



MERCADO

El mercado de las telecomunicaciones se ha modificado profundamente al incorporarse nuevos actores e implementarse cambios regulatorios importantes en la Portabilidad Numérica (Fijo-Móvil).

La alta penetración de smartphones y Banda Ancha que existe en nuestro país y la importancia de estos en el día a día, con un consumidor hiperconectado, más empoderado y que a su vez es cada vez más tecnológico han hecho a las compañías adecuarse a lo que necesita el consumidor, aumentando su mix de productos en pos de satisfacer estas necesidades.

LOGROS

En 2014, Movistar en los premios ACHAP fue acreedor de dos premios Oro y el mayor reconocimiento, el Grand Prix, con el caso “Modo Mundial”. Además la Campaña Roaming, bajo el paraguas de Modo Mundial, fue condecorada con un galardón de Plata. Con el mismo caso se hizo acreedor del gran Effie en eficiencia publicitaria y del Effie de Oro con el caso “Modo Mundial”, además ganó un Effie de plata con el caso “Firefox” en la categoría lanzamientos y un Effie oro con “Like a Boss” en categoría Business to Business.

Movistar aumentó en 8 puntos su TOM en TV pagada y 5 puntos en consideración en banda ancha, lo que indica que Movistar es percibida como una compañía con un portafolio completo de servicios de telecomunicaciones.

HISTORIA

La unificación el 2010 de todo el portafolio de servicios de Telefonía móvil y fijo bajo su marca comercial Movistar, reforzó los conceptos de cercanía y confianza hacia sus clientes. En el 2012 evoluciona hacia “Compartida la vida es más”, el slogan actual de la marca, donde se invita a las personas a integrar el mundo online/offline para poder crear una sola esfera, en donde la tecnología ayude en la vida diaria de las personas y sobre todo para compartir experiencias. Bajo este concepto se refuerza el hecho de que Movistar es una marca que hace posible y les permite a las personas comunicarse, interactuar, compartir sus experiencias y enriquecer su vida a través de la tecnología.

El último tiempo la marca refuerza su pilar de innovación a través del lanzamiento de 3 servicios: Fibra Óptica, 4G y Banda Ancha Satelital.

PRODUCTO Y DESARROLLOS RECIENTES

Movistar se enfoca en promover innovación tecnológica, es por esto que se lanzaron



varios productos asociados a esta innovación como son la Fibra Óptica al hogar, TV Interactiva (IPTV), una nueva generación de comunicación móvil que es 4G, BAM 4G, y Banda Ancha Satelital. Especialmente, la Fibra Óptica es la tecnología más avanzada de conexión de datos en el mundo que permite además entregar un servicio de televisión como la IPTV. Además fue la



primera compañía de telecomunicaciones en tener una red 4G con presencia nacional, siendo los primeros en complementar la oferta con Banda Ancha Móvil 4G. Además se lanzó la Banda Ancha Satelital para abastecer de internet en aquellos lugares donde las factibilidades de servicio técnico tradicional no existe y Movistar lleva la iniciativa.

COMUNICACIÓN DE LA MARCA

Movistar es una marca participativa y comunitaria. Es cotidiana y cercana, reflejo de la vida real de las personas. Un altavoz para las ideas, las emociones, los sentimientos y la creatividad. Así, Movistar ha enfocado su idea de marca del “Compartida la vida es más”, principalmente a través de 3 conceptos: El primero es el Modo Mundial, donde la gran idea fue ponerse en los zapatos de los chilenos y levantar un insight potente que generara identificación transversal. Durante el mundial los hombres se ponen en un estado especial,

son personas empoderadas y tecnológicas, una generación que siempre ha estado rodeada y depende de la tecnología. Escriben blogs, bajan música de la web, tienen cuentas en múltiples redes sociales y están conectados 24/7. Son impacientes, quieren todo ya. Siempre conectados, toman decisiones en tiempo real, son demandantes y exigen inmediatez en las respuestas y en los resultados; es así como el rostro de Ignacio Franzani calza con este perfil como rostro precursor de esta revolución gracias a que llega a segmentos que marcan tendencias. Que también se comunica en la

mostrando su portafolio de productos y entregándole una solución a sus clientes.

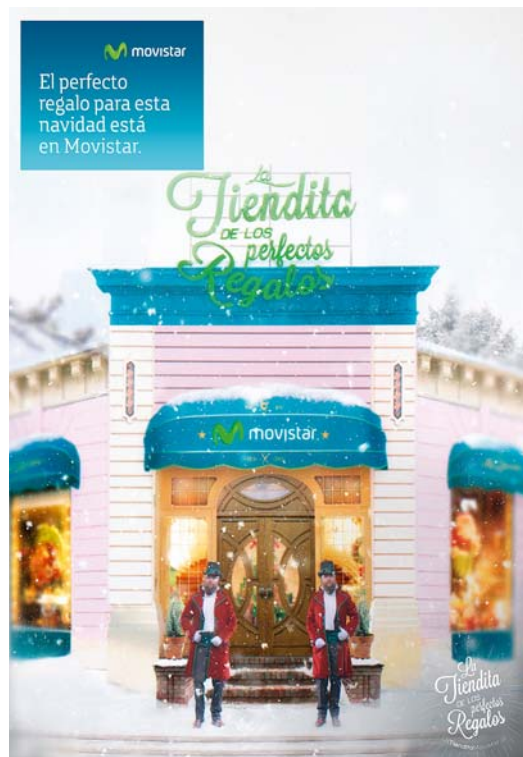
VALORES DE LA MARCA

Su promesa de marca se basa en que Movistar pone a tu alcance lo mejor de la tecnología para que puedas hacer más. Por eso te conecta con un mundo de posibilidades para que, sin renunciar a nada, puedas elegir en cada momento todo lo que te importa y aprovechar al máximo tu vida. Y esto se ve reflejado en sus cuatro valores de marca:

Sencilla: quiere hacerte la vida más fácil, su oferta y tarifas son sencillas, las soluciones simples e intuitivas, es útil, directa y accesible. **Honesta:** quiere ganar la confianza del consumidor cumpliendo lo que promete, guiando todas sus acciones en pos de la transparencia y la responsabilidad, es fiable y cumple todo lo que promete.

Emprendedora: Quiere llevarte más lejos, traspasarte su energía y liderazgo que se distingue por su resolución a la hora de emprender, innovar e integrar soluciones y experiencias, es líder, innovadora, global, audaz y determinada.

Cómplice: Quieren ser parte del día a día, siempre a tu lado para cuando se necesite. Te escucha con atención, a fin de entender cómo ayudarte a mejorar tu realidad cotidiana y a enriquecer tu vida, personal y profesional.



desconectan el cerebro con lo que hacen siempre y sólo se conectan con el fútbol, por esto lo llamamos #Modomundial. Con este concepto se comunicó TV Digital, Roaming y la APP para ver los partidos del mundial. El otro frente es el de la revolución tecnológica, con sus productos de Alta Velocidad, que se vincula a la innovación que rompe paradigmas, dirigida a los millenials que

campana donde se incentiva el uso de la Sucursal Virtual mostrando a la tecnología como una ayuda para el ser humano. Y así finaliza el año con su gran campaña para Navidad conocida como la Tiendita de los Perfectos Regalos, donde se apodera de varios insight como “Cualquier cosita”, “Lo que sea su cariño”, “Para que se va a molestar”, etc..., y es ahí donde Movistar ocupa un espacio

LO QUE USTED NO SABÍA SOBRE MOVISTAR

- En Agosto Telefónica inauguró el paseo por la historia de las telecomunicaciones en Chile, en donde se muestra un recorrido por los distintos hitos de las telecomunicaciones en Chile.
- Telefónica quinta mejor empresa para trabajar 2014 en Great Place to Work y primera en el sector de telecomunicaciones.
- Además, Movistar promueve el crecimiento de ideas innovadoras por medio de Wayra, que es la aceleradora de startups de Telefónica con presencia en Europa y Latinoamérica.
- La Fundación Telefónica contribuye en gran medida al desarrollo económico, social y cultural de los países en los que está presente, mejorando la calidad de vida y fomentando la igualdad de oportunidades entre los ciudadanos.
- Telefónica Chile en alianza con la Universidad del Desarrollo (UDD), lanzó el primer Centro de Excelencia Internacional Telefónica I+D en Hispanoamérica, que se enfoca en crear soluciones digitales.
- En 2014 Telefónica es la primera empresa para padres y madres que trabajan entre las corporaciones.

