

Avaya на рынке интеллектуальных коммуникаций

Компания Avaya целенаправленно разрабатывает решения для корпоративных интеллектуальных коммуникаций, предоставляющие предприятиям значительные рыночные преимущества. Более миллиона фирм во всем мире используют продукты Avaya для IP-телефонии, унифицированных коммуникаций и контакт-центров. Нынешним летом Avaya сменила владельцев, и об этой сделке писала вся мировая пресса (см. PC Week/RE, № 21/2007, с. 1). О событиях, происходящих внутри компании, а также о последних достижениях в области интеграции коммуникаций и бизнес-процессов предприятий научному редактору PC Week/RE **Петру Чачину** рассказал генеральный директор Avaya в России и странах СНГ **Дмитрий Кондратьев**.

PC Week: Недавно объявлено о приобретении компании Avaya фондами TPG Capital и Silver Lake. Как эта сделка может отразиться на деятельности вашей фирмы? Ожидаются ли в ближайшее время дополнительные инвестиции, направленные на развитие продуктов Avaya, и каким именно будут отданы приоритеты?

ДМИТРИЙ КОНДРАТЬЕВ: Давайте отталкиваться от фактов: покупка проведена по цене 17,5 долл. за акцию на общую сумму 8,2 млрд. долл. Много это или мало? До этой покупки цена акций Avaya находилась на уровне 13 долл., в итоге новые владельцы заплатили на 33% больше номинала. Они поверили в компанию и решили, что такая премия окупится. Для этого у них были все основания.

Компания все последние годы лидировала на рынке, конкурируя в соответствующих сегментах с Cisco и Nortel. Она является номером один на мировом рынке по доходам от поставок решений корпоративной телефонии за 2006-й календарный год (по данным Dell'Oro Group), а также IP-телефонии и конвергентных решений (по отчету Synergy), причем удерживает первую позицию по этим категориям в течение последних четырех лет.

Avaya является мировым лидером в сфере операторских центров — таковы данные Gartner, 2006. Это место компания удерживает уже шестой год подряд. Сегодня ее доля составляет 39,1% от общего количества операторских мест, что в три с лишним раза больше доли ближайшего конкурента. По числу операторских мест с долей 69%, превосходя ближайшего конкурента почти в семь раз, она лидирует на рынке России, стран Восточной Европы и СНГ (по данным MZA).

Новый инвестор считает, что все направления развития и стратегия фирмы верны, так что в руководстве останется прежняя команда. Компания приобрела дополнительную динамику: управленческие решения теперь могут приниматься быстрее, а денег в разработку будет инвестироваться больше.

Если сравнивать портфели продуктов Avaya в 2000-м и 2007 г., то можно заметить, что вся линейка аппаратной части — процессоры, телефоны — во многом поменялась. Но осталось главное — годами отработанное ПО. В 2000-м в производственной программе фирмы были коммутаторы Cajun, Wi-Fi-карты. Сегодня массовые продукты нам уже не так интересны, и от развития многих из них мы отказались. Считаю, что главный интеллектуальный потенциал — это программные решения.

Avaya не только избавлялась от неактуальных разработок, но и приобретала новые компетенции — например, в области контакт-центров. Достаточно вспомнить присоединение компаний Srectel и Tepovis. Решения первой из них позволяют серьезно усовершенст-

вовать работу над документами, а вторая является одним из лидеров в сфере корпоративной телефонии и операторских центров.

Мы наблюдаем рост рынка IP-телефонии. Когда на нем появилась технология peer-to-peer, мы купили Nimcat Networks, канадскую компанию по разработке программных решений для IP-коммуникаций, которая имеет хорошие достижения в этом сегменте. Постоянно расширяем продуктовую линейку, связанную с предоставлением голосовых сервисов. По-видимому, предстоят и новые приобретения в софтверной области.

PC Week: Как вы оцениваете российский рынок с точки зрения технологического развития? Каковы перспективы его роста?

Д. К.: Наш рынок имеет свои особенности, но их не так уж много. С точки зрения внедрения инноваций отечественный рынок, в отличие от западного, где большинство фирм группируется посередине, более поляризован. У нас в стране наибольшее технологическое развитие получили два сектора — телекоммуникационный и финансовый (банки, страховые компании, коллекторские фирмы).

Сегодня операторы связи для продажи услуг активно создают контакт-центры, предоставляют услуги аутсорсинга. Их инфраструктура сложна, она носит мультивендорный характер. Для них важна технология SIP. В ее использовании для call-центров они превосходят даже западные компании. Отмечу, что Avaya строит сети на основе самых современных технологий, включая SIP.

Финансовый сектор задействует все решения Avaya — это и выдача автоматических справок, и запуск рекламных кампаний с использованием push-технологий, и опрос клиентов на основе системы автоматического обзвона.

Любой запускаемый нами продукт уникален, мы создаем рабочую среду под каждую конкретную задачу. После бизнес-консультаций с заказчиком мы должны предложить ему решение, адаптированное под его требования. Это делают российские специалисты Avaya, которые занимаются программированием.

Два года назад мы создали здесь отдел системной интеграции, что было необходимо: так Avaya работает на всех рынках. Теперь он развивается у нас опережающими темпами. Его руководитель Марсело Бернардес раньше возглавлял аналогичные подразделения в Бразилии и Мексике. Мы перепозиционировали себя на рынке и выступаем как реально работающий системный интегратор.

Одна часть работы в этом направлении — регулярные встречи с заказчиками, когда мы собираем директоров операторских центров. И те откровенно говорят о своих проблемах, которые идут от бизнес-задач. Так прорабатыва-



Дмитрий Кондратьев

ются новые решения, призванные дать ответы на поставленные вопросы.

Но многие другие заказчики еще только создают инфраструктуру, и для них развивается линейка IP Office. Одна такая “коробка” может значительно улучшить офисную работу — заменить секретаря и администратора, создать территориально распределенную сеть. Всё реализовано на русском языке, всё понятно. Масса шаблонов, ничего не надо изобретать.

PC Week: Как различается потребительский спрос на решения Avaya в зависимости от регионов? Например, если сравнивать Россию и Европу. Какие продукты и направления компании наиболее востребованы в нашей стране?

Д. К.: Сейчас видна такая особенность: все крупные контракты заключаются в Москве, а внедрения делаются в регионах. Между тем в регионах люди очень серьезно интересуются новинками, и особых различий между специалистами в центре и на местах нет.

Сравнивая Россию и Европу, можно отметить, что российский рынок развивается опережающими темпами. Мы ориентированы на общую динамику ИТ-рынка. По данным АП КИТ, он увеличивается на 9—15% в год, но Avaya растет на 30—32%, то есть в два-три раза быстрее рынка.

Причин тому две. Во-первых, мы очень точно сфокусированы. Avaya работала на корпоративном рынке в условиях кризиса, и это ей сильно помогло. Имея четкий канал, мы можем предложить клиентам ряд современных услуг. Во-вторых, дело в инновациях. Исторически, еще со времен AT&T, Avaya всегда была новатором. К тому же инновационные продукты мы можем наилучшим образом “заточить” под любого заказчика.

PC Week: Какие проекты последнего времени были самыми значимыми для вашей компании?

Д. К.: Среди последних крупных внедрений можно назвать проект по организации операторского центра и его интеграции с существующим CRM-решением, который был реализован для банка “Тинькофф Кредитные Системы” совместно с компанией “Би-Эй-Си”, золотым бизнес-партнером Avaya.

Стоит отметить проект по построению корпоративной телефонии и территориально распределенного call-центра, выполненный совместно с фирмой Obegon, еще одним золотым бизнес-партнером

Avaya, для компании “ЭйрЮнион”. Интересный проект разработан вместе с компанией КРОК, платиновым бизнес-партнером Avaya, для Альфа-Банка, ведутся работы с Deutsche Bank.

PC Week: Как вы оцениваете рынок решений для корпоративных мобильных пользователей? Каков ваш взгляд на мобильность и насколько востребованы такие решения?

Д. К.: Mobility (по нашей терминологии) — это часть интеллектуальных коммуникаций. Это идеал, новый подход к рынку. Это свобода — свобода от проводов, от необходимости привязываться к конкретному месту, чтобы получить доступ к услугам. Свобода в выборе средства общения и способа обмена информацией. Более того, это свобода от аппаратной платформы при выборе приложения.

В итоге — полностью совместимые и надежно работающие решения разных производителей в одной системе как высшая форма свободы пользователя. Уже есть многие ключевые элементы для реализации этой стратегии, создана концепция автоматизации предприятий, для которых коммуникации, в частности голосовые, являются самой серьезной частью.

Почему важна роль голосовых сервисов? Решения принимают люди, и во всех принципиально важных системах заменить человека ничто не может. Как найти нужную группу людей, проинформировать их, чтобы они приняли верное решение? Этот процесс должен быть управляемым, контролируемым и удобным. Здесь возможны различные производственные компоненты — медицинские, служба 911 и многие другие. Эти процессы реализуются, и идеология получает дальнейшее развитие.

Востребованность предприятий в mobility очень велика, и для таких заказчиков в нашей компании создано решение Avaya Mobile, которое дает возможность получать доступ к функциям офисной телефонии в зоне покрытия сотовой связью, то есть фактически в любой точке цивилизованного мира.

PC Week: Как вы оцениваете прогресс в сфере интеллектуальных коммуникаций?

Д. К.: Avaya сформулировала термин “интеллектуальные коммуникации” несколько лет назад. Интеллектуальные коммуникации — это прежде всего умение найти того, кого нужно, тогда, когда нужно, используя правильное устройство и средство передачи информации. Главная особенность интеллектуальных коммуникаций состоит в том, что они не просто соединяют абонентов и процессы между собой, но делают это с учетом текущей ситуации на предприятии.

В современных условиях решающим продуктом на корпоративном телекоммуникационном рынке становится приложение, а не инфраструктура. Avaya объявила о своем движении в сторону интеллектуальных коммуникаций и создала ряд известных и хорошо востребованных заказчиками продуктов для рынка Business Communication Applications (прикладные программные решения для телекоммуникационных систем. — П. Ч.). Был оценен рынок голосовых сервисов как часть бизнес-процессов предприятия. Его объем составляет порядка 19 млрд. долл. Здесь виден хороший прогресс и на российском рынке.

PC Week: Спасибо за беседу.