



www.nokia.com.pl

Nokia to jedna z najcenniejszych marek świata. Esencją marki, produktów i działalności firmy Nokia stanowią jakość i innowacyjność. Celem, jaki stawia sobie ten największy na świecie producent telefonów komórkowych i urządzeń mobilnych, lider w dziedzinie produkcji sprzętu, tworzenia rozwiązań oraz świadczenia usług operatorom sieci, jest poprawianie komunikacji międzyludzkiej i poszukiwanie nowych sposobów wymiany informacji.

Oferta i wartości

Nokia łączy ludzi i umożliwia im dostęp do informacji za pomocą łatwych w użyciu innowacyjnych produktów, takich jak telefony komórkowe, komputery multimedialne oraz rozwiązania do fotografii i wideo, gier, multimedii, pracy zawodowej i komunikacji w firmie. Z urządzeń mobilnych marki Nokia korzystają dziś ludzie w ponad 130 krajach – używają ich do codziennej komunikacji, w biznesie, dla rozrywki, a nawet jako modnych dodatków.

Nokia kładzie duży nacisk na korporacyjną odpowiedzialność społeczną (od 2002 r. publikuje roczne raporty dotyczące CSR, transparentność finansową (publikuje roczne i kwartalne wyniki finansowe) oraz na kwestie ekologii (produkty Nokia są bezpieczne, nie zanieczyszczają środowiska i zużywają minimalną ilość energii). Wartości te są fundamentalne, by budować zaufanie do firmy oraz jej dobrą reputację.

Innowacje i promocje

Centra badań i rozwoju Nokia znajdują się w 11 krajach, a w 8 zlokalizowane są zakłady produkcyjne. Dzięki szczegółowym badaniom firma zapewnia swoim klientom szybki dostęp do najnowszych technologii. Nokia, wprowadzając na rynek Nokia 5110, jako pierwsza zaproponowała użytkownikom kolorowe obudowy, które mogli samodzielnie wymieniać. W 2001 r. wprowadziła na rynek telefon Nokia 7650 – pierwszy na świecie telefon z wbudowanym aparatem fotograficznym działający w sieciach GSM. Należący do multimedialnej Nserii komputer multimedialny Nokia N92 to pierwsze urządzenie, na którym można oglądać cyfrową telewizję. Wprowadzając na rynek w trakcie paryskiego tygodnia mody na jubileuszowym pokazie mody słynnego projektanta Kenzo model Nokia 8210, firma stała się również pionierem w segmencie „modnych” telefonów. Najnowsze telefony należące do tej kategorii to inspirowane sztuką egzotycznych plemion i motywami etnicznymi Nokia 7373 i Nokia 7390. Nokia stworzyła także produkty przełomowe – połączenie konsoli do gier z telefonem komórkowym, czyli Nokia N-Gage i Nokia N-Gage QD.

Aby zainteresować użytkowników telefonów komórkowych nową formą komunikacji, MMS-ami, Nokia stworzyła w lutym 2005 r. platformę internetową moBlog.pl. Obecnie prawie 50 tys. osób prowadzi tam swoje internetowe pamiętniki ilustrowane zdjęciami przesyłanymi przez MMS. Ten pierwszy



serwis moBlogowy w Polsce jest jednocześnie największą tego typu inicjatywą w kraju i jedną z największych na świecie.

Działania marketingowe Nokia obejmują sponsoring różnych przedsięwzięć muzycznych i sportowych. W 2006 r. na zorganizowanym w Warszawie festiwalu muzycznym Nokia Trends bawiło się ponad 5 tys. młodych ludzi. W 2005 r. mieszkańcy Wrocławia wzięli udział w snowboardowej imprezie Leave No Trace by Nokia, warszawiacy próbowali swoich sił w sportach ekstremalnych podczas Nokia City Event, a mieszkańcy Trójmiasta mieli możliwość podziwiania okazałych trimaranów, które przycumowały do Polski w ramach Nokia Oops Cup.

Nokia prowadzi także programy edukacyjne dla młodzieży. W 2006 r. wspólnie z Wydziałem Wzornictwa Przemysłowego Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie zorganizowała po raz pierwszy w Polsce program Nokia Only Planet. W tym roku odbyła się także 6. edycja programu Make a Connection – przyłącz się! Program promuje wśród młodych Polaków ideę wolontariatu poprzez dotacje i szkolenia przy realizacji projektów.

Kontekst rynkowy

Nokia ściśle współpracuje ze wszystkimi operatorami sieci komórkowych na polskim rynku telefonii komórkowej: z Polską Telefonią Cyfrową (operatorem sieci Era), Polską Telefonią Komórkową Centertel (operatorem sieci Orange) oraz firmą Polkomtel (operatorem sieci Plus GSM). Od momentu wejścia na polski rynek firma Nokia miała bardzo silną pozycję – na początku lat 90. dostarczała infrastrukturę potrzebną do budowy sieci komórkowych, a w momencie uruchomienia sieci GSM od razu

zdobyła pozycję czołowego dostawcy telefonów komórkowych i utrzymuje tę pozycję do dziś.

Osiągnięcia i perspektywy na przyszłość

W rankingu 100 najbardziej wartościowych marek świata opublikowanym w lipcu 2005 r. przez „Business Week” Nokia znalazła się na szóstym miejscu w świecie i pierwszym w Europie. Firma otrzymała wiele prestiżowych nagród, m.in. w badaniu The Most Trusted Brand 2006 organizowanym przez „Reader’s Digest” w 14 krajach Europy została uhonorowana Złotą Statuetką w kategorii Telefon Komórkowy. Również w badaniu reputacji marek Premium Brand 2006 firmie Nokia przyznano prestiżowy tytuł Marki Najwyższej Reputacji w kategorii Telekomunikacja.

Pod koniec 2005 r. z telefonów komórkowych korzystało na całym świecie 2,2 mld ludzi. Nokia szacuje, że do 2008 r. liczba ta zwiększy się do 3 mld. Nowi użytkownicy telefonów to głównie mieszkańcy Środkowego Wschodu, Afryki, Ameryki Łacińskiej

To, czego nie wiedzieliście

- Od wprowadzenia modelu Mobira Sereno do września 2005 r. Nokia wprowadziła na rynek około 400 modeli telefonów
- Pierwsze telefony firmy Nokia – seria 2100 wprowadzona w 1994 r. – osiągnęły łączną sprzedaż na poziomie 20 mln sztuk
- W 2004 r. Nokia wyprodukowała 207,7 mln telefonów, co daje średnio 6,5 telefonu na sekundę
- Najlepiej sprzedający się telefon na świecie – Nokia 3310/Nokia 3330 – od swojego debiutu w 2000 r. do wycofania go z rynku w początku 2005 r. osiągnął sprzedaż 1,2 mld sztuk (dla porównania: całkowita sprzedaż wszystkich telefonów Nokia w latach 1991-1998 wyniosła 100 mln sztuk)
- Gdyby wszystkie sprzedane telefony Nokia 3310/Nokia 3330 ułożyć jeden za drugim, powstałoby pas o długości 13,5 tys. km łączącyby Helsinki z Santiago de Chile

i południowej Azji. Biorąc pod uwagę te statystyki, Nokia stara się rozwijać ofertę urządzeń i rozwiązań osiągalnych dla mieszkańców tych regionów.

Firma Nokia zauważa także, że możliwości komunikacji mobilnej w pewnych obszarach pokrywają się z funkcjami dotychczas przypisywanymi komputerom i aparatom cyfrowym. Użytkownicy telefonów komórkowych mogą korzystać z nich na wiele sposobów: kręcąc filmy wideo, słuchając muzyki, grając w gry lub surfując po Internecie. Właśnie dlatego produkty Nokia są wyposażane w coraz nowocześniejsze rozwiązania technologiczne, takie jak optykę Carl Zeiss czy zabezpieczenia antywirusowe najnowszej generacji.

Mając na uwadze fakt, że dzięki mobilności w nowoczesnym biznesie wzrasta produktywność i zysk oraz zyskuje się redukcję kosztów i przewagę konkurencyjną, Nokia unowocześnia i rozwija rozwiązania biznesowe w swoich telefonach komórkowych oraz zamierza produkować nowe urządzenia tworzyć infrastrukturę, oprogramowanie oraz świadczyć usługi zorientowane na rynek biznesowy.



1865

Inżynier górnictwa Fredrik Idestam założył w Tampere w południowo-zachodniej Finlandii zakład przetwórstwa drewna, który wkrótce przeniósł do sąsiedniej miejscowości Nokia

1898

W Helsinkach powstają Fińskie Zakłady Gumowe, których głównym produktem były kalosze, wkrótce zmieniają lokalizację i przenoszą się do Nokii

1912

Powstaje Fińska Fabryka Kabli, która również przenosi się do Nokii

1967

Fuzja Nokia Ab (działającej w przemyśle drzewnym i energetyce), Suomen Gummitehdas Oy (produkcją wyrobów z gumy) oraz Suomen Kaapelitehdas Oy (produkcją kabli telefonicznych i energetycznych) – powstaje Nokia Corporation

1981

Pierwsze telefony samochodowe Nokia działające w Skandynawii w pierwszej na świecie międzynarodowej sieci telefonii komórkowej (system NMT)

1987

Nokia opracowała pierwszy przenośny telefon komórkowy

1992

Nokia rozpoczęła działalność w Polsce