



A juventude angolana representa mais de metade da população. Com o aumento da qualidade de vida, do acesso à informação, do poder de compra e com as crescentes melhorias na educação, os jovens têm agora o poder de construir uma Angola cada vez melhor. A pensar no futuro, a Movitel criou a Geração M, a primeira rede de telemóveis da Geração da Mudança.

VALORES DA MARCA

A Geração M é criativa, vai ser líder e não seguidora, vai dar voz a novas expressões artísticas, nas mais variadas áreas. A Geração M é corajosa, vai assumir a mudança, falar sem rodeios e abrir as portas ao mundo. A Geração M

é ligada, na rua ou na web, a ricos e a pobres, em Angola ou no estrangeiro.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

2013 foi só o começo. A Geração M lançou-se no mercado com um projecto ambicioso que passa por desenvolvimentos inovadores nos serviços, nos produtos, e no envolvimento das novas gerações em iniciativas de carácter cultural, desportivo ou empresarial. Nos serviços, a Geração M oferece três planos pré-pagos simples e transparentes. O MandaKarga Leve, o MandaKarga Nice e o MandaKarga Tudo, inovadores pela lógica ímpar de efeito de rede, oferece a possibilidade de todos os utilizadores poderem falar gratuitamente entre si. Destinados a diferentes públicos jovens, com diferentes possibilidades financeiras, cada um dos planos oferece preços atractivos com acesso a grandes quantidades de minutos, SMS e dados para acesso à internet, onde se destaca a oferta de 1GB mensal, nos planos MandaKarga Nice e MandaKarga Tudo. Nos

produtos, a Geração M lança o MandaKarga Swag, um smartphone exclusivo de custo reduzido, com 3G e uma câmara de 5MB. No envolvimento das novas gerações, há a destacar a criação do projecto "MandaKarga na Música", que faz uso das novas plataformas digitais da Marca para encontrar novos DJ, MC e dançarinos. Já o projecto "MandaKarga no Futuro" é um concurso de ideias destinado a todos os alunos do crescente universo académico angolano, com entrega de uma Bolsa para execução da ideia vencedora e com acompanhamento especializado. No desporto, a Geração M entra em campo para apoiar e desenvolver o basket de rua, contribuindo para

SABIA QUE:

- Os Power Boyz gravaram "MandaKarga", a versão do seu hit single "Tchuna Baby" para a campanha que lançou o novo conceito da Geração M, em Maio de 2014.



a valorização de campos urbanos. No futuro, a Geração M vai continuar a actuar em diferentes áreas de interesse dos jovens angolanos, decididas em função do diálogo estabelecido com estes.

MERCADO

Segundo dados do INE de 2013, Angola tem 19.183.590 habitantes, cerca de 44% com menos de 14 anos de idade e cerca de 21% entre os 15 e os 24 anos. Em Luanda, a população é bastante jovem, tendo cerca de 46% com menos de 24 anos. São 4 milhões de jovens entre os 15 e os 24 anos que constituem a nova geração que vai construir a "Angola do Futuro", num país já em desenvolvimento, com crescentes melhorias na educação, na qualidade de vida e com um contínuo aumento do poder de compra. Sendo a primeira rede móvel dirigida particularmente a jovens, a Geração M não teve concorrência directa na altura do lançamento. A presença da Marca Geração M estendeu-se aos pontos de contacto já existentes da Marca-mãe Movicel, em mais de 140 lojas e agentes padronizados, nas 18 províncias de Angola.

COMUNICAÇÃO

A Geração M é uma Marca inspiradora que pretende mostrar o "power" dos jovens angolanos, com uma mensagem incisiva e uma estética arrojada. Mais do que uma assinatura de Marca, MandaKarga estabelece uma atitude empreendedora e de "empowerment" da Geração M. Visualmente, a Marca manifesta-se com muito ritmo e cor, de forma vibrante e camaleónica. Verbalmente, comunica com humor e provocação, afastando-se do discurso formal e por vezes paternalista das Marcas tradicionais. No entanto, a Geração M é como o seu público-alvo, tem um comportamento adaptável às exigências do contexto onde está presente. Mais adulta e sofisticada numa entrevista de emprego, mais jovem e descontraída numa saída com amigos. A Marca foi lançada em Maio de 2014, com uma campanha multimeios em TV, outdoor, rádio e internet. Em ambientes digitais, a Marca entra em força através de página própria, página de Facebook e canal de YouTube, numa estratégia de construção de comunidade colaborativa, que vai permitir o conhecimento crescente das opiniões, interesses e atitudes da Geração da Mudança, permitindo ajustar o comportamento

da Marca em todos os seus pontos de contacto. Mas talvez o grande diferencial da Geração M seja a filosofia de estar onde os jovens estão e, mais do que falar, fazer.

VANTAGENS COMPETITIVAS

A Geração M está focada na Geração da Mudança, quer ouvi-la para a conhecer melhor, tornando-se na primeira Marca angolana verdadeiramente relacional. A oferta de serviços e produtos tenderá a cumprir melhor os interesses e expectativas dos jovens. Com cerca de 44% da população com menos de 14 anos, a Geração M tem um gigantesco potencial de crescimento, se conseguir conquistar, hoje, os "decision makers" de amanhã.

SABIA QUE:

- A Geração M começou como "naming" de um tarifário Movicel em 2013, tendo evoluído depois para uma Marca "umbrella", que quer estar presente no dia-a-dia da Geração da Mudança, em constante contacto com universos de interesse como a Música, o Desporto ou a Cultura Urbana, sempre com lógicas de interacção que estimulam o entretenimento e o protagonismo dos jovens envolvidos.
- A Movicel foi a primeira rede a lançar chamadas gratuitas para uma comunidade inteira - a comunidade Geração M.



2013
Lançamento do tarifário Geração M.

2014
Lançamento da Geração M como Marca "umbrella" e primeira grande presença desta Marca na Filda.