



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

A Unitel é a maior operadora móvel de Angola e uma das maiores empresas angolanas. É um exemplo de sucesso no panorama das telecomunicações em África, o que faz da Marca um motivo de orgulho nacional.

Lançada comercialmente a 4 de abril de 2001, a Unitel tem como principal atividade a prestação de serviços móveis de voz e de dados. Ao longo dos anos, a Marca Unitel tem vindo a consolidar no mercado angolano a sua posição de maior notoriedade no setor das telecomunicações, bem como, a de uma das Marcas mais reconhecidas no geral com o "Top-of-mind" mais alto do setor.

Sustentada na posição de liderança da Marca, a estratégia de comunicação e branding em 2010 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 ações que influenciam positivamente a opinião pública nacional e estrangeira, 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, da força, confiança e inovação transmitidas pela Marca.

Na base de todo o posicionamento da Marca e Comunicação em 2010, estiveram sempre presentes os pilares da Unitel: Qualidade e 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; Liderança, fomentando a confiança dos angolanos na Unitel como líder em cobertura, em clientes, na distribuição, na comunicação e na faturação; e Inovação, na

**NOVO ANO
NOVO COMEÇO**

**JÁ LIGAMOS MILHÕES DE ANGOLANOS
E VAMOS CONTINUAR A CRESCER**

nº apoio ao cliente
19 192
www.unitel.ao

 **UNITEL**
O próximo mais próximo.

forma de comunicar e nas ações lançadas no mercado, ao nível dos produtos e serviços, e, ao nível de atividades institucionais, área tecnológica (GSM, UMTS, etc) e nas ações de responsabilidade social.

Produtos e desenvolvimentos futuros

A inovação faz parte do ADN da Unitel, nomeadamente através do lançamento de novos serviços: envio de SMS sem saldo ("Manda Só SMS") e de carregamento de cartões ("Carrega Só"); notificação de disponibilidade e de chamada, de soluções de VoiceMail para MMS e E-mail; envio de SMS e MMS para o Facebook; portal móvel de conteúdos (m.unitel.ao); Net 10 MB e Net 50 MB (Internet no telemóvel com limite de volume de tráfego, para um acesso com mais controlo de custos pelo cliente); e consulta de saldo via USSD: bônus (*102*0#), internet no telemóvel (*102*1#) e de SMS (*102*2#). Há ainda a destacar o lançamento do serviço de Roaming de Dados e o alargamento da qualidade de serviço de banda larga (97% das estações 3G com velocidades até 7.2Mbps para download). Relativamente à aposta em novas tecnologias a Unitel fez um alargamento da cobertura da tecnologia UMTS/HSPA que suporta os serviços de 3,5 G a todas as capitais das províncias onde exista transmissão terrestre e apostou ainda na utilização de tecnologia EDGE em toda a área de cobertura da rede Unitel.

Mercado

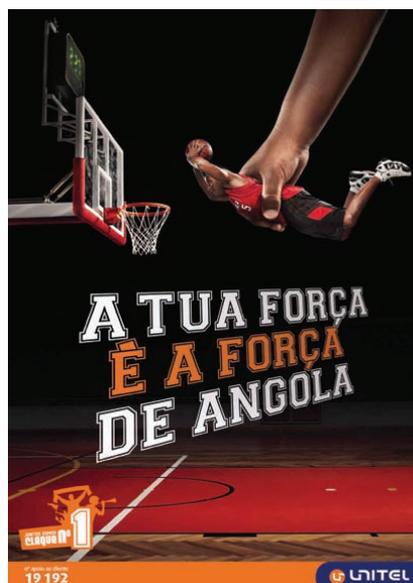
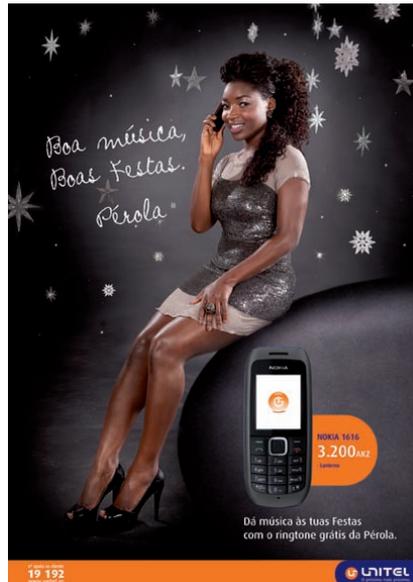
A Unitel opera sobre a tecnologia GSM desde a sua fundação, em 2001, usando o SIM Card, também conhecido pelos consumidores angolanos como "chip". No ano de 2010 a base de clientes continuou a crescer substancialmente tendo terminado com mais de 6.127.000 clientes. A Unitel continua a ser líder incontestável do mercado angolano, com 64,2% de quota de mercado.

Comunicação

Para o ano de 2010, a Unitel definiu como estratégia de comunicação o lançamento de uma grande campanha institucional por trimestre, com várias campanhas comerciais em paralelo, de forma a suportar as vendas de equipamentos, bem como, o aumento do consumo dos serviços de voz, dados e mensagens. Para o efeito, a Unitel manteve um estilo de comunicação mais popular e descomplicado, associando-se a figuras e aos estilos culturais mais populistas, conservando uma estratégia de comunicação de massas. A Unitel manteve o investimento em comunicação com um agressivo plano de meios e forte presença nos vários meios e suportes com objetivo de posicionar a Marca.

Vantagens competitivas

Fatores como a extensa cobertura da rede a todas as províncias e à quase totalidade de municípios de Angola, é uma forte vantagem competitiva da Unitel em relação



Factos que desconhece

Eleita pela segunda vez consecutiva Marca de Excelência pela Superbrands Angola.

Vencedora, pela 2ª vez, do Leão de Ouro Filda 2010, prémio máximo da FILDA – Feira de Negócios de Angola, e do Leão de Ouro pela Melhor Participação em Telecomunicações, pelo 3º ano consecutivo.

Duplamente premiada nos Prémios GlobalCom Angola 2011, relativos a Serviços / Inovação e Comunicação realizados em 2010: Melhor Serviço / Inovação com o serviço Facebook SMS e MMS e Melhor campanha de marketing alusiva ao CAN 2010.

Realizou o show "Força Angola" com o cantor norte-americano R. Kelly, que juntou milhares de fãs no Estádio dos Coqueiros. Com os bens das receitas a Unitel entregou material e equipamento ao Comité Paralímpico Angolano.

à concorrência, permitindo desta forma que os angolanos estejam comunicáveis em todo o país.

Durante 2010 a Unitel continuou a investir no crescimento da sua rede de distribuição com lojas próprias, lojas de agentes, lojas empresariais e rede de agenciamento, o que lhe permite uma presença física em quase todas as províncias. São atualmente mais de 8.000 agentes ao serviço dos angolanos.

2002
Início da expansão da rede Unitel para fora de Luanda.

2004
Cobertura da rede GSM nas 18 capitais de província.

2005
Lançamento da campanha "Toque-Toque" com banda sonora dos Buraka Som Sistema (Wawaba): cartão de recargas para envio de SMS, com preços especiais, para todo o mundo.

2008
Operadora "Top-of-mind" reconhecida pela Marktest.

2009
Lançamento da grande campanha de Marketing Didático "Minuto Unitel". Uma sequência de filmes educativos que explicam o funcionamento dos serviços Unitel num minuto.

2010
Lançamento do serviço roaming de dados. Democratização do acesso à Internet no telemóvel. Lançamento do 1º Portal móvel de conteúdos de Angola.