

Sieć telefonii komórkowej Plus jest obecna na polskim rynku od października 1996 roku. W tym czasie pozyskała ponad 13 mln użytkowników i jest dostępna dla 99 proc. mieszkańców Polski zamieszkujących 98 proc. terytorium kraju. Poza połączeniami głosowymi Plus oferuje swoim abonentom niezwykle szeroki pakiet usług dodanych, systematycznie go poszerzając.

Oferta i wartości

Plus kieruje swoją ofertę do ludzi otwartych na nowoczesny styl życia, a równocześnie ceniących takie wartości, jak więzi rodzinne, przyjaźń, serdeczne relacje międzyludzkie. Skuteczne wprowadzenie takiego podejścia do klienta wymaga zapewnienia spójności kultury korporacyjnej spółki z przyjętą wizją marki, której kwintesencją jest hasło „Razem lepiej”. Firma będzie zatem rozwijała usługi skierowane do konkretnych grup klientów (np. oferty skierowane do kobiet, oferty rodzinne), tak by wokół marki Plus budować klimat więzi i służyć podtrzymywaniu kontaktów międzyludzkich przez udostępnianie serwisów i gier społecznościowych, zwiększanie interaktywności oraz tworzenie i współdzielenie treści przez klientów.

Telefonia komórkowa to branża wyróżniająca się dynamicznym rozwojem, dlatego historia firmy jest ściśle związana z wdrażaniem kolejnych innowacyjnych produktów, które nie tylko ułatwiają życie, ale również wprowadzają do niego nową jakość.

Dla klientów indywidualnych Plus wprowadził usługę: Mobilne Płatności, dzięki której klienci Plusa jako pierwsi w Polsce uzyskali możliwość płacenia przy użyciu swoich telefonów komórkowych na zasadach podobnych do korzystania z kart płatniczych.

Świadczona jedynie w sieci Plus usługa komunikacji głosowej Naciśnij i Mów (Push to Talk) umożliwia realizację połączeń grupowych w ramach opłaty ryczałtowej.

iPlus to z kolei wyjątkowo atrakcyjna oferta bezprzewodowego dostępu do internetu, a dzięki unikatowej na polskim rynku usłudze Pay4Me, klienci mają możliwość wykonywania połączeń na koszt osoby odbierającej.

Plus oferuje również usługi informacyjno-rozrywkowe w ramach portalu Plus.pl, zawierającego m.in. sekcje: wiadomości, gospodarka, sport i edukacja.

Dzięki uruchomieniu prefiksu 1069 dla klientów sieci stacjonarnej TP.SA, Plus umożliwił realizację konkurencyjnych cenowo połączeń międzymiastowych, międzynarodowych i do sieci komórkowych.

Plus oferuje też nowoczesne i niezbędne usługi skierowane specjalnie do klientów biznesowych, takie jak Mobilne Biuro, które umożliwia stworzenie pracownikowi stanowiska pracy w dowolnym miejscu i czasie, czy telemetryczną usługę Monitoring Plus,



pozwalającą na efektywne zarządzanie zasobami firmy w terenie.

Nie zapominając o czasie wolnym i zabawie, Plus udostępnia swoim klientom m.in. usługę Pilot Plus, dzięki której można uzyskać informację o położeniu najbliższego kina, teatru czy stacji benzynowej oraz wyjątkową na polskim rynku wieloosobową grę lokalizacyjną XyberMech.

Innowacje i promocje

Plus zamierza osiągnąć przewagę nad konkurentami poprzez oferowanie nowoczesnych usług mobilnych, ale przede wszystkim dostosowanych do potrzeb i oczekiwań zarówno całych segmentów rynku, jak i indywidualnych klientów. Spółka będzie się koncentrować na dostarczaniu usług i nowych możliwości komunikacji klientom



zgodnie z ich potrzebami, wśród których coraz większego znaczenia nabiera komunikacja multimedialna przy wykorzystaniu internetu oraz w ramach grup społecznościowych. Dostarczanie w spójny sposób i przy zastosowaniu wielu technologii plików wideo oraz obrazu telewizyjnego (np. internet, DVB-H, UMTS) umożliwi klientom uniwersalny dostęp do oferty multimedialnej.

Plus widzi także korzyści płynące z oferowania usług wykorzystujących reklamy mobilne (m.in. TV, MMS, SMS), które mogą spowodować obniżenie kosztów lub zwiększenie dostępności usług mobilnych dla niektórych grup klientów.

Kontekst rynkowy

Polskie sieci komórkowe liczą blisko 40 mln klientów. Prawdopodobnie do końca 2010 roku każdy statystyczny mieszkaniec Polski będzie miał telefon komórkowy. Wyraźnie zauważalna w ostatnim czasie tendencja pozwala zakładać dalszy dynamiczny wzrost korzystania przez klientów z usług przedpłaconych i transmisji danych.

Coraz więcej użytkowników telefonii mobilnej korzysta z dostępu do internetu, usług bankowych, informacyjnych i rozrywkowych dostępnych za pośrednictwem telefonu komórkowego. Obserwacje rynku dają także podstawę do prognozowania coraz większego udziału sprzedaży muzyki, treści audio i wideo oraz usług telewizji mobilnej w ogólnej ofercie operatorów telefonii komórkowej.

Osiągnięcia i perspektywy

Polkomtel S.A., operator sieci Plus, za główny cel uznaje osiągnięcie przez spółkę najwyższej wartości na rynku usług mobilnych. Zamierza go realizować poprzez oferowanie klientom najbardziej innowacyjnych usług na rynku. Służy temu dalsza rozbudowa sieci 3G, która umożliwi świadczenie nowoczesnych usług opartych na szybkiej transmisji danych. Priorytetowe znaczenie dla pozycji rynkowej operatora i dla realizacji jego celów strategicznych ma społeczny odbiór marki. Polkomtel S.A. konsekwentnie dąży do tego, aby Plus był marką najczęściej wybieraną przez klientów usług telefonii komórkowej. Przykładem budowania dobrej percepcji marki jest między innymi niekonwencjonalne podejście do komunikacji marketingowej z udziałem kabaretu Mumio. Dzięki wykorzystaniu tej unikatowej na rynku kampanii reklamowej, przyjętej przez klientów z sympatią i uznaniem dla jej nowatorskiej formy, Plus dodatkowo umocnił swój wizerunek.

Strategia spółki na najbliższe lata znacząco podkreśla rolę wysokiej jakości obsługi klientów oraz znaczenie efektywności utrzymania obecnych klientów.

To, czego nie wiedziałeś

- ★ Klienci sieci jako pierwsi w Polsce mogli korzystać z usług szybkiej transmisji danych HSCSD oraz pakietowej transmisji danych GPRS i EDGE, umożliwiającą korzystanie z zasobów internetu za pomocą telefonu komórkowego.
- ★ Magiczną liczbę 1 mln użytkowników Plus przekroczył już w maju 1999 roku, wyprzedzając swoich konkurentów.
- ★ Plus oferuje szeroką gamę stałych i okolicznościowych serwisów informacyjnych wykorzystujących technologię SMS: serwis InfoPlus, za pomocą którego można uzyskać informacje na wybrany temat; słownik polsko-angielski i angielsko-polski; Encyklopedię PWN; książkę telefoniczną i inne.

Zwiększanie poziomu obsługi klienta dotyczy całego spektrum kontaktów ze Spółką, zaczynając od pierwszej wizyty w salonie sprzedaży, poprzez kontakty z telefoniczną obsługą klienta i obsługą przez internet, wybór i konfigurację ulubionych usług, aż po satysfakcjonującą ofertę utrzymującą lojalnych klientów i satysfakcję z marki. Działania te są wyrazem przekonania, że troska o klientów oraz stała dbałość o ich potrzeby są nieodzownym elementem silnych więzi z klientami.



2000 Nagroda Stowarzyszenia GSM (GSM MoU Association) w kategorii Najlepszy Nowatorski Produkt lub Usługa GSM dla Programu Obsługi Klientów Niestyszających i Niedosłyszających, wprowadzonego przez sieć Plus we wrześniu 1999 roku

2002 Nagroda Stowarzyszenia GSM (GSM MoU Association) za „najlepsze wykorzystanie GSM w sytuacjach kryzysowych za działania wspierające powodzian prowadzone przez operatora”

2002 Nagroda Ministra Kultury dla Polkomtel SA uznanego za Mecenasa Kultury 2001 roku.

2003 Zapoczątkowanie współpracy sieci Plus przy realizacji unikatowego w skali światowej Programu Powszechnych Przesiewowych Badań Słuchu u Noworodków

2004 Oficjalne uruchomienie Zintegrowanego Systemu Ratownictwa stworzonego przez sieć Plus we współpracy z GOPR, TOPR i WOPR.

2004 Plus jako pierwszy w Polsce uruchomił komercyjnie w Warszawie sieć trzeciej generacji w standardzie UMTS; sieć oferuje obecnie najszerzy zasięg technologii 3G w kraju

2005 Nagroda DEMES 2005 za najlepszy program sponsorski dotyczący wsparcia polskiej siatkówki

2007 Plus jako wieloletni sponsor polskiej siatkówki wyróżniony tytułem Sponsor Sportu przyznany przez Sport&Business Foundation, co stanowi wyraz uznania dla Spółki za jej wkład w popularyzację tej dyscypliny sportu w Polsce