O portal Sapo Angola, a caminho dos 5 anos de existência, tem vindo a apostar em notícias e conteúdos de entretenimento, em parceria com os principais órgãos de comunicação social e outros produtores de conteúdos locais, bem como em inúmeros formatos multimédia, procurando, assim, dar mais relevo ao que no país se faz de melhor e colocando Angola no centro da revolução digital.

VALORES DA MARCA

O principal objectivo do portal Sapo Angola é, desde o seu lançamento, promover a utilização da internet e massificar o acesso à banda larga, enquanto ferramenta de conhecimento e desenvolvimento da sociedade de informação, pela promoção e produção de mais e melhores conteúdos multimédia, com forte teor local.

O posicionamento e o compromisso máximo do Sapo Angola é continuar a ser o portal de referência dos angolanos. Com uma oferta de serviços gratuitos e conteúdos de qualidade, o Sapo Angola procura manter-se próximo da cultura e tradições angolanas, com uma abordagem tecnológica, jovem e inovadora. Tornar a vida mais simples, inovar, divertir, informar e promover a identidade do país são os principais valores da Marca Sapo a um nível global.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

Uma sociedade mais digitalizada permite um maior acesso à informação e, consequentemente, fomenta o conhecimento, produz riqueza e contribui para um aumento da qualidade de vida dos cidadãos. Por esta razão, a capacidade de difusão e de acesso à informação, revela-se determinante na construção de uma sociedade de conhecimento globalizada.

No sentido de inovar e antecipar o mercado, o Sapo tem sido sempre pioneiro, nomeadamente através do lançamento do primeiro portal português (1995), do portal mobile HTML (2007) e do portal IPTV em Portugal (2008).

A equipa Sapo, ao longo dos seus 17 anos de existência, acumulou um conjunto de capacidades distintas que têm sido demonstradas com o lançamento de diversos projectos de sucesso. Os seus conhecimentos técnicos permitem, também, disponibilizar uma arquitectura de produtos e serviços multi-plataforma e multi-território. A receita para este sucesso assenta em seis áreas de actuação prioritárias: conteúdos editoriais de excelência e parcerias estratégicas, pesquisa, serviços de comunicação (Mail), comunidade (Fotos, Vídeos e Blogs), serviços de classificados (Emprego, Casas e Automóveis) e presença multi-plataforma.

O portal Sapo Angola aposta no desenvolvimento de conteúdos de lazer e entretenimento exclusivos, integrados em sites temáticos, tais como, Banda, Desporto, Mulher, Viajar, Sabores, Astral, Saúde, entre outros, e conteúdos especiais como o Miss Angola, Especial FILDA, Angola Fashion Week, entre outros.

Atento às tendências mundiais e locais no que toca às inovações tecnológicas, o Sapo Angola aposta também nos equipamentos móveis, lançando uma nova versão do portal Sapo para telemóvel, disponível em m.sapo.ao, que inclui diversos conteúdos também em formato mobile, nomeadamente, o canal Sapo Desporto Angola, disponível em m.desporto.sapo.ao.

A Marca pretende expandir e diversificar as parcerias com os órgãos de comunicação social de referência, enriquecendo a rede de conteúdos e garantindo que os utilizadores têm acesso a toda a informação a partir de um único sítio, bem como estabelecer novas parcerias em áreas temáticas não noticiosas que permitirão aos utilizadores ter acesso a informação institucional e de entretenimento de

relevância (Jovens, Estudantes, Música, Lazer e Cultura, entre outros). O enfoque na satisfação de necessidades específicas da comunidade angolana é também uma das apostas do Sapo Angola, que pretende reforçar a sua posição no mercado através do desenvolvimento de conteúdos e serviços em diversas plataformas emergentes (smartphones e tablets), nomeadamente através da disponibilização dos conteúdos em formato web adaptado a estes dispositivos móveis e também através de aplicações nativas para Apple e Android.

MERCADO

O Sapo Angola é já um sucesso nas preferências dos utilizadores, tanto em Angola, como na diáspora. Os números são bem reveladores da importância que esta Marca tem no quotidiano dos seus utilizadores: mais de 300 mil visitantes únicos por mês e 4 milhões de páginas vistas. Os serviços de mail, de fotos e vídeos têm vindo a ganhar cada vez mais preponderância local: contam, actualmente, com 40 mil utilizadores de mail Sapo, mais de 500 mil fotografias e 60 mil vídeos. O portal Sapo Angola enquanto agregador dá visibilidade às notícias de todos os parceiros da rede Sapo: Angop, Edições Novembro (Jornal de Angola e Jornal dos Desportos), TPA, RNA, Grupo Medianova (O País e Rádio Mais), Expansão, Sol Angola, Economia e Mercado, Afro-Music Channel, Platina Line, entre outros.

O Sapo Angola está aberto a todas as parcerias públicas e privadas que possam contribuir para o crescimento e divulgação dos conteúdos angolanos, utilizando como sinergia o seu "know-how" internacional de 17 anos e a sua capacidade de dar destaque a conteúdos que de outra forma ficariam perdidos no imenso universo da internet. É desta forma que o Sapo Angola contribui para o aumento da visibilidade da identidade e cultura angolanas a nível mundial.

COMUNICAÇÃO

O Sapo Angola aposta no crescimento e na qualidade dos seus conteúdos. Neste sentido, tem mantido um posicionamento de proximidade com os seus utilizadores, criando uma dinâmica constante de passatempos, concursos e presença nas redes sociais, bem como presença em inúmeros eventos com a sua mascote ou como Media Partner. O ano de 2012 ficou marcado pelo lançamento do Sapo Desporto, com um "look & feel" dinâmico e com conteúdos que vão do Girabola às competições internacionais, passando pelas modalidades desportivas que o país abraça, o que veio reforçar ainda mais a Marca do portal. De destacar as áreas com conteúdos multimédia e a interacção com os utilizadores, bem como a possibilidade de levar o Desporto na mão através do telemóvel com o lançamento em simultâneo do site m.desporto.sapo.ao. Foi também lançado o site Viajar com o intuito de promover o turismo nacional, uma forte aposta do Sapo Angola. Rico em imagens, este site temático convida-nos a conhecer as mais belas paisagens, localidades e segredos do país. E, associando-se à FILDA 2012, organizada pela Feira Internacional de Luanda, apresenta um site especial totalmente dedicado ao evento. Banners, newsletters, mail marketing, mobile e Facebook são formas vencedoras de comunicação digital que ganham cada vez mais importância relativamente aos meios tradicionais e que fazem do Sapo um importante veículo na área da comunicação. O Sapo Angola renova e expressa a intenção de continuar a promover o seu lado "fun", tendo por isso marcado presença em inúmeras festas, eventos sociais, conferências, feiras e acontecimentos representativos da cultura angolana.

VANTAGENS COMPETITIVAS

Entre as inúmeras vantagens competitivas da Marca, encontra-se a experiência de produção de conteúdos e de serviços de internet, bem como a inovação, uma vez que trabalha em todas as plataformas de comunicação. Telemóvel, televisão, redes de informação e televisões corporativas, são exemplos válidos de que o Sapo está na vanguarda tecnológica.

Aliado ao seu "know-how", o Sapo Angola conta com o apoio dos parceiros tecnológicos Unitel, Multitel, TVCabo, Movicel e Angola Telecom, o que lhe permite ter produtos e serviços ao nível dos melhores do mundo. O desenvolvimento de produtos de sucesso na internet, a longa experiência de conteúdos digitais em português e o conhecimento da realidade angolana, fazem do Sapo o maior portal de Angola.

SABIA QUE:

- Mais de 300 mil visitantes únicos por mês, 4 milhões de páginas vistas, 40 mil utilizadores mail Sapo, 60 mil vídeos e mais de 500 mil fotografias.

1994
Lançamento do Sapo em Portugal.

2007
Lançamento do Sapo Angola Mobile.

2008
Lançamento do Sapo Angola, Sapo Cabo Verde e do Sapo Moçambique em 2009.

2010
Lançamento do Sapo Timor Leste.