

Simplus – pierwsza w Polsce marka typu prepaid – działa na rynku od 1998 roku. Od samego początku marka buduje swój wizerunek na gruncie tak pozytywnych wartości, jak bliskość i wspólnota. Przy tworzeniu oferty i usług Simplus dąży do tego, by były one proste, tanie i łatwe w użytkowaniu, a więc jak najbardziej przyjazne odbiorcom. Dzięki konsekwentnie realizowanej strategii Simplus jest najpopularniejszą marką prepaid na szybko rozwijającym się rynku polskim, a swoją niepodważalną pozycję lidera osiągnął zarówno dzięki spójnej komunikacji, jak i ofercie produktowej, zawierającej nowatorskie rozwiązania i starannie dopasowane usługi dodane. Komunikacja Simplusa jest atrakcyjna praktycznie dla wszystkich – zarówno młodych jak i starszych klientów. Doceniają ją także ludzie z branży – jest to niezwykle rzadkie zjawisko na polskim rynku.

## Oferta i wartości

Pod względem produktowym oferta Simplus charakteryzuje się dużą elastycznością i stwarza możliwości dopasowywania rozwiązań do potrzeb konkretnych grup klientów. Ma to ogromne znaczenie ze względu na sytuację panującą na rynku telefonów na kartę. Dziś nie są już one produktem atrakcyjnym jedynie dla osób młodych, ale są chętnie wybierane przez szerokie spektrum klientów. Rzeczą niezwykle rzadko spotykaną jest to, że Simplus stara się modyfikować swoją ofertę tak, aby zawsze oferować swoim klientom najkorzystniejsze rozwiązania na połączenia głosowe, wiadomości SMS oraz połączenie z internetem wśród wszystkich ofert na kartę.

Simplus to także rosnące korzyści dla stałych użytkowników, dzięki malejącym stawkom za staż w ofercie podstawowej oraz rosnącym pakietem minut. Simplus stara się zaskakiwać swoich użytkowników interesującymi i oryginalnymi promocjami. Wraz z rozwojem rynku i upowszechnianiem się nowych technologii Simplus systematycznie rozszerza zakres świadczonych usług dodanych, zarówno tych zwiększających komfort korzystania z telefonu, jak i tych o charakterze rozrywkowym i edukacyjnym.

## Innowacje i promocje

W roku 2008 Simplus wprowadził nową ofertę taryfową Twój Profil. Proponuje ona rewolucyjne rozwiązania, dzięki którym każdy może w prosty i tani sposób kontaktować się prawie ze wszystkimi, niezależnie od sieci. Taryfa Twój Profil stwarza możliwość wyboru jednego z trzech profili, które zawierać mogą: tanie połączenia do wszystkich sieci (z wyjątkiem P4), jeszcze tańsze połączenia do ponad 14 milionów użytkowników sieci Plus lub dodatkowe



pakiety minut w sieci Plus za każde doładowanie. Każdy klient może sam zdecydować o indywidualnym charakterze swojego profilu i wybrać to, co jest dla niego najkorzystniejsze.

Simplus jest pierwszą na rynku ofertą na kartę, która w istotny sposób nagradza użytkowników za lojalność, oferując im możliwość rozmów za niewiarygodnie niską cenę, tj. 5 gr za minutę oraz SMS-owania za 0,5 gr w Plusie

Simplus to także charakterystyczne, nowatorskie kampanie reklamowe, które na stałe zapisały się w świadomości odbiorców. W 2008 roku Simplus wprowadził nowy,

„filmowy” format kreatywny stanowiący jego indywidualną, wyróżniającą go na rynku wizytówkę. Reklamy telewizyjne Simplusa są w zasadzie mini-filmami fabularnymi, opartymi na konwencji najbardziej znanych gatunków, takich jak: western, horror, film kostiumowy, wojenny czy nawet południowo-amerykańska telenowela. Taki rodzaj reklamy pozwala w skuteczny i niebanalny sposób przedstawić ofertę marki. Profesjonalne, pomysłowe, nietuzinkowe, wpadające w pamięć, często dość kontrowersyjne reklamy nie mogą przejść niezauważone. Przeważająca część widzów doceniła ich oryginalność i wysoką jakość. Wielu odbiorców na pewno pamięta chociażby wykorzystujący poetykę horroru telewizyjny spot „Staw”, który wywołał u widzów sporo emocji, czy film „Łódź podwodna”, który w wierny sposób oddaje realia okrętu podwodnego.

Działania komunikacyjne Simplusa nie skupiają się tylko na standardowych nośnikach. Marka obecna jest także w kinach czy środkach komunikacji miejskiej. W zależności od kontekstu komunikacji i oferty dobierane są konkretne nośniki, a forma umieszczanych na nich informacji dopasowana jest do miejsca ekspozycji.

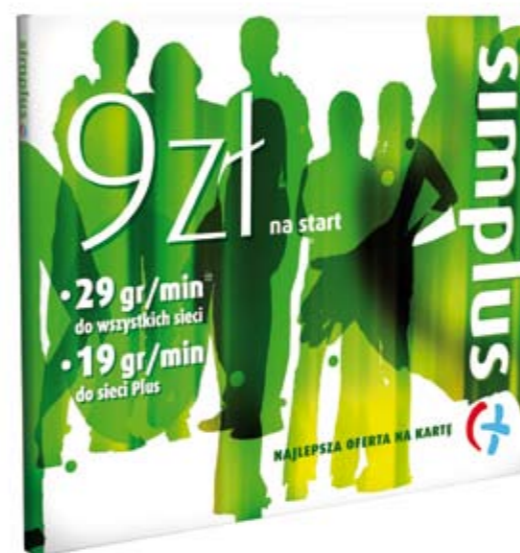
## Kontekst rynkowy

Obserwowany od kilku lat dynamiczny wzrost rynku usług telekomunikacyjnych, a w nim rynku telefonii komórkowej, zachęcił do wejścia nowe firmy zainteresowane świadczeniem tego typu usług.

Koniec roku 2006, a szczególnie lata 2007–2008 były przełomowe dla branży telefonii komórkowej w Polsce. Główne wydarzenia tego okresu to pojawienie się na polskim rynku operatorów wirtualnych



MVNO (Mobile MBank, My Avon, WPMobi, Symfonia i Ezo Mobile), CP Telecom Sp. z o.o., MediaTel S.A., Cyfrowy Polsat S.A., Aster Sp. z o.o., Crowley Data Poland Sp. z o.o., GG Network S.A. oraz Netia S.A., a przede wszystkim start i agresywna polityka cenowa czwartego operatora – Play. Nie należy także zapominać o osiągnięciu 100 proc. penetracji rynku. Znaczący wzrost konkurencji skłania operatorów do wprowadzania różnego rodzaju innowacyjnych usług, mających na celu zatrzymanie obecnych klientów oraz zachęcenie nowych do korzystania z oferty operatora. Stale rozwijana jest oferta serwisów informacyjnych i rozrywkowych. Trwają też prace nad mobilnymi płatnościami, które jako pierwsze udostępnione zostały na rynku polskim przez markę Plus, a więc również przez Simplus, a także prace nad telewizją w telefonie.



## Osiągnięcia i perspektywy

W 2009 roku nowy format kreatywny Simplusa docenili profesjonalści. W Polskim Konkursie Reklamy KTR, filmowe reklamy Simplusa zdobyły łącznie aż 12 statuetek, między innymi: dwie srebrne – za filmy „Doktor” i „Staw”, dwie brązowe za „Łoże śmierci” i „Western”, srebrną za całą kampanię reklamową oraz nagrodę dziennikarzy za serię filmów: „Święta – Doktor”, „Święta – Staw”, „Telenowela – Łoże śmierci” i „Western”.

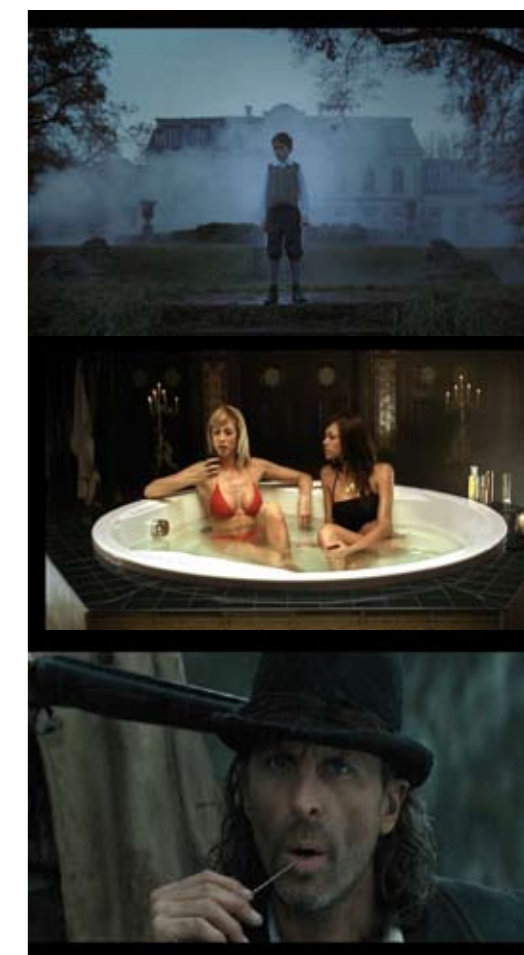
Simplus jest obecnie liderem na rynku prepaid i dąży do tego, aby swoją ofertę dopasować do zmieniających się potrzeb użytkowników, starając się zawsze zapewnić im najlepsze warunki na rynku. Stale też rozwija i udoskonala swój format kreatywny, aby komunikacja marketingowa była jeszcze atrakcyjniejsza.

## Powody do dumy

Marka Simplus bierze także udział w wydarzeniach kulturalnych i sportowych. Od roku 2001 w ramach cyklu turniejów SIMPLUS CUP organizowane są Mistrzostwa Polski w Siatkówce Piłkowej Kobiet. Ich sponsorem jest Polkomtel S.A., operator największej sieci telefonii komórkowej Plus. Trwające od końca czerwca do początku sierpnia rozgrywki odbywają się w bogatej oprawie muzycznej i scenograficznej. Każdego lata w najpiękniejszych kurortach polskiego wybrzeża rozgrywane są turnieje, na których spotykają się najlepsze w kraju zawodniczki. Siatkówka piłkowa to dyscyplina olimpijska, zyskująca w naszym kraju z roku na rok coraz większą popularność. To zasługa widowiskowego charakteru

## To, czego nie wiedziałeś

- ✪ Simplus posiada najlepsze na rynku prepaid pakiety internetowe, dzięki którym oferuje najtańszy dostęp do internetu.
- ✪ Simplus jest najsilniejszą marką na rynku telefonów na kartę i ma największą liczbę użytkowników.
- ✪ Od 2008 roku użytkownicy Simplusa, dzięki dostępowi do sklepu muzycznego Muzodajnia.pl, mają możliwość najtańszego w Polsce (a może i na świecie) zakupu legalnej muzyki z sieci.



imprezy i stałego podnoszenia poziomu sportowego par występujących w turniejach.

Simplus wspiera także amatorów szaleństw na stokach oraz sportów wodnych. Od 2007 roku w kurortach zimowych na terenie Polski firma oferuje swoim klientom zniżki na karnety, wypożyczenie sprzętu czy kursy narciarskie. A w sezonie letnim, głównie na Półwyspie Helskim, zniżki na kursy windsurfingowe, wypożyczenie sprzętu i zakupy w wybranych sklepach.

**1998** Simplus pojawia się na polskim rynku jako pierwsza marka typu prepaid

**2005** Simplus wprowadza innowacyjne usługi rozrywkowe Fun Skan i Xyber Mech

**2005** Simplus jako pierwszy wprowadza usługę Pay 4 Me – rozmowy na koszt osoby odbierającej

**2007** Simplus jako pierwsza marka prepaid wprowadza na rynek mobilne płatności

**2009** Simplus jest najbardziej kreatywną marką w swojej kategorii – jego filmy reklamowe zdobywają w sumie 12 statuetek na Polskim Konkursie Reklamy KTR