



MOTOROLA

Motorola jest światową marką telefonów komórkowych, mobilnych produktów i rozwiązań z dziedziny łączności szerokopasmowej i sieci bezprzewodowych. W domu, w samochodzie czy w pracy Motorola oferuje pełną mobilność, pozwalając w każdej chwili skontaktować się z ludźmi i zdobyć potrzebne informacje. Motorola realizuje w ten sposób wizję Seamless Mobility – sprawnej i wygodnej komunikacji z każdego miejsca niezależnie od czasu.



Oferta i wartości

Motorola jest nie tylko piękna, ale ma też bogate wnętrze! Od lat wyznacza trendy we wzornictwie telefonów komórkowych. Tworzy przedmioty z charakterem. W 2007 roku wprowadziła na rynek następczynię kultowej „brzytwy” – telefon MOTORAZR² V8 – jeszcze szczuplejszy i jeszcze bogatszy w najnowsze rozwiązania.

Na całym świecie rozpoznawalne jest jej logo z charakterystycznym „M”, zwane żartobliwie batmanem, oraz dzwonek „HELLOMOTO”.

Produkty Motoroli łączą piękno z technologią. Dla swoich konsumentów Motorola projektuje linie odpowiadające ich zainteresowaniom. Nawiązuje przy tym współpracę ze znanymi markami i starannie dobiera swych ambasadorów.

Jako pierwsza na świecie wraz z kreatorami mody – duetem Dolce&Gabbana – stworzyła ekskluzywną wersję telefonu komórkowego MOTORAZR V3i. Współpraca z firmami Burton i Oakley to ukłon w stronę tych, którzy kochają sport. Poszczególne

produkty, np. niezwykle lekkie słuchawki Bluetooth Stereo MOTOROKR S9, firmuje swoim wizerunkiem David Beckham. Ambasadorem linii muzycznej jest amerykańska piosenkarka Fergie. Motorola ceni różnorodność kulturową, dlatego ambasadorem jej marki jest również znany aktor z Indii – Abhishek Bachchan.

Dla fanów nowoczesności Motorola przygotowała multimedialny telefon MOTO Z8, który pozwala na obejrzenie pełnometrażowego filmu w jakości zbliżonej do High Definition. Osobom, które chcą mieć biuro w kieszeni, zadedykowano podręczny smartfon MOTO Q 9h, który zapewnia bezpieczny dostęp do prywatnej i firmowej poczty, synchronizuje się z komputerem i pozwala na zainstalowanie blisko 1000 aplikacji!

Marce bliskie są sprawy ekologii. Motorola systematycznie zmniejsza ilość odpadów elektronicznych, a co więcej, ułatwia klientom ich utylizację – każdy może bez opłat odesłać do firmy stary telefon dowolnej marki.

Corporate Social Responsibility w wydaniu Motoroli to długofalowe zaangażowanie na rzecz lokalnych społeczności.

W Polsce od 7 lat działa program edukacyjny Diversity, skierowany do uczniów i nauczycieli szkół średnich, który zachęca dziewczęta do studiowania informatyki. Do tej pory w projekcie wzięło udział ponad 7 tys. uczniów. Efektem Diversity jest przełamanie stereotypu, że tylko mężczyzna może być informatykiem. Motorola chce wpływać na wzrost liczby kobiet-programistek na rynku pracy, bo zróżnicowany zespół jest bardziej twórczy i efektywniejszy!

Ponadto koncern wspiera rozwijające się kraje, by wyrównać ich szanse w dostępie do nowych technologii. W ramach GSM Association w latach 2005–2006 Motorola dostarczyła ponad 16 mln ultratanich telefonów do ponad 50 krajów.

Innowacje i promocje

Innowacyjność marki opiera się na dostarczaniu najwyższej klasy standardu swoim konsumentom. Telefony komórkowe



Motoroli pojawiły się w Polsce jako jedne z pierwszych wraz ze startem polskich operatorów GSM. Komórki Motoroli od dawna działają w trybie pozwalającym na korzystanie z wielu funkcji telefonu w samolocie. Wyposażone są też w technologię Bluetooth Stereo i odtwarzacz MP3.

Dziś, w dobie społeczeństwa Web 2.0, niezwykle ważna jest komunikacja w internecie. Na YouTube można znaleźć filmiki pokazujące grupę nastolatków, którzy tańczą przed ludźmi na ulicy w najbardziej zakazującym dla nich momencie. Skąd mają muzykę? Z prawie niewidocznych, bezprzewodowych słuchawek S9. Promocję produktów wspomagają filmy animowane MOTOSPEED i stworzone przez chińskiego artystę – Xiao Xiao.

Do konsumentów w Polsce Motorola skierowała kilka akcji promujących np. kampanię internetową MotoKreator. Komunikacja była oparta na współpracy z portalem internetowym i wykorzystywała narzędzia e-marketingu. Sama akcja zaś



składała się z konkursu na nakręcenie alternatywnej wersji reklamy telefonu, wykorzystującej hasło „lustrzanie szalony, szaleńczo wyposażony”. Na konkurs przysłano ponad 300 filmików, a oceniali je sami internauci. Specjalnie stworzona strona miała ponad 315 tys. odwiedzin.

MOTOKRZR K1 i jego następcą z HSDPA – MOTOKRZR K3 – mają wygodną grawerowaną klawiaturę oraz innowacyjne wykończenie, będące wynikiem zastosowania po raz pierwszy w urządzeniach produkowanych na masową skalę kombinacji utwardzonego szkła, magnezu i polerowanego chromu.

Kontekst rynkowy

W Polsce u 4 operatorów komórkowych na koniec 2007 r. jest już 42 mln aktywnych kart SIM (szacunki „Gazety Prawnej”), ale rynek wciąż nie jest jeszcze nasycony! Dla tych, którzy nie gonią za nowinkami, ale cenią wysoki standard, Motorola stworzyła telefon MOTO F3. Jego atutem są: doskonała jakość w stosunku do niskiej ceny, wykonanie z trwałych materiałów i wykorzystanie nowoczesnej technologii tzw. papieru elektronicznego w wyświetlaczu.

Obecnie cenną funkcjonalnością jest szybki szerokopasmowy dostęp do internetu. Motorola jako pierwsza w Polsce zaoferowała w promocji z operatorem telefony w standardzie HSDPA z prędkością do 3,6 Mb/s, – np. MOTORAZR V3xx, MOTORAZR maxxV6, MOTOKRZR K3.

Systematycznie powiększa się grono osób, które pragną otaczać się pięknymi i ekskluzywnymi przedmiotami. Dla nich Motorola przygotowała specjalną edycję telefonu MOTORAZR² V8 LUXURY EDITION – ponadczasową klasykę wzornictwa, łączącego czerń ze złotem.

Osiągnięcia i perspektywy

Promowanie nowych rozwiązań telekomunikacyjnych, edukacyjny program Diversity oraz przykłady stosowania dobrych praktyk, standardów i równouprawnienia na rynku pracy zostały wielokrotnie doceniane przez instytucje rządowe, pozarządowe i media. Motorola otrzymała m.in. nagrody: Coolbrand, Superbrand, Okulary Równości, tytuł Firmy

MOTORAZR² V8 LUXURY EDITION



To, czego nie wiedziałeś

★ Ikona komórek – MOTORAZR V3 – sprzedana się w ponad 100 milionach sztuk. Swojemu oryginalnemu płaskiemu designowi zawdzięcza miano „brzytwy”. Stała się wzorem i najczęściej naśladowanym modelem dla innych producentów telefonów.

★ Od lat Motorola kontynuuje tradycję wręczania niedostępnych na rynku, limitowanych edycji telefonów nominowanym do Oscarów artystom. Każdy model ma oryginalne opakowanie nawiązujące do kinematografii.

★ „That’s one small step for man, one giant leap for mankind” – pierwsze słowa wypowiedziane na Księżycu w 1969 roku przez Neila Armstronga zostały przekazane na Ziemię przez transponder Motoroli. 38 lat później pierwszą rozmowę ze szczytu Mount Everestu wykonał Rod Baber z telefonu MOTO Z8 oraz wysłał SMS o treści: „One small text for man, one giant leap for mobilekind”.

★ Centrum Oprogramowania Motoroli w Krakowie jest największym ośrodkiem programistycznym firmy w regionie Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki.

w Dobrym Stylu czy Inwestora w Kapitał Ludzki. Również Komisarz Unii Europejskiej ds. Społeczeństwa Informatycznego i Mediów gościła w Brukseli przedstawicieli Motoroli z Polski, by skorzystać z wiedzy naszej firmy i promować karierę kobiet w przemyśle teleinformatycznym w Europie.

Niezależnie czy marka zostanie nazwana „super”, „cool”, „trendy” czy „jazzy”, to ważne, że Motorola kojarzona jest z czymś godnym zainteresowania, czymś „dla mnie”.

Nowe produkty Motoroli są projektowane w ten sposób, by były kompatybilne z innymi urządzeniami – krok w stronę globalnej współpracy wszystkich urządzeń elektronicznych został właśnie poczyniony. To spełnienie wizji Seamless Mobility, które jest bliżej, niż się wydaje.

1928 Bracia Galwinowie zakładają firmę, której pierwszym produktem jest zasilacz prądu stałego

1930 Motorola – nazwa nowego radia samochodowego łączy pojęcie dźwięku i ruchu – staje się nazwą firmy

1963 Motorola wprowadza prostokątny monitor do kolorowej telewizji

1983 Pierwszy telefon komórkowy produkowany seryjnie

1996 Pojawia się najlżejsza i najmniejsza komórka świata – StarTAC o wadze 88 g

1998 Strategiczna inwestycja w Centrum Oprogramowania w Krakowie

2004 Rewolucję wśród telefonów komórkowych inicjuje płaski RAZR V3 zwany „brzytwą”

2007 Pierwsza na świecie telefon z pełnometrażowym filmem to MOTO Z8 z „Tożsamością Bourne’a”