



Kilka dekad doświadczenia na rynku i prawie 13 milionów klientów – świat technologii T-Mobile to innowacje i sprawdzone przez użytkowników rozwiązania. Od rozrywki, przez komunikację, po biznes – zgodnie z misją firmy operator zawsze dostarcza tego, co najlepsze, by łączyć ludzi i pozwalać im żyć tak, jak tego pragną.



#### Kontekst rynkowy

T-Mobile jest częścią Deutsche Telekom – jednej z największych grup telekomunikacyjnych i najcenniejszej marki telekomunikacyjnej na świecie. Od ponad 25 lat firma cyfryzuje Polskę i łączy ludzi. Dzięki takim rozwiązaniom, jak infrastruktura światłowodowa, usługi konwergentne, sieć 5G, serwisy rozrywkowe, rozwiązania chmurowe czy usługi cyberbezpieczeństwa, tworzy silną sieć innowacyjnych technologii i usług. Na koniec drugiego kwartału 2024 roku liczba klientów T-Mobile Polska wyniosła ponad 12,6 miliona.

#### Oferta

„Nie zatrzymamy się, dopóki wszyscy nie będą połączeni” – tak brzmi hasło T-Mobile. I działania marki to potwierdzają. T-Mobile oferuje usługi, w których każdy znajdzie coś dla siebie. Lubisz działać bez ograniczeń? Możesz wybrać abonament bez limitów danych. Nie lubisz wiązać się umowami? Możesz korzystać z oferty T-Mobile na kartę. Nowoczesne tech-

nologie wymagają najlepszej sieci. Dlatego T-Mobile stawia na rozwój sieci 5G, dzięki której miliony Polaków mogą cieszyć się zasięgiem nowoczesnej sieci piątej generacji 5G Bardziej. Co więcej, by dostęp do sieci 5G przestał być ekskluzywny i stał się dostępny szerokiemu gronu odbiorców, operator, jako jedyny na polskim rynku, może pochwalić się autor-



ską serią urządzeń 5G na każdą kieszeń: T Phone 5G, T Phone Pro 5G oraz T Tablet.

Ale T-Mobile to nie tylko usługi związane z abonamentem komórkowym. Odpowiadając na różnorodne potrzeby Klientów, firma oferuje także szereg usług dla domu. Klienci mają dostęp do usług internetu światłowodowego oraz telewizji, w której znajdują kilkadziesiąt popularnych i chętnie oglądanych kanałów.

#### Osiągnięcia

Misją T-Mobile jest łączyć ludzi z całym ich światem zgodnie z międzynarodowym hasłem „Connecting your world”. Oprócz atrakcyjnego portfolio produktów i usług, firma przywiązuje dużą wagę do ich jakości oraz wysokiego poziomu obsługi klienta. Takie podejście niejednokrotnie zostało już docenione m.in. tytułem Gwiazdy Jakości Obsługi. Sukces ten, jak i wiele innych, nie byłby możliwy bez zaangażowania i codziennej pracy całego #MagentaTeam. Dlatego T-Mobile stawia na pracowników – to dzięki



nim miliony klientów są połączone i mogą żyć i działać tak, jak chcą. To właśnie z myślą o nich firma realizuje szereg akcji i programów rozwojowych, aby cały #MagentaTeam mógł rozwijać swoje kompetencje i realizować się jak najlepiej w codziennej pracy.

Ważnym obszarem działalności firmy jest także obszar ESG. Działania na rzecz zrównoważonego rozwoju to dla T-Mobile nie tylko puste hasła, ale przede wszystkim konkretne działania, w które marka angażuje również swoich klientów. Z myślą o planecie operator m.in. zbiera nieużywane telefony we wszystkich sklepach T-Mobile w Polsce oraz korzysta w 100 procentach z zielonej energii. Na rzecz społeczeństwa firma tworzy zaś inkluzywną i przyjazną przestrzeń cyfrową dla wszystkich – bez względu na wiek i posiadane kompetencje. Stąd działania na rzecz osób starszych, np. uruchomienie specjalnej usługi na infolinii „8 dla seniorów” czy organizacja warsztatów, podczas których przedstawiciele *silver generation* uczą się korzystać z nowoczesnych technologii. T-Mobile dba także o bezpieczeństwo użytkowników w przestrzeni cyfrowej poprzez takie kampanie jak „Pewni w sieci” czy #HejOutLoveIn.

#### Promocja

Strategia komunikacji T-Mobile opiera się na podejściu klientocentrycznym, w którym klienci i ich potrzeby pozostają w centrum wszelkich działań. Marka dąży do zapewniania najlepszych doświadczeń wszystkim klientom, budowania długotrwałego zaangażowania i relacji z użytkownikami, a także usuwa bariery technologiczne, m.in. oferując przejrzyste i zrozumiałe usługi. Doskonałym przykładem doceniania i angażowania klientów jest program Magenta Moments, w ramach którego na użytkowników czekają atrakcyjne bonusy, zniżki i niespodzianki, a wszystko dostępne jest w intuicyjnej aplikacji „Mój T-Mobile”. W ten sposób marka umacnia zaangażowanie i relacje z klientami.

Dostosowanie komunikacji do potrzeb klientów widoczne jest także w kampaniach reklamowych T-Mobile, kierowanych do różnych grup docelowych w ramach odpowiedzi na ich specyficzne potrzeby. Cechą rozpoznawczą marki jest charakterystyczny magentowy branding. W duchu klientocentryczności, T-Mobile tworzy kampanie oparte na autentycznych obserwacjach konsumenckich, stale udowadniając, że głos klientów ma dla firmy znaczenie.

#### HISTORIA MARKI

- 1996** Powstaje Era GSM – pierwsza komercyjna sieć telefonii cyfrowej.
- 1998** Era wprowadza na rynek swoją pierwszą ofertę na kartę Tak Tak.
- 2000** Klienci Ery wysyłają pierwsze MMS-y.
- 2011** Marka Era zmienia się w T-Mobile.
- 2014** Sieć udostępnia technologię LTE.

- 2016** T-Mobile jako jeden z pierwszych operatorów na świecie wdraża natywne VoLTE i VoWiFi.
- 2017** Klienci T-Mobile jako pierwsi w Polsce mogą rozmawiać w najwyższej jakości połączeniu głosowym dzięki HDVoice+.
- 2019** T-Mobile udostępnia klientom ofertę konwergentną łączącą usługi mobilne i stacjonarne oraz pakiety rozrywki.
- 2020** T-Mobile uruchamia komercyjną sieć 5G.

- 2022** T-Mobile pierwszym operatorem w Polsce z własną marką smartfonów 5G.
- 2023** T-Mobile umożliwił bezpłatne 90-dniowe testowanie nielimitowanego internetu przez eSIM – bez zmiany operatora i podpisywania umowy.
- 2023** T-Mobile uruchamia program angażujący klientów „Magenta Moments”.
- 2024** T-Mobile uruchamia w Polsce sieć 5G Bardziej na stacjach c-band.



#### TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Magentowy kolor, stanowiący element identyfikacji wizualnej T-Mobile, symbolizuje wiarę w powodzenie podejmowanych działań, pewność siebie i wytrzymałość.
- T-Mobile jako jedyny operator w Polsce wprowadził na rynek smartfony pod własną marką.
- Prezes T-Mobile regularnie dzwoni do klientów, pytając o ich doświadczenia z marką oraz sugestie usprawnień.

#### 16 tysięcy

– tyle starych, nieużywanych smartfonów udało się zebrać w 2024 roku w szkołach podczas konkursu ekologicznego T-Mobile.



Marka obecna jest w telewizji, radiu, na nośnikach OOH, w internecie i mediach społecznościowych. W komunikacji wykorzystuje także innowacyjne kanały dotarcia (*addressable TV*) i niestandardowe nośniki. Ważnym elementem kampanii jest budowanie zaangażowania z odbiorcami poprzez różnego rodzaju aktywności, konkursy oraz eventy. T-Mobile jest wszędzie tam, gdzie dzieje się coś ważnego lub emocjonującego – jest partnerem wydarzeń kulturalnych (m.in. T-Mobile Electronic Beats Stage na festiwalu Tauron Nowa Muzyka, Kortowia) oraz sportowych (np. turniej e-sports Championship, turniej tenisowy LOTTO PZT Polish Tour).

[www.t-mobile.pl](http://www.t-mobile.pl)