



Kilka dekad doświadczenia na rynku i ponad 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 prawie 30 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 2025 roku liczba klientów T-Mobile Polska wyniosła ponad 13,2 miliona.

Oferta

„Nie zatrzymamy się, dopóki wszyscy nie będą połączeni” – tak brzmi hasło T-Mobile. 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 technologie 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. 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 zostało już niejednokrotnie docenione, m.in. tytułem Gwiazdy Jakości Obsługi. Ten sukces, 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



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.

65 630

– tyle starych, nieużywanych smartfonów i tabletów udało się zebrać w 2025 roku.



swoje kompetencje i realizować się jak najlepiej w codziennej pracy. Ważnym obszarem działalności firmy jest także obszar ESG. Działania na rzecz środowiska i społeczeństwa to element długotrwałej strategii ESG operatora. Marka angażuje w nie również swoich klientów. Z myślą o planecie m.in. zbiera stare, zużyte telefony we wszystkich sklepach T-Mobile w Polsce oraz korzysta w 100 procentach z energii elektrycznej ze źródeł zeroemisyjnych. Na rzecz społeczeństwa firma tworzy zaś inkluzyjną 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 seniora” 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”, #HejOutLoveln czy promocja powiadomień Child Alert.

Promocja marki

Strategia komunikacji T-Mobile opiera się na podejściu klientocentrycznym, w którym klienci i ich potrzeby pozostają w centrum wszelkich działań. 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.

Operator od lat jest zaangażowany w misję łączenia ludzi, czego potwierdzeniem są m.in. coroczne

miliardowe inwestycje w infrastrukturę. Poza dostarczaniem technologii i narzędzi cyfrowych marka chce także burzyć bariery komunikacyjne, aby budować bliskość wśród Polek i Polaków.

T-Mobile jest wszędzie tam, gdzie dzieje się coś ważnego lub emocjonującego – jest partnerem wydarzeń kulturalnych (m.in. Zorza wspierana przez T-Mobile, Auditoriver Together With T-Mobile Electronic Beats, Kortowiada, Festiwal Ludwiga van Beethovena) oraz sportowych (np. turniej T-esports Championship, turniej tenisowy LOTTO PZT Polish Tour).

t-mobile.pl

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 korzystać z najwyższej jakości połączeń głosowych 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 umożliwiła 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.
- 2025** T-Mobile wprowadza platformę komunikacyjną Burzyny Bariery.