



***Исследования по направлению  
«Дополнительные услуги сотовой  
СВЯЗИ»***

Контактное лицо:

Павел Ермолич  
Коммерческий директор  
[pavel@json.ru](mailto:pavel@json.ru)

Контактные телефоны:

+7 (495) 625-72-45  
+7 (495) 927-09-05  
+7 (926) 522-51-19

## Стоимость и сроки предоставления отчетных материалов

Название отчета	Актуальность данных	Срок подготовки, рабочие дни
<a href="#">Российский рынок дополнительных услуг сотовой связи</a>	2 кв. 2009 г.	2
<a href="#">Российский рынок дополнительных услуг сотовой связи</a> <b>ОБНОВЛЕНИЕ</b>	2 кв. 2011 г.	10-15
<a href="#">Рынок мобильного интернета</a>	2 кв. 2009 г.	2
<a href="#">Рынок мобильного интернета</a> <b>ОБНОВЛЕНИЕ</b>	2 кв. 2011 г.	15-20
<a href="#">Рынок мобильных платежей и мобильного банкинга, Россия</a>	2 кв. 2011 г.	25-35
<a href="#">Рынок RBT, Россия</a>	2 кв. 2011 г.	15
<a href="#">Анализ бизнес-моделей услуг LBS в России, Европе, Америке, Азии</a>	2 кв. 2011 г.	10

\* Зависит от числа проводимых экспертных интервью

### Специальные условия

- **При заказе нескольких отчетов предусмотрены скидки!**
- Сроки выполнения работ, как правило, не суммируются
- 50% предоплата, 50% после подписания Акта сдачи-приёмки работ
- При заказе на сумму, не превышающую 200 000 рублей, – 100% предоплата
- **Сроки выполнения работ по проекту могут меняться в зависимости от текущей загрузки профильных консультантов**

По любому из представленных исследований мы поможем Вам разработать рыночную модель, стратегию развития, бизнес-план или финансовую прогнозную модель. Кроме того, J'son & Partners Consulting предоставляет услуги по решению инвестиционных задач: от поиска партнеров до сопровождения сделок M&A

## Методология и ключевые источники информации

При подготовке аналитических материалов в рамках данных исследовательских проектов J'son & Partners Consulting использует следующие ключевые источники информации:

### ■ Данные полевых исследований

В организационной структуре J'son & Partners Consulting представлено подразделение Market Research Team, специализацией которого является проведение «полевых» исследований в различных сегментах телекоммуникационного рынка. Эта команда на сегодняшний день реализовала более 100 проектов, базирующихся как на проведении количественных опросов, так и на качественных методах исследования.

В своей работе Market Research Team использует весь современный исследовательский «инструментарий», в том числе:

- *Количественные опросы (уличные, квартирные, телефонные, интернет-опросы, холл-тесты и хоум-тесты)*
- *Экспертные интервью*
- *Фокус-групповые исследования*
- *Глубинные интервью*
- *Mystery Shopping*

### ■ Исследовательская экспертиза J'son & Partners Consulting

Специалисты компании обладают существенным опытом оценки различных рынков телекоммуникационного оборудования и сервисов, что позволило компании наработать большой практический опыт в данной области. Это позволяет организовать разработку максимально точной модели рынка.

Для компаний, не являющихся информационными партнерами, но входящими в область исследования будут применены оценочные методы, базирующиеся на перечисленных в данном разделе источниках.

### ■ Кабинетные исследования J'son & Partners Consulting

В данную группу входит работа с публичными ресурсами: официальными сайтами провайдеров телеком-услуг; производителей оборудования; сайты компаний, специализирующихся на реализации рассматриваемых в исследовании услуг и товаров; информация, публикуемая органами государственной статистики; интернет-порталы.



**Комбинация озвученных источников информации дает возможность получить нашим клиентам информационные продукты, максимально адаптированные под их потребности.**

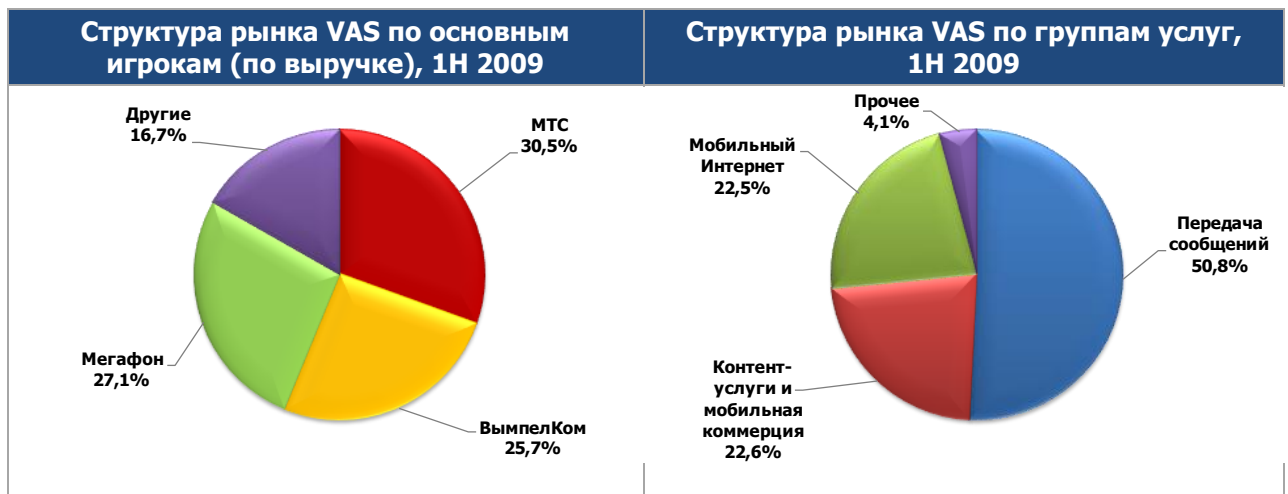
## Рынок дополнительных услуг сотовой связи

### Обзор российского рынка дополнительных услуг сотовой связи

По оценкам J'son & Partners Consulting, объем рынка дополнительных услуг в России в 2008 году достиг 94 млрд. руб. (или 3,8 млрд. долл.), в первом полугодии 2009 года выручка от VAS сотовой связи составила 55 млрд. руб.

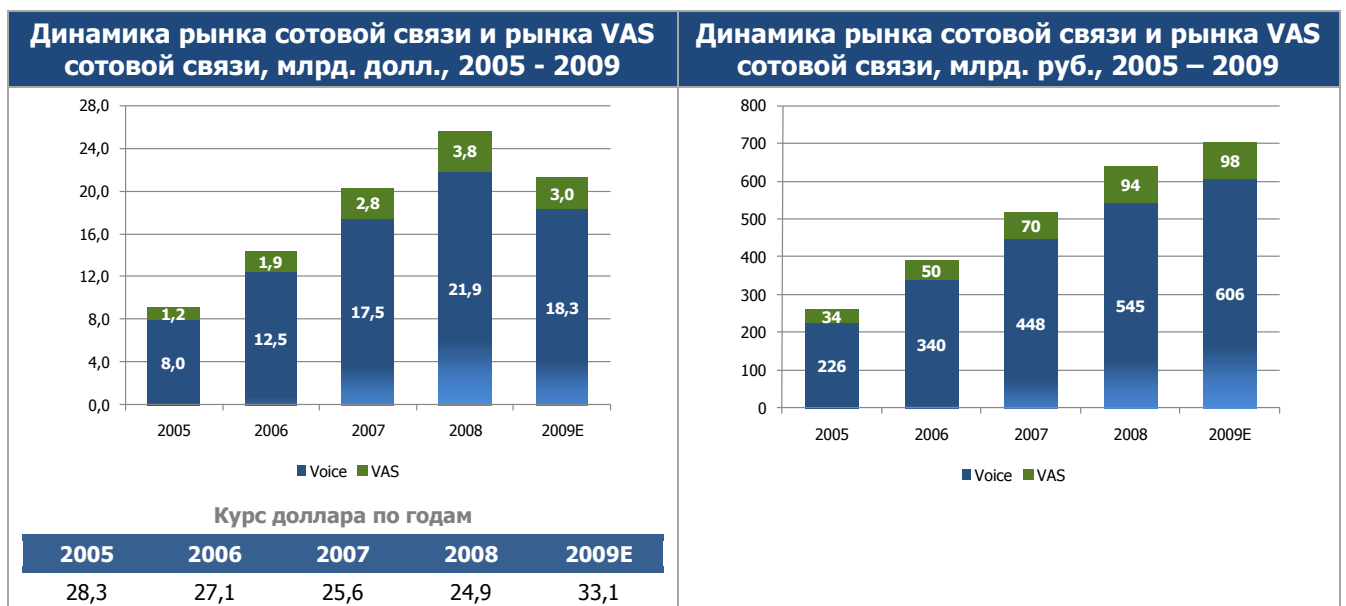
Большая часть выручки от дополнительных услуг сотовой связи (как, впрочем, и выручки от основных услуг) приходится на операторов «большой тройки»: «МТС», «ВымпелКом» и «МегаФон» (83,3% в 1 полугодии 2009 г.).

Сервис передачи коротких сообщений (SMS) продолжает оставаться основным драйвером доходов (более 50% выручки от всех дополнительных услуг связи). Контент-услуги (включая мобильную коммерцию) и мобильный Интернет занимают практически равные доли: 22,6% и 22,5% соответственно.



Источник: J'son & Partners Consulting

С учетом социально-экономической ситуации (снижение платежеспособного спроса, а также прошедшая в конце 2008 года девальвации рубля, не сопровождающейся ростом рублевых цен на дополнительные услуги связи), в 2009 году следует ожидать снижения объема рынка в долларовом эквиваленте до 2,95 млрд. долл. при его росте в рублевом эквиваленте на 4% (реалистичный сценарий).



Источник: J'son & Partners Consulting

## Отчеты по направлению «Дополнительные услуги сотовой связи»

В качестве основных негативных тенденций российского рынка дополнительных услуг связи следует отметить:

- Стагнацию в сегменте «Мобильный контент», вызванную, в первую очередь, стремительным падением продаж рингтонов и платного видео контента (которое пока компенсируется ростом выручки по услуге RBT). Это вызвано увеличением грамотности абонентов, стремительным ростом функциональности мобильных терминалов, предоставляющих развитый функционал для поиска музыкальных треков и видеороликов в сети Интернет, а также непродуманной политикой правообладателей.
- Снижение темпов роста выручки от услуг RBT. Это обусловлено, в первую очередь, достаточно ограниченной контентной RBT-базой, исчерпанием потенциала используемых форматов продвижения («Какая-то мелодия вместо гудка»), при весьма сложной процедуре выбора нужной мелодии.

С другой стороны, выручка в ряде сегментов рынка продолжает расти:

- Мобильная коммерция. Эта услуга тесно связана с рынком интернет-услуг — основная доля средств используется для оплаты интернет-сервисов. Интернет-трафик, несмотря на кризис, растет, что означает дополнительный спрос в сегменте мобильных микроплатежей.
- Мобильный Интернет. Данная услуга особенно актуальна в регионах, где беспроводной доступ является зачастую безальтернативным вариантом доступа в сеть Интернет.

### **Содержание исследования**

В рамках данного исследования было осуществлено изучение текущего состояния и основных тенденций рынка по регионам (Америка, Европа и Азии), произведен детальный обзор ситуации и разработаны сценарии дальнейшего развития рынка дополнительных услуг в России (2009-2010 гг.). В работе рассмотрены такие дополнительные услуги сотовой связи, как SMS, MMS, RBT, LBS, IVR, мобильный Интернет, мобильная коммерция, мобильный маркетинг и мобильное телевидение.

### **Структура исследования**

Введение

1. Основные понятия и определения
2. Краткое описание услуг
  - 2.1. Передача сообщений
    - 2.1.1. SMS P2P
    - 2.1.2. MMS
  - 2.2. Мобильный Интернет
  - 2.3. Контентные услуги
    - 2.3.1. RBT
    - 2.3.2. LBS
    - 2.3.3. IVR
  - 2.4. Мобильное телевидение
  - 2.5. Другие услуги
3. Мобильный контент
  - 3.1. Аудиоконтент
  - 3.2. Видеоконтент
  - 3.3. Программное обеспечение

4. Тенденции мирового телекоммуникационного рынка дополнительных услуг
    - 4.1. Азия
    - 4.2. Америка
    - 4.3. Европа
  5. Рынок дополнительных услуг в России
    - 5.1. История развития, основные особенности
    - 5.2. Операторы сотовой связи
      - 5.2.1. Предоставляемые дополнительные услуги
      - 5.2.2. Тарифная политика
      - 5.2.3. Особенности работы на рынке VAS
      - 5.2.4. Бизнес-модели, используемые при работе с сервис-провайдерами
    - 5.3. Сервис-провайдеры (ТОП-5)
      - 5.3.1. Краткая характеристика
      - 5.3.2. Специализация
      - 5.3.3. Бизнес-модели, используемые при работе с партнерами
    - 5.4. Правообладатели, бизнес-модели
    - 5.5. Структура VAS-доходов по группам услуг и по макрорегионам
      - 5.5.1. Количество пользователей, проникновение услуг
      - 5.5.2. Выручка от VAS
      - 5.5.3. VAS ARPU
    - 5.6. Анализ динамики показателей
      - 5.6.1. По группам услуг
      - 5.6.2. По операторам
      - 5.6.3. По региональным рынкам (макрорегионы РФ)
  6. Выводы и заключение
    - 6.1. Потенциал рынка, перспективные ниши
    - 6.2. Сценарии развития
- Приложения
- Приложение 1. Профили операторов сотовой связи (топ-3)
  - Приложение 2. Профили сервис-провайдеров (топ-5)
  - Приложение 3. Перечень операторов, планирующих внедрение LTE

### ***Параметры исследования***

Формат предоставления данных	Отчет .PDF
Объем отчета	~ 90 страниц
Язык отчета	Русский

[Вернуться к оглавлению](#)

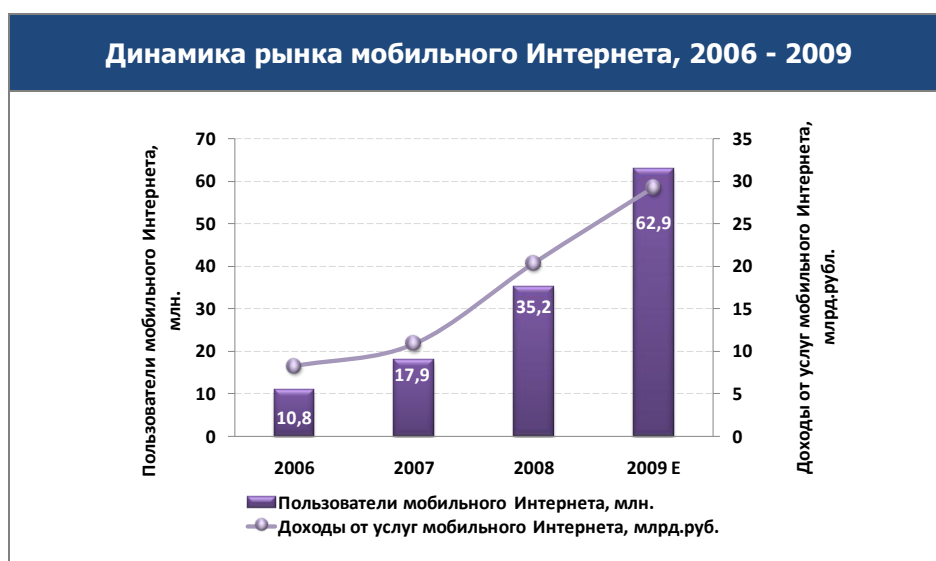
## Рынок мобильного Интернета

### Обзор российского рынка мобильного Интернета по итогам 1 полугодия 2009 года

Общие итоги 2008 года и 1 полугодия 2009 года:

- Рост доходов за 2008 год на 87% до 20,4 млрд руб., за 1 полугодие 2009 года (по сравнению с 1 полугодием 2008) на 83% до 13 млрд руб.
- Рост аудитории пользователей мобильного Интернета за 2008 года на 97% до 35,2 млн., за 1 полугодие 2009 года (по сравнению с 1 полугодием 2008 года) на 126% до 46,3 млн.
- Рост ARPU за 2008 год на 16% до 61,1 руб., за 1 полугодие 2009 года (по сравнению с 1 полугодием 2008 года) данный показатель снизился на 14% до 53,1 руб.

По оценкам J'son & Partners Consulting количество пользователей мобильного Интернета вырастет до 62,9 млн, а доходы до 29,3 млрд рублей.

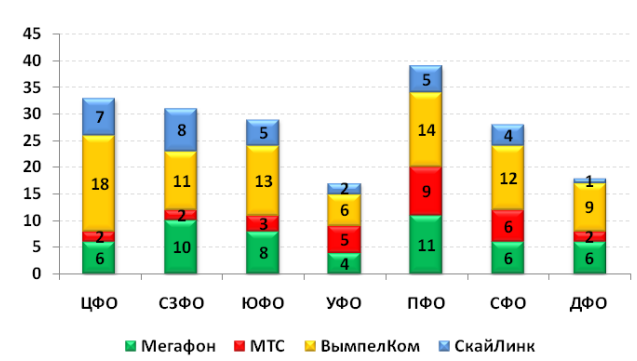


Источник: J'son & Partners Consulting, данные компаний

#### Развитие 3G сетей:

«ВымпелКом» среди операторов «большой тройки» является лидером по количеству регионов, в которых построены сети 3G, несмотря на то, что оператор начал строить сети третьего поколения позже всех (с сентября 2008 года).

Если рассматривать Россию по федеральным округам, учитывая сети всех операторов 3G – МТС, «ВымпелКом», «МегаФон» и SkyLink, то лидером по количеству регионов с сетями 3G является Приволжский федеральный округ, второе место занимает и Центральный федеральный округ, третье место - Северо-Западный федеральный округ.

Количество регионов с сетями 3G, декабрь 2009					Количество регионов с сетями 3G, декабрь 2009				
Округ	МегаФон	МТС	ВымпелКом	SkyLink					
ЦФО	6	2	18	7					
СЗФО	10	2	11	8					
ЮФО	8	3	13	5					
УФО	4	5	6	2					
ПФО	11	9	14	5					
СФО	6	6	12	4					
ДФО	6	2	9	1					
Количество регионов с 3G	51	29	83	32					

Источник: J'son & Partners Consulting, данные компаний

Основной и наиболее востребованной услугой компании в сетях 3G стала передача данных, причем не столько у пользователей мобильных телефонов, сколько у домашних пользователей. По статистике оператора одна третья часть продаж USB-модемов в России приходится на филиалы с работающими 3G-сетями, а интернет-трафик с запуском сетей 3G возрастает в 2-4 раза.

#### Абонентское оборудование:

На сегодняшний день можно выделить 3 ключевых группы потребительской электроники, которые влияют на развитие рынка услуг, базирующихся на технологиях мобильной передачи данных:

- Мобильные телефоны: традиционные устройства, а также смартфоны и коммуникаторы

Данная категория абонентских устройств на сегодняшний день является наиболее массовой. По оценке J'son & Partners Consulting, на конец 1 полугодия 2009 года на руках у российских пользователей сотовой связи находилось более 122 млн устройств. Большинство этих терминалов обладают как минимум базовой функциональностью, которая позволяет получить доступ к услугам, основывающимся на мобильной передаче данных (поддержка WAP).

- Сотовые модемы: USB-устройства и PCMCIA-карты

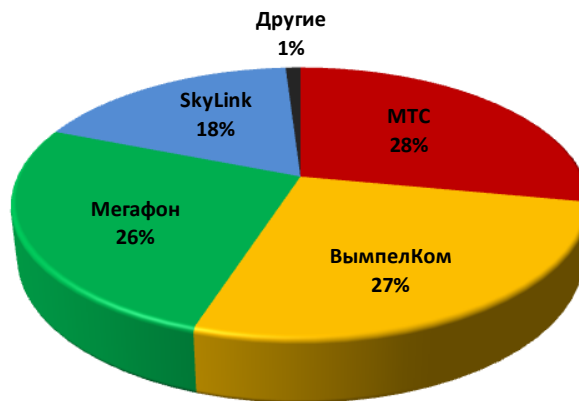
Изначально функция сотового модема являлась решением, интегрированным в мобильный телефон. Однако, начиная с 2003 года на рынке появились устройства, основное назначение которых – это работа в качестве сотового модема (функции по передаче голосового трафика в таких устройствах доступны только опционально или недоступны вообще).

По оценке J'son & Partners Consulting, в 1 полугодии 2009 года было реализовано более 1,1 млн. устройств; средняя розничная цена устройства в рассматриваемом периоде составила около 80 долл. (2 500 руб.).

Объем продаж за первую половину 2009 года превысил продажи модемов за 2008 год в целом, что свидетельствует о росте популярности мобильного интернета.

В рассматриваемом периоде все операторы активно снижали стоимость клиентских терминалов, что стимулировало продажи модемов. Также проводились дополнительные маркетинговые акции, направленные на пользователей сотовой связи, выезжающих за город.

### Структура продаж сотовых модемов по операторам сотовой связи, 1 полугодие 2009



Источник: J'son & Partners Consulting, данные компаний

Стоит отметить, что на сегодняшний день GSM-операторы предлагают покупателям идентичный ассортиментный набор сотовых модемов - около 5 моделей устройств. Фактически, конкуренция идет на уровне цены устройства, а также тарифных характеристик.

Практически все устройства, представленные в настоящее время на рынке, поддерживают работу в 3G-сетях, это касается как GSM-модемов, так и оборудования, работающего в сетях CDMA2000.

#### ■ Ноутбуки, включая «нетбуки»

Согласно исследованиям J'son & Partners Consulting, в России на сегодняшний день наблюдается тенденция к постепенному вытеснению традиционных (настольных) ПК ноутбуками. Этому способствуют следующие факторы: снижение розничных цен на данную категорию ПК, рост производительности ноутбуков; компактность (мобильность) устройства. По оценке J'son & Partners Consulting, в 2008 году продажи ноутбуков (включая нетбуки) составили около 40% продаж всех компьютеров в России.

### **Содержание исследования**

Тема мобильного интернета в России волнует большое количество людей, так или иначе пользующихся глобальной сетью. Несмотря на бурное развитие широкополосного доступа в интернет с использованием фиксированной связи на карте нашей страны остается немало "белых пятен" — домохозяйств и коммерческих объектов, не имеющих доступа к глобальной сети (по географическим, экономическим, административным причинам). С развитием сетей 3G и 4G операторы мобильной связи начали предлагать своим абонентам услуги доступа к сети на качественно ином уровне, а рост количества и функционала мобильных терминалов, нетбуков и ноутбуков обеспечивает постоянный рост потребности в подобном рода сервисах.

Основная цель исследования J'son & Partners Consulting «Рынок мобильного Интернета в России, 2008-2010 гг.» - предоставление объективной и актуальной информации о состоянии и перспективах одного из наиболее быстрорастущих сегментов рынка VAS России с учетом зарубежного опыта и российской действительности.

В отчете содержится информация о текущей ситуации и тенденциях развития рынка, планы операторов, описание проблем, препятствующих развитию рынка. Особое внимание уделяется стратегиям основных операторов и их планам, а также возможной «войне стандартов» (3G vs 4G).

## **Структура исследования**

### Введение

1. Что такое мобильный Интернет?
  - 1.1. Технологии доступа к сетям передачи данных
  - 1.2. Услуги на основе передачи данных
2. Обзор мирового рынка мобильного Интернета
  - 2.1. Азия
  - 2.2. Америка
  - 2.3. Европа
3. Рынок дополнительных услуг в России
  - 3.1. Общая характеристика рынка. Основные игроки (ТОП-3)
    - 3.1.1. Услуги
    - 3.1.2. Тарифная политика
    - 3.1.3. География
  - 3.2. Размер и динамика рынка
    - 3.2.1. Абонентская база
    - 3.2.2. Доли операторов по абонентам
    - 3.2.3. Доходы. Доли операторов по доходам
    - 3.2.4. Региональный срез: сравнительный анализ развития мобильного Интернета в регионах
  - 3.3. Социально-демографические характеристики пользователей мобильного Интернета
    - 3.3.1. Половозрастная структура
    - 3.3.2. Семейное положение
    - 3.3.3. Образование
    - 3.3.4. Социальный статус
    - 3.3.5. Занятость
    - 3.3.6. Доходы
4. Абонентское оборудование - фактор роста
  - 4.1. USB-модемы и PCMCIA-карты
  - 4.2. Ноутбуки и нетбуки
  - 4.3. Мобильные терминалы (телефоны, коммуникаторы, смартфоны)
5. Прогнозы и перспективы развития
  - 5.1. Барьеры и предпосылки роста рынка
  - 5.2. Сценарии дальнейшего развития (2009 - 2010 гг.)

### Заключение

### Приложения

- Приложение 1. Профили операторов сотовой связи (ТОП-3)  
 Приложение 2. Профили производителей абонентского оборудования (ТОП-5)

## **Параметры исследования**

Формат предоставления данных	Отчет .PDF
Объем отчета	~ 80 страниц
Язык отчета	Русский

## *Рынок мобильных платежей и мобильного банкинга, Россия*

### **Содержание исследования**

Компания J'son & Partners Consulting отмечает растущий быстрыми темпами рынок B2C и платежных систем в России за период 2005-2008гг. В отчете представлена информация по кредитным, дебиторским, Интернет, электронным, е-кошелькам, мобильным и другим платежным системам на российском рынке.

Отчет охватывает рынки Москвы, Санкт-Петербурга и регионов России. Также здесь представлен анализ основных приложений, профили игроков рынка, анализ регуляторной политики и наши рекомендации.

Отчет основан на официальных источниках, таких как Центральный Банк РФ, Росстат и другие государственные регуляторы, на полевых интервью с руководством высшего и среднего звена и специалистов из ведущих банков, финансовых учреждений и других игроков российского рынка.

### **Структура исследования**

Введение

1. Понятия и определения
2. Общая характеристика
3. Мировая практика
  - 3.1. Обзор: основные мировые игроки
  - 3.2. Используемые технологии и бизнес-модели. Способы решения задач идентификации пользователей, безопасности проводимых транзакций, борьбы с мошенничеством
4. Обзор российской практики
  - 4.1. Мобильные платежи
    - 4.1.1. Законодательная база
    - 4.1.2. Объем рынка
    - 4.1.3. Структура рынка по операторам
    - 4.1.4. Используемые технологии и бизнес-модели
    - 4.1.5. Реализованные проекты
      - 4.1.5.1. «ВымпелКом» - «Мобильный платеж»
      - 4.1.5.2. «МТС» (пилотный проект)
      - 4.1.5.3. «МегаФон» (пилотный проект)
  - 4.2. Мобильный банкинг
    - 4.2.1. Законодательная база
    - 4.2.2. Объем рынка
    - 4.2.3. Обзор используемых технологий и реализованные проекты
      - 4.2.3.1. SMS-banking (информирование и управление счетом)
      - 4.2.3.2. STK-banking
      - 4.2.3.3. USSD-банкинг
      - 4.2.3.4. Сервисы, реализованные на базе программных приложений для мобильных телефонов (Symbian, j2me, Windows Mobile)
      - 4.2.3.5. Сервисы, реализованные на базе мобильных браузеров
      - 4.2.3.6. NFC, описание технологии
5. Прогнозы и перспективы развития
  - 5.1. Барьеры и предпосылки развития рынка
  - 5.2. Прогнозы и перспективы (2008 – 2010 гг.)

Заключение

### **Параметры исследования**

Отчеты по направлению «Дополнительные услуги сотовой связи»

Формат предоставления данных	Отчет .PDF
Объем отчета	~ 60-70 страниц
Язык отчета	Русский

[Вернуться к оглавлению](#)

## *Рынок RBT, Россия*

### **Содержание исследования**

В отчете представлен анализ и особенности рынка RBT, который занимает большую долю в структуре рынка мобильного контента в России. Проанализированы основные модели предоставления этой услуги крупнейшими сотовыми операторами.

### **Структура исследования**

1. Введение
2. Понятия и определения
3. Мировая практика
4. Общая характеристика рынка RBT РФ
  - 4.1. Объем рынка, динамика
  - 4.2. Структура рынка
5. RBT российских операторов сотовой связи
  - 5.1. «МТС»
    - 5.1.1. Особенности реализации услуги RBT
    - 5.1.2. Компании-партнеры, их функционал, возможности
    - 5.1.3. Планы и прогнозы (2009 – 2010 гг.)
  - 5.2. «МегаФон»
    - 5.2.1. Особенности реализации услуги RBT
    - 5.2.2. Компании-партнеры, их функционал, возможности
    - 5.2.3. Планы и прогнозы (2009 – 2010 гг.)
  - 5.3. «ВымпелКом»
    - 5.3.1. Особенности реализации услуги RBT
    - 5.3.2. Компании-партнеры, их функционал, возможности
    - 5.3.3. Планы и прогнозы (2009 – 2010 гг.)
  - 5.4. Прочие операторы сотовой связи
6. Основные агрегаторы прав, правообладатели
7. Прогнозы и перспективы развития
  - 7.1. Барьеры и предпосылки роста рынка
  - 7.2. Сценарии дальнейшего развития (2009 – 2010 гг.)
8. Заключение

### **Параметры исследования**

Формат предоставления данных	Отчет .PDF
Объем отчета	~ 50 страниц
Язык отчета	Русский

[Вернуться к оглавлению](#)

# Анализ бизнес-моделей услуг LBS в России, Европе, Америке, Азии

## Содержание исследования

Location-based service (LBS) - это тип информационных и развлекательных услуг, основанных на определении текущего местоположения мобильного телефона пользователя.

Отчет представляет собой всесторонний анализ сегмента LBS применительно к деятельности сотовых операторов. В отчете рассмотрены как теоретические аспекты реализации гео-сервисов, так и приведены примеры практической реализации подобных услуг.

## Структура исследования

### 1. Что такое LBS

#### 1.1. Компоненты технологии LBS

##### 1.1.1. Push and Pull сервисы

#### 1.2. Пользовательские цели по отношению к информации о местоположении

#### 1.3. Классификация LBS-сервисов

##### 1.3.1. Примеры LBS-сервисов

#### 1.4. Принципы работы LBS-сервисов

##### 1.4.1. Процедура запроса LBS-сервиса

##### 1.4.2. Мобильные устройства

##### 1.4.3. Беспроводная мобильная сеть

##### 1.4.4. Методы определения местоположения

##### 1.4.5. Базовые технологии LBS

##### 1.4.6. Требования к LBS-архитектуре

##### 1.4.7. Контент-провайдеры и провайдеры данных

### 2. LBS-сервисы

#### 2.1. Рынок LBS-услуг

#### 2.2. LBS – ключевые вопросы

### 3. Мировой опыт внедрения LBS-сервисов

#### 3.1. Ключевые факторы успеха в развитии LBS-услуг

#### 3.2. Общие тенденции и направления развития LBS-услуг

##### 3.2.1. Специальные тарифные планы с привязкой к местности

3.2.2. Tracking

3.2.3. Мобильные социальные сети

3.2.4. Услуги для B2B рынка

3.2.5. Сервис и контент-провайдеры LBS-услуг

3.2.6. Поставщики платформ и технологий

3.3. Азиатский рынок

3.3.1. Япония

3.3.2. Китай

3.4. Европа

3.4.1. O2 Group

3.4.2. T-Mobile

3.4.3. Vodafone

3.4.4. Orange

3.4.5. Telenor

3.4.6. TeliaSonera

3.5. Америка

3.5.1. Sprint

3.5.2. AT&T

3.5.3. Verizon Wireless

3.6. Россия

3.6.1. Картографическая основа услуг позиционирования в России

3.6.2. Провайдеры услуг

3.6.3. Государственные и муниципальные программы

3.6.4. «ВымпелКом»

3.6.5. «МегаФон»

3.6.6. «МТС»

3.7. Украина

3.7.1. «Киевстар»

4. LBS: услуги, сегменты, тарификация и продвижение

## 4.1. B2C рынок

## 4.1.1. Child Traking

## 4.1.2. Навигация/информация о пробках

## 4.2. B2B рынок

## 4.2.1. Управление автопарком

## 4.2.2. Управление/контроль за персоналом

## 4.3. Тарификация

## 4.4. Продвижение

## 4.4.1. Азиатский рынок

## 4.4.2. Европейский рынок

## 5. Заключение

## 6. Рекомендации

## Приложение 1. Услуги LBS, Япония

## 1.1. i-area (NTT)

## 1.2. imadoco search (DoCoMo)

## Приложение 2. FollowUs

## Приложение 3. CoPilotLive 7

## Приложение 4. Orange Navigation

## Приложение 5. Orange Fleet Link

## Приложение 6. Worcester [группа Bosh]

## Приложение 7. Quadron

***Параметры исследования***

Формат предоставления данных	Отчет .PDF
Объем отчета	~ 110 страниц
Язык отчета	Русский

[Вернуться к оглавлению](#)

Замечания, вопросы по содержанию информационных материалов а также коммерческие и административные вопросы могут быть направлены:

**Павел Ермолич**

Коммерческий Директор  
J'son & Partners Consulting  
[Pavel@json.ru](mailto:Pavel@json.ru)

Контактные телефоны:

+7 (495) 625-72-45

+7 (926) 522-51-19



[www.json.ru](http://www.json.ru)

[Вернуться к оглавлению](#)