



Trabalhar todos os dias para aproximar os angolanos e ligar Angola ao mundo é a principal missão da UNITEL. Intervir na sociedade de uma forma positiva, contribuindo com o desenvolvimento de soluções inovadoras que façam os seus clientes superarem-se em todos os seus compromissos. É esta visão global que faz da UNITEL uma Marca relevante não só para os novos desafios de Angola, mas também para os de toda a África subsariana.

VALORES DA MARCA

Lançada comercialmente a 4 de Abril de 2001, a UNITEL tem como principal actividade a prestação de serviços móveis de voz e de

dados. Hoje, a UNITEL é a maior operadora móvel de Angola e uma das maiores empresas angolanas, um exemplo de sucesso no panorama das telecomunicações em África, que faz da Marca um motivo de orgulho nacional. Ao longo dos anos, a Marca UNITEL tem vindo a consolidar no mercado angolano a sua posição de maior notoriedade no sector das telecomunicações, bem como, a de uma das Marcas mais reconhecidas no geral, com o "top of mind" mais alto do sector.

Sustentada na posição de liderança da Marca UNITEL, a estratégia de comunicação e branding em 2014 seguiu, mais uma vez, a tendência mundial das grandes empresas no mercado das telecomunicações. A UNITEL continuou mais próxima do consumidor interno e externo, desenvolvendo acções que influenciam positivamente a opinião pública nacional e estrangeira e que transmitem os pilares que definem o posicionamento da Marca: a reafirmação da notoriedade, com ênfase no "top-of-mind", bem como, o alavancar das vendas de equipamentos, produtos e

serviços cada vez mais sofisticados, a força, a confiança e a inovação transmitidas pela Marca. Na base de todo o posicionamento da Marca e Comunicação em 2014, estiveram sempre presente os pilares da Marca UNITEL: Qualidade, coerência na comunicação e qualidade dos serviços; Orgulho Nacional, promovendo a Marca junto de todos os angolanos, através da valorização da cultura, tendo em conta as assimetrias regionais e o papel da Mulher e da Família no contexto sociocultural do País;

SABIA QUE:

- A grande campanha de Marketing Didáctico "Minuto UNITEL", em 2009, apresentou uma sequência de filmes educativos que explicaram o funcionamento dos serviços UNITEL num minuto.
- Em 2014, a UNITEL foi reconhecida como a operadora "top of mind", pela Sinfic.

Liderança, fomentando a confiança dos angolanos na UNITEL como líder em cobertura (hoje possui cobertura em todas as sedes de município do país), clientes, na distribuição, na comunicação e na facturação; e Inovação, na forma de comunicar e nas acções lançadas no mercado, ao nível dos produtos e serviços, e, ao nível de actividades institucionais, área tecnológica (GSM, UMTS, etc) e nas acções de responsabilidade social.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

A UNITEL não pára de inovar. Entre as últimas conquistas da Marca, há a destacar o alargamento da rede 4G, para as principais capitais de província; o aumento da base de utilizadores do serviço de dados através de ofertas de tarifários mais ajustadas ao tipo de consumo de cada cliente; a gama de telemóveis e smartphones com preços cada vez mais acessíveis; os exclusivos tablets e portáteis UNITEL; a sua aposta no desenvolvimento de conteúdos próprios que estimulam a utilização do serviço de dados (apps exclusivas de música, conteúdos noticiosos e de entretenimento, etc.); e o aumento da rede de lojas próprias e agentes, e optimização dos "call centers".

MERCADO

O mercado de telecomunicações móveis angolano apresenta um enorme dinamismo aos

seus intervenientes: um mercado em constante crescimento e cada vez mais exigente ao qual a UNITEL soube dar respostas adequadas e pensadas para as suas especificidades. Líder desde 2001, a UNITEL aumentou a sua base de clientes ao longo de 2014, tendo atingido, no final do ano, o número recorde de 11.5 milhões de clientes.

COMUNICAÇÃO

Para o ano de 2014, a UNITEL definiu como estratégia de comunicação o suporte do seu investimento nos dados móveis e várias pequenas campanhas comerciais em paralelo. A música e a cultura popular tiveram um papel fundamental no seu estilo de comunicação, que se manteve descomplicado e popular. Recorrendo a artistas de renome e acarinhados pelo grande público, a Marca conserva assim uma estratégia de comunicação de massas. Consecutivamente, em termos de notoriedade, a Marca termina o ano com um "top of mind" dos mais altos entre as várias Marcas angolanas.

VANTAGENS COMPETITIVAS

A gama de equipamentos UNITEL tem vindo, cada vez mais, a afirmar-se como uma enorme vantagem competitiva para a Marca. Desde os equipamentos mais básicos e acessíveis, aos

SABIA QUE:

- A página de Facebook da UNITEL possui mais de 550,000 fãs e é a página angolana com o maior número de fãs.
- O canal de YouTube (TVUNITEL) tem mais de 800.000 visualizações e 11.000 subscritores.
- A UNITEL conta já com quase 3000 colaboradores e, em Dezembro de 2014, atingiu os 11 milhões e meio de clientes.

mais sofisticados e tecnologicamente evoluídos, a UNITEL tem a solução ideal para as diversas tipologias de clientes angolanos. Actualmente, a UNITEL tem a maior rede de fibra óptica de Angola, permitindo, desta forma, que os angolanos estejam comunicáveis em todo o país, de forma mais rápida, quase instantânea. Durante 2014, a UNITEL continuou a investir no crescimento da sua rede de distribuição com lojas próprias, lojas de agentes, lojas empresariais e rede de agenciamento, com presença física em quase todas as províncias – a UNITEL possui já 150 lojas próprias e quase 6.000 agentes.



2009

A UNITEL atingiu o número de 5.100.000 clientes.

2010

6.100.000 clientes. Lançamento do serviço roaming de dados. Democratização do acesso à internet no telemóvel.



2011

7.000.000 clientes. Rede UNITEL em todas as sedes dos municípios de Angola.

2010

9.000.000 clientes. Entrada em funcionamento da Rede LTE 4G.



2013

9.500.000 clientes. Primeiro operador em África a disponibilizar o serviço de roaming 4G.

2014

11.000.000 clientes. Lançamento técnico da operadora em São Tomé e Príncipe.