



## TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Ponad 1000 dziennikarzy na każdym meczu, transmisje na żywo do ponad 200 krajów, 4 mld MB wysłanych danych, transmisja o prędkości 130 Gb/s między granicami Polski i Ukrainy oraz do Międzynarodowego Centrum Nadawczego (IBC), 6000 km sieci ROADM – Orange wywiązał się z roli partnera technologicznego UEFA EURO 2012™ w Polsce, dostarczając rozwiązania najwyższej klasy.

Z eksperckiej obsługi klientów Orange w internecie w ciągu 12 miesięcy skorzystało ponad 22 tys. internautów, a średni czas rozwiązania sprawy opisanej na tablicy profilu Orange Polska na FB trwał 7 minut.

Prawie 40 tys. osób odwiedziło Orange Stację Balon, pozwalającą podziwiać panoramę Warszawy i okolic z wysokości nawet 130 metrów.



**Orange Polska jest liderem rynku telekomunikacyjnego i najchętniej wybieranym operatorem w Polsce. Obsługuje blisko 21 milionów klientów, zapewniając im codzienny dostęp do największego portfolio najnowocześniejszych usług telekomunikacyjnych. Od kwietnia 2012 roku pod marką Orange oferowane są, poza mobilną telefonią i dostępem do internetu, także usługi internetu stacjonarnego i telewizji.**

### Oferta

Ambicją Orange jest być marką zorientowaną na klienta, która oferuje najlepsze w swojej klasie rozwiązania. Swoim klientom marka oferuje w standardzie to, co do tej pory wydawało się nieosiągalne. Orange Open to konwergentna oferta łącząca technologie mobilne, stacjonarne i telewizję, czyli wszystko to, co może zaoferować zintegrowany operator. Orange Open to rozmowy stacjonarne i komórkowe. To również ultraszybki internet na biurku oraz dostępny w całej Polsce internet mobilny. A do tego telewizja HD i rozrywka na wszystkich możliwych urządzeniach: telewizorze, komputerze, tablecie i komórce. Marka nie ustaje w poszukiwaniu coraz lepszych technologii i rozwiązań, które pomagają w tworzeniu innowacyjnych produktów w zgodzie z najnowszymi trendami i oczekiwaniami klientów. Do takich rozwiązań zaliczyć można ofertę FunPack, czyli multimedialny pakiet usług w jednej korzystnej cenie. W jego skład wchodzi szybki internet, telefon domowy oraz telewizja w jakości HD. Do najbardziej spektakularnych rozwiązań zaliczyć można:

- serwis Deezer z 20 milionami utworów dla klientów Orange, będący liderem międzynarodowego rynku streamingu muzyki i pierwszym tego typu serwisem, który nie wymaga ściągania oprogramowania.
- Orange Cash – Klienci Orange jako pierwsi skorzystali z płatności zbliżeniowych w telefonach. Orange Polska, jako pierwszy operator w Polsce i jeden z pierwszych na świecie, już w marcu 2011 roku uruchomił pilotażowo płatności zbliżeniowe w technologii NFC sim-centric, dostępne w ramach oferty rynkowej. Skorzystało z niej blisko 2000 klientów.
- Telewizja Tu i Tam – serwis z dostępem do bogatej oferty telewizyjnej, w którym klienci Orange znajdą ulubione kanały TV, popularne materiały ze świata muzyki i sportu oraz bogatą bibliotekę filmów VoD.

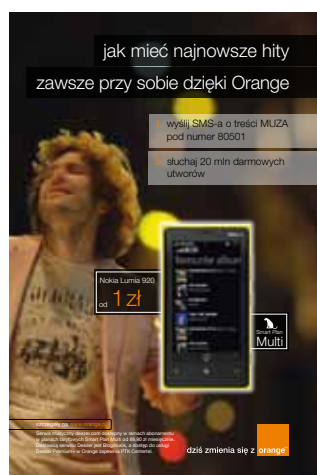
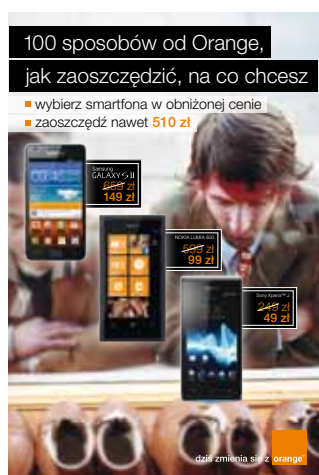
### Osiągnięcia

Powodem do dumy jest bez wątpienia fakt, że w prowadzonym przez Socialbakers rankingu firm, które najsukuteczniej prowadzą działania społecznościowe i najlepiej budują swoje relacje z użytkownikami, profil Orange Polska zajął 5. miejsce na świecie. W rankingu znalazł się jako jedyny fan page z Polski i jedyny fan page Orange na świecie.

Z kolei w podsumowaniu SoTrender za cały 2012 rok Orange Polska znalazł się wśród stron, które odpowiadają na największą ilość wpisów internautów i robią to najszybciej w Polsce. To zasługa zespołu Orange Ekspertów, którzy udzielają wsparcia internautom na forach, blogach i portalach społecznościowych – Facebook, Google+, YouTube, Twitter. Marka ma też czym pochwalić się, jeśli chodzi o wskaźniki zaangażowania. Strona Orange Polska jest największą i najbardziej angażującą ze wszystkich stron Orange na świecie. W podsumowaniu SoTrender za 2012 najbardziej angażujące posty opublikowane we wrześniu i grudniu pochodziły właśnie ze strony Orange Polska.

Dynamiczny rozwój Orange Polska i pasja, z jaką działa, zapewniły marce szereg innych wyróżnień i nagród, m.in. tytuł Człowieka Roku 2012 na polskim rynku telekomunikacyjnym dla Prezesa Orange Polska, Macieja Wituckiego. Orange





Polska została również uhonorowana przez tygodnik „Wprost” statuetką Innowatora dla najbardziej innowacyjnej firmy 2012 roku w kategorii Internet Media Telekom, a marka Orange w VI edycji badania PremiumBrand uzyskał tytuł Marki Wysokiej Reputacji.

Orange Polska, podobnie jak we wszystkich wcześniejszych sześciu edycjach, znalazł się w prestiżowym gronie spółek o najwyższych standardach w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu – RESPECT Index. Uczestnicy Indeksu muszą wykazać, że zasady CSR realizują zarówno na poziomie budowania strategii biznesowej, jak i w codziennej praktyce działania firmy. W ramach akcji społecznej zainicjowane zostały m.in. Pracownicy Orange – w 50 miejscowościach liczących poniżej 20 tysięcy mieszkańców powstały multimedialne pracownie internetowe. Orange ufundował remont i wyposażenie każdej placówki, a lokalizacje wskazali sami mieszkańcy.

Kapituła jubileuszowej XV edycji konkursu „Dobroczyńca roku” nagrodziła Orange Polska w kategorii „Program wolontariatu pracowniczego”. Nagrodę specjalną „Nowe Trendy Społecznego Zaangażowania” odebrała również Fundacja Orange. W program wolontariacki Orange Polska zaangażowało się do tej pory już ponad 6 tys. osób. Pracownicy uczą dzieci, jak bezpiecznie poruszać się w internecie, tworzą w szpitalach „Bajkowe Kąciki”, a także angażują się w realizację programów społecznych i edukacyjnych Fundacji Orange.

Sport, muzyka i film to trzy kluczowe obszary zaangażowania Orange w Polsce i na świecie. Do najważniejszych działań w tym zakresie należą:

- Sport – wspieranie piłkarskiej reprezentacji już od 10 lat. Orange został też Oficjalnym Sponsorem i Partnerem Technologicznym UEFA EURO 2012™.
- Muzyka – ambicją Orange jest, aby prowadzony od 2008 roku Orange Warsaw Festival stał się nie tylko najważniejszym i najbardziej oczekiwanym wydarzeniem muzycznym w Polsce, lecz również w Europie. Już teraz festiwal przyciąga 50 tysięcy fanów muzyki, którzy chcą zobaczyć gwiazdy światowego formatu na żywo. OWF gościł na scenie m.in. Linkin Park, The Prodigy, Lauryn Hill czy Garbage.
- Film – Środy z Orange to globalny projekt sponsoringowy obecny w Polsce już prawie 4 lata. Objazdowe Kino Orange – największe objazdowe kino w Polsce, w którym od stycznia 2013 roku można obejrzeć w nim filmy również w technologii 3D. Orange Kino Letnie – z ponad pół miliona widzów uczestniczących w dotychczasowych pięciu edycjach festiwalu i nagrodą festiwalową – Diamentowy Klaps Filmowy.

Profil Serce i Rozum z ponad 1,6 mln fanów jest już najpopularniejszym profilem na polskim Facebooku. Na ten sukces złożyły się przede wszystkim konsekwentnie realizowana strategia prowadzenia profilu oraz niesłabnąca popularność obu postaci. Serce i Rozum pojawili się na polskim Facebooku w październiku 2010 roku. Od tego czasu działania wokół profilu zostały docenione nagrodami: Grand Webstar, nagrodą Klubu Twórców Reklamy, Golden Arrow oraz wyróżnieniem Złote Orły 2011.

#### Promocja Marki

W 2011 roku marka przedstawiła rynkowi obietnicę, która brzmi „dzisiaj zmienia się z Orange”. Marka postawiła sobie za cel ułatwienie dostępu do technologii, tak, aby życie codzienne jej użytkowników mogło być prostsze, lepsze i pełniejsze.

Obecność marki Orange w social mediach jest integralnym elementem budowania jej wizerunku. Tworzenie markowych profili w serwisach takich jak Facebook, Google+ czy budowa

silnego własnego kanału blogowego pozwala na uzyskanie dwukierunkowej komunikacji pomiędzy marką, a jej odbiorcami. To właśnie dzięki social media Orange ma możliwość bliższego poznania swoich klientów oraz ich oczekiwań. Facebook, jako największy serwis społecznościowy, jest najważniejszym i najszybciej rozwijającym się kanałem Orange w social mediach. O sukcesie fan page'u świadczy stale rosnąca liczba fanów – strona Orange Polska zgromadziła 1,3 mln fanów, czyli lubi ją co dziewiąty polski użytkownik serwisu. Jest to jednocześnie najpopularniejszy spośród 27 profili, które ma na świecie marka Orange.

W 2012 roku do marki Orange dołączyli znani ze spotów TP dwaj bohaterowie polskiej reklamy: Serce i Rozum. Postacie, mające miliony fanów w Polsce, komunikują skom-

plikowane usługi telekomunikacyjne w sposób przyjazny, bezpośredni i prosty w zrozumieniu dla odbiorców. Podczas swojej wielkiej przeprowadzki do Orange, Serce i Rozum byli obecni we wszystkich mediach: dawali wywiady w prasie, w telewizji można było zobaczyć ich spot z przeprowadzki, w internecie pojawił się viral nawiązujący do reklamy telewizyjnej, pojawili się także w miejskim otoczeniu zarówno w standardowym outdoorze, jak i niestandardowych formatach mobilnych. Wszystkie działania były relacjonowane na ich fan page'u na Facebooku, gdzie Serce i Rozum do dziś zabawiają swoich fanów.

#### Wartości Marki

Orange opiera się na pięciu wartościach, zgodnie z którymi marka jest:

- bezpośrednia – mówi w sposób jasny i zrozumiały, stosuje proste rozwiązania oraz skupia się na tym, co jest ważne.
- uczciwa – zawsze dotrzymuje obietnic, jest szczerą i transparentną.
- inspirująca – ma odwagę postępować inaczej, żeby znaleźć lepsze rozwiązanie. Dodaje barw do wszystkiego, co robi.
- przyjazna – zawsze ma czas, żeby wysłuchać innych. Traktuje

każdego indywidualnie i cieszy się ze wspólnej pracy i sukcesów.

- dynamiczna – działa z pasją i koncentruje się na przyszłości. Przesuwa granice i czyni życie lepszym.

[www.orange.pl](http://www.orange.pl)

**Orange Open**  
najlepsze połączenie usług stacjonarnych i mobilnych

szczegóły na [www.orange.pl](http://www.orange.pl)

dzisiaj zmienia się z **orange**

## HISTORIA MARKI

**1994:** Rozpoczęcie działalności Orange w Wielkiej Brytanii.

**2000:** Włączenie Orange PLC do grupy France Telecom.

**2005:** Orange w Polsce, rebranding sieci Idea.

**2006:** 10 milionów klientów Orange.

**2006:** Orange po raz pierwszy liderem rynku telefonii mobilnej w Polsce; świadomość marki wśród klientów osiąga poziom 70%.

**2007:** Marka Orange w każdej z 5 kategorii badania Gold Standard otrzymała jako jedyny operator komórkowy maksymalną ocenę.

**2008:** Pierwszy Orange Warsaw Festival.

**2009:** Rusza oferta kinowa Środy z Orange.

**2011:** Wprowadzenie obietnicy marki „dzisiaj zmienia się z Orange”

**2012:** Orange Oficjalnym Sponsorem i Partnerem Technologicznym UEFA EURO 2012™.

**2012:** Rebranding TP na Orange.