Telefónica

Mercado

Telefónica es hoy el más importante grupo integrado de telecomunicaciones en Colombia. Telefónica Colombia se compone de cuatro empresas: Telefónica Telecom, Telefónica Movistar, Terra y Atento.

En el mundo, Telefónica es una de las cinco empresas más importantes por capitalización bursátil, con presencia en veintitrés países, que asume la satisfacción del cliente como clave para el crecimiento, y dedica todos sus esfuerzos a lograr una atención más eficiente hacia las necesidades de los clientes, mediante productos y servicios innovadores. Telefónica se ha convertido en un referente mundial, con una orientación estratégica, claramente definida hacia un servicio personalizado, soluciones para diversas necesidades y una segmentación por clientes que le permite avanzar hacia un verdadero manejo integral de soluciones.

Su misión lo confirma: mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde la empresa opera, proporcionando servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación.

Telefónica Telecom ha emprendido, en el último año, una importante transformación que busca ofrecer la mejor propuesta de valor para sus clientes, iniciando la comercialización de servicios empaquetados de voz, banda ancha, televisión y planes de telefonía móvil.

Así mismo, creó una unidad de negocio enfocada a pequeñas y medianas empresas, siendo la primera vez que este segmento cuenta con una oferta especializada y una atención comercial exclusiva. Ahora, los clientes corporativos reciben, a través de un único canal de contacto y venta consultiva, una oferta integral de comunicaciones que incluye voz fija y móvil, transmisión de datos y servicios de valor agregado.

Con la compra de BellSouth, Telefónica Movistar asumió, a comienzos de 2005, el gran reto de conquistar a unos 42 millones de colombianos. La misión no sólo era captar nuevos clientes, sino lograr que niños y adultos vibraran con la marca y la sintieran tan cercana y confiable, que quisieran convertirse en clientes de telefonía celular. La música fue el lenguaje para lograr que la gente de diferentes edades se volcara hacia un mismo escenario con un objetivo: conocer la marca y comenzar a hablar de sus características y bondades, y quien mejor que el cantante colombiano Carlos Vives para poner a cantar a Colombia al 'ritmo' de Movistar.

Una estrategia impulsada por una política exigente de servicio al cliente, cuyo propósito era romper las barreras de la comunicación y lograr que el público se sintiera identificado con la marca, que arrojó resultados contundentes.

Logros

En Telefónica Telecom, la orientación estratégica se enfoca al crecimiento y participación en banda ancha. Gracias a la inversión dedicada a mejorar y ampliar la infraestructura de telecomunicaciones en el territorio colombiano, la empresa aumentó su cobertura a 56 ciudades, y contribuyó al crecimiento de los suscriptores de Internet de alta velocidad que, según cifras del regulador, en 2007 superó el 176% de los clientes registrados durante 2006.

En febrero de 2007, Telefónica Telecom lanzó su nuevo servicio de televisión satelital, brindando a los colombianos la posibilidad de escoger, a un precio competitivo, la televisión que realmente quieren ver.

La masificación de los planes alternos de telefonía local, el liderazgo en la participación del mercado tanto en ingresos como en tráfico de minutos de larga distancia nacional e internacional, y el inicio del proyecto Compartel adjudicado por el Ministerio de Comunicaciones para prestar el servicio de banda ancha en comunidades de escasos recursos, son otros logros obtenidos por Telefónica Telecom en los últimos años.

Telefónica Movistar obtuvo un 30% de Top of Mind y 90% de recordación entre el público colombiano en los primeros seis meses de lanzamiento. Ha sido parte fundamental del desarrollo de la industria y, como muestra de ello, pasó de tener 3.700.000 clientes cuando inició operaciones en el país, a cerca de 8 millones en el último semestre de 2007. Los niños se han convertido en grandes protagonistas, al adquirir diversidad de planes, servicios y equipos diseñados especialmente para ellos.

Telefónica Movistar amplió su cobertura a estratos 1 y 2, donde el servicio de telefonía celular se creía inalcanzable. La disponibilidad de equipos modernos a bajo precio dinamizó el uso del prepago, al punto que hace tres años esta modalidad representaba para la compañía un 55%, y hoy el porcentaje supera el 77%. En 2005, el lanzamiento de planes como 'Pa mi pueblo', acercó la marca a toda Colombia, y se logró un crecimiento en comunicación prepago Movistar de un 54% entre marzo de 2005 y junio de 2007, mientras que la de contrato aumentó un 44% en el mismo período.

Telefónica Movistar ha trabajado para que los clientes activados en prepago puedan recargar la cuenta celular desde $1.000 en adelante, a través de diversos canales, como supermercados. Este servicio desató una ola de inversiones y promociones en la industria que generó beneficios tanto para la economía del país como para el público interesado en este tipo de servicios.

Historia

Telefónica llegó en 2005 al mercado de la telefonía móvil mediante la compra de las operaciones de BellSouth en América Latina. Posteriormente, vino la unificación de la marca de telefonía celular en toda la región buscando una sola identidad y hablar un mismo idioma. De esta forma Movistar nació en Colombia.

El 10 de junio de 2005, el presidente de Telefónica anunció que la compañía, a través de su filial Telefónica Móviles, invertiría más de US$ 300 millones para llevar el servicio a todas las poblaciones e impulsar la penetración de la telefonía móvil en Colombia. Desde su inicio, Movistar ha querido estar en todos los rincones de la nación para acercar a los colombianos en cada pueblo, municipio o ciudad a través de sus servicios.

En 2003, Telecom, presente en casi todas las ciudades, municipios y poblaciones de nuestro país, toma la decisión de transformarse para seguir siendo una compañía sostenible y rentable que asegura la comunicación del país. En ese momento, inicia un proceso de mejoramiento continuo y de evolución responsable que hoy le ha permitido ser la compañía de telecomunicaciones de todos los colombianos, conservando su lugar en cada hogar, en cada negocio o empresa que la necesite.

En el 2006, Telefónica adquiere la mayoría accionaría de Telecom, la empresa estatal más grande de telefonía fija y larga distancia del país, convirtiéndola en uno de los grupos integrados en telecomunicaciones más importantes en Colombia.

Producto

Telefónica Telecom orientó su organización comercial hacia segmentos de clientes: Residencial, Negocios (Pymes), Empresas y Mayoristas. Este modelo no sólo ha dado excelentes resultados en las operaciones de Telefónica en otros mercados latinoamericanos, sino que ha permitido aprovechar las sinergias de un grupo regional integrado y diseñar soluciones completas en telecomunicaciones y entretenimiento que respondan a las necesidades y expectativas de los diferentes públicos.

Telefónica Movistar, fue el primer operador celular en lanzar Black Berry en Colombia, un teléfono celular con la posibilidad de enviar y recibir mensajes de correo electrónico en movimiento.

Hoy, el celular no sólo permite hacer y recibir llamadas, sino compartir fotografías, documentos en línea y enviar mensajes cortos para programar las citas del día, con planes ilimitados que benefician a más personas con precios competitivos.

En el servicio pospago, hay nuevas propuestas de valor que permiten a los clientes decidir cuánto quieren pagar por el consumo mensual, sin tener que sufragar las costosas tarifas de minutos adicionales.

La plataforma GSM da flexibilidad a los clientes de renovar su equipo celular cuantas veces quieran, sin que se pierda el número telefónico ni los contactos almacenados. Basta con guardar los datos en la Sim Card antes de adquirir un nuevo equipo donde la podrá utilizar.

Desarrollos recientes

La mayoría de los recursos de inversión ejecutados por Telefónica Telecom en los últimos años, están siendo enfocados en la actualización y tendido de una nueva red de telecomunicaciones, respondiendo a la iniciativa estratégica de penetración del mercado colombiano a través de soluciones en banda ancha.

Esta revolución tecnológica incluye proyectos que abordan sistemas de facturación y soporte, orientados a brindar una mejor atención a nuestros clientes. Adicionalmente, la remodelación de varios de los puntos de servicio brinda condiciones más confortables e instalaciones más modernas.

Las innovaciones en Telefónica Movistar permiten que los clientes puedan dedicar canciones, recibir mensajes de texto informando acerca de las llamadas perdidas y la hora en que se realizaron, recibir noticias, descargas y chistes a través de mensajes celulares solicitados previamente al operador. Este tipo de beneficios ha tenido alta aceptación y prueba de ello es que durante el Mundial de Fútbol de Alemania 2006, Movistar tuvo 30.000 suscripciones al servicio de 'Alerta' de los goles a través de mensajes de texto, 250.000 descargas de videos de los goles y más de 10.000 descargas de ringtones, imágenes y juegos para el celular, alusivos al evento.

Otros servicios que han impactado positivamente en los clientes son los de bajar imágenes y descansa pantallas con temas de películas de moda.

Promoción

Telefónica Telecom ha creado estrategias para mantener interesado al público colombiano, lanzando atractivas ofertas comerciales tanto para necesidades individuales como empaquetadas. Adicionalmente, refuerza su presencia a través de patrocinios en fiestas populares del país (Carnaval de Barranquilla, Festival Vallenato, Fiestas del Mar, Festival del Bambuco, Carnaval de Blancos y Negros, etc.) y actividades culturales como la Feria del Libro y la Orquesta Sinfónica Nacional de Colombia, encaminadas a acercar la cultura a más colombianos y trabajar por el crecimiento del país a través del fortalecimiento de sus tradiciones.

Los patrocinios a conciertos, eventos deportivos y actividades interactivas que involucran a todo tipo de público, se convirtieron en un icono en las actividades de Telefónica Movistar. La marca ha acompañado a grandes artistas como Shakira en España y Latinoamérica dentro de su gira mundial para presentar sus discos, a Alejandro Sanz y a otros artistas colombianos que participaron en el concierto de La Mega.

Por otro lado, Movistar le puso emoción a la marca con el patrocinio en Colombia de deportes de alto riesgo como el Freestyle, una nueva disciplina derivada del motociclismo en la cual participaron pilotos de Europa, Asia, Norteamérica y Suramérica. Para mantener la recordación y la afinidad en todos los segmentos, Movistar montó un gran escenario en el parque de diversiones Divercity, donde tiene la posibilidad de acercarse a niños entre 5 y 12 años.

Valores de marca

Telefónica y sus marcas Telefónica Telecom y Telefónica Movistar, consolidan sus valores en una relación sólida e inseparable, por lo que siempre aparecen juntas en su representación gráfica. Los valores transmitidos por estas compañías están alineados con los valores de la marca Telefónica, lo que refuerza sus atributos y su fortaleza como compañía integral frente al mercado. Mediante la Fundación Telefónica, la marca se compromete a promover el desarrollo social de las comunidades donde opera a través de programas como Proniño y Educared.

La marca Telefónica aporta solvencia, garantía y respaldo, debido a que es una compañía internacional con la fortaleza necesaria para enfrentar a la competencia a nivel mundial. Por su parte, sus marcas comerciales (Telefónica Telecom y Telefónica Movistar) crean cercanía y frescura, introduciendo diferenciación y relevancia en la oferta de productos y servicios. Telefónica Telecom es reconocida como una marca cercana, de amplia trayectoria, experiencia y presencia en el territorio nacional. Telefónica Movistar se identifica como una marca joven, dinámica, cercana y alegre.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre movistar

- La unificación simultánea de la marca Movistar en 13 países, el 6 de abril de 2005, fue un hecho de gran relevancia. El esfuerzo de esta consolidación requirió de la participación de más de 100 mil personas en todo el mundo.
- El logotipo actual de Movistar, la "M", fue diseñado por la agencia Wolf Olins, y antes de esta versión fueron rechazadas más de mil propuestas.
- Telefónica Móviles cuenta con la comunidad más grande de habla hispana en todo el mundo, con aproximadamente 59 millones de usuarios en Latinoamérica. En total, tiene la confianza de más de 81 millones de clientes.