

ТОВА Е ТВОЯТ ГЛАС.



ПАЗАР

Освен безспорното си лидерство в България, „Мобилтел“ е определен и като един от най-успешните мобилни оператори в Европа. Компанията е водеща на българския пазар въпреки изключително силната конкуренция след навлизането на Globul и vivatel и проникването на мобилните услуги до над 90 на сто от населението на страната. Повече от 55% от потребителите на мобилни услуги в България са клиенти на „Мобилтел“. Фирмата има най-добрата мрежа с пълно национално покритие.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

„М-Тел“ е най-разпознаваемата марка сред мобилните оператори в България – 61% от хората я споменават на първо място. Брандът неизменно се свързва с качество, престиж, новаторство и технологично лидерство. Признанието идва под формата на различни награди. „Мобилтел“ е избрана за Фирма на годината от Българската търговско-промишлена палата през 2001 г. и 2002 г. През март 2002 г. компанията получава Световната награда за качество на XXI век на Международната маркетингова организация. Отличията се дава на фирми, постигнали забележителни резултати в качеството на продуктите и услугите си. През юни 2002 г. „Мобилтел“ получава „Златен трофей“ за качество от Клуба на търговските лидери – Мадрид. Наградата е за заслугите на компанията в подобряване на качеството на обслужване на клиентите. В края на 2004 г. престижната агенция

Standard&Poor's определя кредитен рейтинг на „Мобилтел“ ВВ+. Рейтингът на компанията е вторият най-висок сред мобилните оператори в Източна Европа. Телекомът е единственият в Европа с рейтинг, който е само с една степен по-нисък от този на страната, в която оперира.

ИСТОРИЯ

Компанията „Мобилтел“ е основана през 1994 г., а марката „М-Тел“ се появява през 2001 г. Високото качество на обслужване и предоставянето на най-модерните телекомуникационни услуги са приоритет за фирмата.

Официалният старт на първата българска GSM мрежа е през септември 1995 г. Началото е поставено с шест базови станции, които покриват централните части на София. През януари 1996 г. е сключен първият договор за роуминг, който е с шведски оператор. През 1999 г. „Мобилтел“ пуска в експлоатация своя SMS център. Постепенно покритието на GSM мрежата обхваща цялата страна, абонатите се увеличават и се въвеждат все повече услуги. През юли 2005 г. в резултат на сделка, оценена на 1,6 милиарда евро, „Мобилтел“ става част от mobilkom austria group. През февруари 2006 г. фирмата става стратегически партньор на Vodafone.

Договорът за сътрудничество със световния мобилен гигант води до появата на българския пазар на продукти и услуги, носещи марката „М-Тел“/Vodafone.

На 12 септември 2006 г. „Мобилтел“ регистрира своя 4-милионен абонат. Това става

факт близо четири месеца по-рано от очакваната дата, която е прогнозирана на базата на ръста на абонатите през 2005 г.



ПРОДУКТЪТ

Над 3000 съоръжения, работещи в мрежата на „М-Тел“, осигуряват безупречно качество на комуникацията.

Компанията е първата на пазара, която предлага предплатени карти за мобилна връзка (с марката Prima), MMS, Musicall и много други.

От март 2006 г. мобилният оператор първи започва да предоставя в България мрежа от трето поколение (UMTS и HSDPA), позволяващи високоскоростен пренос на данни. Ползвайки 3G мрежата, клиентите на компанията вече могат да провеждат видеоразговори. В резултат на сътрудничеството с Vodafone, на българския телекомуникационен пазар се появяват продукти като BlackBerry, Vodafone Mobile Connect Card и роуминг тарифата Eurocall, осигуряваща на клиентите ясни и ниски тарифи за разговори в над 100 партньорски мрежи.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Въпреки че е безспорен лидер, „Мобилтел“ внимателно следи динамичното развитие на пазара и съвременните потребности на клиентите. По този начин фирмата винаги е готова да предложи конкурентни услуги. Пример в това отношение е най-новата марка на оператора, наречена LOOP. Тя е предназначена за хора на възраст 14–26 години. Те могат да се възползват от всички предимства на мрежата на „Мобилтел“, като същевременно говорят помежду си на изключителната цена от една стотинка на минута. LOOP е повече от обикновен тарифен план – това е най-младата мобилна мрежа в страната със собствен код 0883 и с ясно изразена идентичност на марката.

В началото на 2006 г. „Мобилтел“ започва да обновява дизайна на своите търговски

центрове, които са повече от 150 в цялата страна. Новият интериор е разработен от британската фирма Checkland Kindleysides, която е реализирала проекти за редица големи компании, сред които са Rolls-Royce, Audi, Bentley, Levi's, Vodafone, Sony, KFC, Timberland, Speedo. Дизайнят е фокусиран върху идеята за „Мобилтел“ като технологичен лидер и създава интерактивна среда, в която посетителите с лекота могат да се запознаят и да изпробват продуктите и услугите на фирмата.

ПРОМОЦИЯ

Рекламната стратегия на „Мобилтел“ е да създава забавни послания с определена доза самоирония. Телевизионните клипове за услугата „Гласова поща“ и тарифния план „М-Тел 20“ са отличени на Нюйоркския рекламен фестивал. Рекламен клип на „М-Тел“, част от кампанията за популяризиране на „Гласова поща“, е награден от американския телевизионен канал TBS в класацията за 2005 г. Голямата познаваемост на „М-Тел“ се дължи

не само на рекламните кампании, но и на големия брой прецизно подбрани търговски промоции. Много успешни се оказват промоциите за двумилionния и тримилionния абонат, които са с внушителен награден фонд – съответно двайсет автомобила Mazda MX-5 и 40 Daihatsu Terios. Добро попадение са и кампаниите в сътрудничество с най-популярния телевизионен водещ Слави Трифонов. Традиционни за „Мобилтел“ са промоциите в партньорство с водещи български и световни марки като Adidas, Diel и Victorinox.

„Мобилтел“ е социално отговорна компания, която се включва в многобройни проекти в различни сфери от обществен живот. В областта на спорта „Мобилтел“ подкрепя

финансово футболен клуб „Левски“, Висшата лига по футбол, световния шампион по шахмат Веселин Топалов, шахматния турнир „М-Тел“ Мастърс“, шесткратния световен шампион по плувен маратон Петър Стойчев, състезанието по художествена гимнастика



от Веригата Grand Prix през 2001 г. и др. „Мобилтел“ е спонсорирала различни изяви на Националната опера и балет, Празниците на изкуствата „Аполония“, Държавния ансамбъл за народни песни и танци „Филип Кутев“ и др. През юни 2005 г. „Мобилтел“ спешно отпуска 100 000 лева за подпомагане на пострадалите от наводненията

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Общност, качество и технологично лидерство са най-важните ценности, които стоят зад марката „М-Тел“. „Мобилтел“ успява да създаде общност от четири милиона души, чието ежедневие е свързано с марката и нейните идеи. „М-Тел“ превръща сложната технология на телекомуникациите в достъпна и разбираема материя, която улеснява и внася разнообразие в живота на тази общност.

в страната. Същата сума компанията дарява на Националния център по хематология за закупуване на апаратура за лечение на пациенти, на които е извършена трансплантация на костен мозък. „Мобилтел“

оказва финансова подкрепа и на Многопрофилната болница за активно лечение и спешна медицина „Пирогов“. Компанията се ангажира с борбата с трафика на хора и насилствената проституция, като става генерален спонсор в реализирането на филма „Открадната светлина“, който засяга тази болезнена тема. От 2003 г. „Мобилтел“ подпома-

га финансово Фондация „Очи на четири лапи“. Целите на тази неправителствена организация са рехабилитацията и реинтеграцията на слепите хора с помощта на обучени кучета-водачи. Заедно с Фон-

www.mtel.bg

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

Mtel

- „Мобилтел“ е петата компания в света, въвела в експлоатация HSDPA мрежа.
- Над 65% от българите разпознават марката LOOP само месец след старта на мрежата през юли 2006 г.
- Сделката за покупката на „Мобилтел“, оценена на 1,6 милиарда евро, е най-голямата австрийска инвестиция в чужбина.
- По време на Пловдивския технически панаир Есен '99 „Мобилтел“ достига прираст от 2500 абонати на ден.