

Мобильная грамотность

Анна Самохвалова

Начальник отдела

корпоративной ответственности,

ОАО «ВымпелКом»

11 ноября 2009 г.



Предмет кампании, риски

Массовые мошеннические схемы организованы на базе
дополнительных услуг связи

**НЕТ КОНТАКТА С КОНЕЧНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ,
ПРАКТИЧЕСКИ НЕНАКАЗУЕМЫ**

Мошенники используют имена известных брендов,
имитируют процедуры обслуживания и
маркетинговые акции (розыгрыши, викторины):

**НЕГАТИВНО ВЛИЯЮТ НА РЕПУТАЦИЮ
ПРОВАЙДЕРОВ УСЛУГ**

Предпосылки (2007г.)

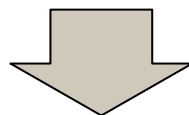


- Рост обращений от средств массовой информации в пресс службы Компании

2003-2007 г.г. количество публикаций в СМИ выросло на 200%*. Мобильное мошенничество - общенациональный «бич» мобильной связи

ОДНАКО

- > 1,5% зарегистрированных обращений по теме «мошенничество» от общего количества обращений в call центры по России за полгода (сент. 07- фев.08)



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА МАСШТАБОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Национальное исследование* проблемы (янв.2008г.)



11 городов России с населением >1 млн. чел.

1800 респондентов – пользователей сотовой связи трех крупнейших российских операторов сотовой связи

Исследование ответило на вопросы:

- Знают ли пользователи сотовой связи о существовании этого вида мошенничества?
- Что такое мошенничество в области мобильной связи, с т.зр. пользователей?
- Сколько пользователей считают, что были жертвами мошенничества?
- Кто и каким образом должен бороться с проблемой, по мнению абонентов?

Результаты - статистика



7% жертв обмана основанного на доверии –
практически 9,5 млн. пользователей сотовой связи

4% жертв краж мобильных телефонов –
практически 5,4 млн. пользователей сотовой связи

ИТОГО: 11% жертв мошенничества – это
Более 10 млн.* пользователей сотовой связи

Количество жертв мошенничества, основанного на услугах сотовой связи, может быть даже больше, т.к. 15% респондентов отметили, что их родственники / друзья / знакомые пострадали от действий мошенников

Результаты - мнения пользователей сотовой связи



- Большинство абонентов слышали о проблеме и считают, что **борьбу с мошенничеством в России не ведет НИКТО**
- Ведущая роль в противостоянии мошенничеству должна быть у операторов сотовой связи, правоохранительных органов, государства
- Информационные функции должны взять на себя операторы сотовой связи и средства массовой информации
- Большинство абонентов считает, что **меры по информированию приведут к уменьшению количества пострадавших**

Информационная кампания против мошенничества



Программа **«Мобильная грамотность»**
работает с 2008 года, - социальная инициатива
«Билайн», направленная на:

- Изучение проблемы мошенничества, основанного на услугах мобильной связи, в сотрудничестве с представителями общественности
- Поиск мер для решения проблемы, снижения количества жертв мошенничества
- Внедрение мер и оказание помощи абонентам

ЧТО СДЕЛАНО С 2008 г.

- Старт информационной кампании – апрель 2008 г.
- Более 50 круглых столов в 40 городах России и Казахстана в сотрудничестве с экспертами: правоохранительными органами, психологами, юристами
- Более 80 экспертов подписали **«Рекомендации по противодействию мошенничеству»**
- Июль 2009 г. – рекомендации доступны нашим абонентам по номеру 068044 в России
- Большой общественный резонанс





Действия «Билайн»

Мобильная грамотность

- Поддержка операторов, компаний, предоставляющих услуги, связанные с использованием мобильных устройств
- Создание условий для развития мобильного интернета
- Поддержка ключевых общественных тем для повышения качества жизни граждан

Мобильная грамотность



Билайн



ВОПРОСЫ ?