сервис. По итогам проекта количество клиентов, которые обращаются в офисы МОЭСК в процессе технологического присоединения, уже сократилось на 25%.

Как это сделано

AT Consulting модернизировала информационный портал по технологическим присоединениям. Изменились дизайн и структура, появились новые возможности для клиентов, которые хотят осуществить процедуру технологического присоединения без посещения офиса.

Чем полезно

«Это большой шаг к повышению качества сервиса, который мы предоставляем нашим клиентам. Сегодня МОЭСК — единственная сетевая компания, которая дает возможность полного онлайн-подключения, включая подписание документов электронно подписью и оплату. В дальнейшем мы еще больше повысим удобство для клиентов», — говорит Дмитрий Пшиченко, директор департамента развития и сопровождения корпоративных автоматизированных систем МОЭСК.



Госсектор

Тренды

- Электронные госуслуги и сокращение числа визитов граждан в ведомства
- Множество каналов взаимодействия с гражданами
- Открытые данные
- Мобильные приложения и сервисы

Автоматизация МФЦ в Новосибирске

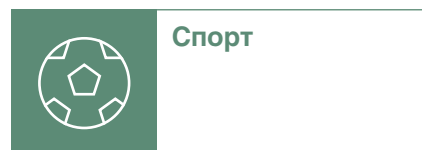
Автоматизированная информационная система Smart-Center действует в МФЦ Новосибирской области с 2013 года. Система позволила автоматизировать более 12 тыс. государственных и муниципальных услуг, которые предоставляются по принципу «одного окна».

Как это сделано

IT-система Smart-Center разработана «AT Consulting Восток». Решение интегрировано с Системой электронного межведомственного взаимодействия (СМЭВ), Единым порталом государственных услуг (ЕПГУ) и Единой системой идентификации и аутентификации (ЕСИА). Благодаря интеграции с СМЭВ принятые от населения заявления и документы передаются в органы власти в электронном виде по защищенным каналам связи, а интеграция с ЕПГУ обеспечивает гражданам возможность отслеживать статусы поданных в МФЦ заявлений через личный кабинет на портале gosuslugi.ru.

Чем полезно

«Smart-Center соответствует всем требованиям, предъявляемым Министерством экономического развития РФ к системам подобного уровня. При этом она оказалась настолько удачной, что сейчас ее уже внедрили либо внедряют в деятельность МФЦ еще семь регионов РФ», — отмечает Анатолий Дюбанов, руководитель департамента информатизации и развития телекоммуникационных технологий Новосибирской области.



Спорт

Тренды

- Управляемость и гибкость инфраструктуры IT
- Аналитический инструментарий
- Мобильные и облачные сервисы
- Информационная безопасность

Разработка IT-систем для чемпионата мира по водным видам спорта

AT Consulting помогла создавать IT-инфраструктуру чемпионата мира по водным видам спорта, который прошел летом 2015 года в Казани. Портал kazan2015.com функционирует до сих пор. С момента запуска в сентябре 2014 года и до закрытия чемпионата число просмотров портала превысило 12 млн. В системе управления волонтерами, интегрированной с порталом, было зарегистрировано 23 927 заявки от жителей Казани и других городов. Задачей системы безопасности была информационная защита ключевых IT-ресурсов турнира.

Как это сделано

Специалисты AT Consulting разработали три полноценных решения для IT-поддержки мероприятия: официальный сайт-турнира, систему управления волонтерами и систему информационной безопасности.

Чем полезно

«С помощью разработанных решений мы смогли грамотно выстроить процессы регистрации и распределения волонтеров. А официальный сайт, который был визитной карточкой турнира, реализован в расширенной функциональности с учетом спортивной специфики. Чемпионат служит наглядным примером того, какую роль могут играть информационные технологии в спортивной сфере», — подчеркивает Азат Кадыров, генеральный директор исполнительной дирекции спортивных проектов.

«В IT ИДУТ ЗА ИНТЕРЕСНЫМ»



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

Виктория Гукова, HR-директор компании AT Consulting — о том, какие люди делают сегодня IT-проекты. Как они приходят в компанию и благодаря чему могут в ней надолго остаться.

- ❖ Работа в IT настолько специфична и здесь встречаются настолько интересно мыслящие люди, что мало кто уходит отсюда в другую отрасль. А компетенция рекрутеров в AT Consulting столь высока, что они сами могут проводить первичный техскрининг кандидатов.
- ❖ В IT люди идут за интересной работой. Конечно, всем важен рост доходов, поддержание приемлемого образа жизни, но это не ставится во главу угла. Привлекают значимые проекты, которые приносят реальную пользу, особенно в масштабах страны. Их завершение дает ощущение победы, обеспечивает позитивную обратную связь.
- ❖ Миссия HR — это создавать возможности, которыми сотрудник может воспользоваться. Мы даем людям возможности и свободу, но чтобы человек ими воспользовался, он должен взять ответственность за себя, свое будущее. Тем самым мы растим самостоятельных сотрудников.
- ❖ Главный метод повышения экспертизы — общение. Каждый сотрудник должен ощущать, что он работает не только в своей команде, но в большой компании, где накоплен колоссальный опыт и база знаний. Важно заниматься тем, что позволяет самореализоваться и постоянно узнавать что-то новое.
- ❖ С каждым годом мы все больше занимаемся идентификацией AT Consulting на рынке, чтобы в компанию приходили «наши» люди и оставались, потому что им здесь хорошо и

интересно. У нас есть своя система ценностей, которая легко укладывается в два ключевых сообщения: в AT Consulting ты найдешь команду единомышленников и друзей, с которой будешь расти, и проекты, которыми будешь гордиться.

- ❖ Опора нашего бренда — три ключевых момента, которые позволяют нам быть успешными. Это доверие, энергия и экспертиза. Наш лозунг — «Нам доверяют успех».
- ❖ Без энергии невозможно сделать проект. Все наши проекты очень сложные, мы становимся для клиента проводниками трансформации бизнеса. Нужна колоссальная энергия, которая заставит всех поверить в изменения и совершить их.
- ❖ Мы всегда были сфокусированы на подборе молодых специалистов. Мы вырастили огромное число сотрудников, которые даже не подозревали, сколько они умеют. Очень радуемся «игрекам» (поколение Y). Они активные, интересные, не боятся высказывать свое мнение и проявлять инициативу. Они могут пересмотреть процесс свежим взглядом.
- ❖ Соискатели часто ссылаются на рекомендации знакомых, которые работают или работали в компании. Положительные отклики могут стать ключевым фактором для принятия решения соискателем. А на интервью кандидатов подкупает открытость — когда с таким азартом обсуждается конкретная задача проекта, сразу же чувствуешь себя частью команды.
- ❖ Мы отсеиваем шаблоны и простых исполнителей. Ищем тех, у кого меньше рамок, у кого живой сообразительный ум и критичный взгляд. Нам нужны люди, которым интересно развиваться в профессии, задавать вопросы, быть активными.
- ❖ Специфика HR в нашей компании — это то, что мы очень сильно интегрированы с бизнесом. Важно, чтобы сотрудник развивался и рос через проекты, конкретные задачи. Мы стремимся избегать искусственных, надуманных моментов в области развития персонала. Жизнь в рамках команды гораздо богаче. В компании большой набор тренингов (порядка ста), которые ведут сами сотрудники — от управляющего партнера и экспертов до аналитиков.
- ❖ У нас есть принцип пересмотра зарплаты сотрудника в зависимости от той ценности, которую он создает для компании. Если ценность растет, то будет основание для диалога на эту тему раз в полгода.
- ❖ Сотрудники начального уровня работают в AT Consulting в среднем от полутора до трех лет. На следующем карьерном уровне — три-четыре года, а весь руководящий состав — более десяти лет. Таких старожилов у нас около 15%.

РБК+ «ЦИФРОВОЙ МИР IT» (16+)

Тематическое приложение к журналу «РБК» является неотъемлемой частью журнала «РБК» № 01/2016

Распространяется в составе журнала. Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+.

Партнер: ООО «ЭйТи Консалтинг». Реклама

Учредитель: ООО «РБК Медиа»

Издатель: ООО «БизнесПресс»

Генеральный директор:

Екатерина Сон

Главный редактор партнерских

проектов РБК+: Наталья Кулакова

Выпускающий редактор:

Андрей Уткин

Редактор РБК+ «Цифровой мир IT»:

Мария Попова

Дизайнер: Анна Сытина

Фоторедактор: Алена Кондюрина

Корректор: Ирина Степачева-Бохенек

Главный редактор журнала «РБК»:

Валерий Владимирович Игуменов

Арт-директор проектов РБК:

Ирина Борисова

Рекламная служба:

(495) 363-11-11, доб. 1342

Коммерческий директор издательства

РБК: Анна Батыгина

Директор по продажам РБК+:

Евгения Карлина

Директор по производству:

Надежда Фомина

Адрес редакции: 117393, Москва,

ул. Профсоюзная, 78, стр. 1