



A Vodafone trabalha todos os dias para procurar surpreender os seus mais de 5 milhões de Clientes, proporcionando-lhes as melhores experiências, resultado da paixão dos seus colaboradores por tudo o que fazem, da fiabilidade que apresenta e da busca constante por fazer mais e melhor. É deste conjunto de ingredientes que resulta a forma como a marca se apresenta ao mercado, sugerindo aos seus Clientes o lema "Viva o momento".

#### Produtos e Valores da Marca

Num mercado em permanente mudança, a Vodafone destacou-se pela inovação, lançando vários serviços que contribuíram para que a Marca continue a manter a liderança nesta área, o que é também confirmado pela percepção do mercado que atribui à Vodafone o estatuto de operador mais inovador. Como principal marco há a destacar o lançamento da oferta Vodafone Casa Duplex ADSL, a oferta Vodafone para ligações fixas à Internet em banda larga. A Vodafone oferece assim uma gama completa de comunicações em Portugal, sendo o operador mais competitivo do mercado nos serviços de banda larga fixa ADSL, suportada na implementação de uma rede própria ADSL2. O serviço Vodafone Casa Duplex ADSL permite ter acesso à Internet a velocidades até 24 Mbps, e comunicação de voz, sem assinatura, com chamadas gratuitas para a rede fixa e tarifas competitivas para as redes móveis, mantendo o telefone habitual e o número

fixo actual.

Na área móvel é de referir, a título de exemplo de novos lançamentos, o Dimo que é um directório móvel multi-operador que permite aceder a diversos "sites", "chats", contas de "e-mail", notícias e, também, consultar e descarregar diferentes conteúdos, como toques, músicas, imagens e jogos, e o Vodafone BackUp que permite aos clientes guardar a lista de contactos do telemóvel na Vodafone, o que se revela útil para recuperar contactos em caso de troca, intervenção técnica ou mesmo perda do equipamento. A lista pode ser gerida de diversas formas, incluindo pela Internet, e permite adicionar, alterar ou apagar os contactos guardados e sincronizá-los com o Microsoft Outlook. Estas iniciativas exemplificam a forma como a Vodafone vê a concretização dos Valores da sua marca, na medida em que se posiciona como uma marca jovem e líder na criação e definição de tendências, de quem os Clientes se habituaram a receber produtos

úteis e inovadores que contribuem para que possam tirar um melhor partido de cada momento

#### Inovação e Comunicação

Empenhada na convergência de funções no telemóvel, a Vodafone lançou serviços inovadores ao nível da Internet, "e-mail" e multibanco. Através do Vodafone webphone, o computador transforma-se num telemóvel, que faz e recebe chamadas de voz e vídeo e envia e recebe SMS e MMS. Já o Vodafone My Mail torna possível aceder a qualquer a conta de "e-mail" a partir do telemóvel. Em 2007, a marca lançou o telemultibanco de última geração, que faculta o acesso a um conjunto de operações disponíveis nas caixas multibanco. Portugal foi ainda o primeiro país do Grupo Vodafone a receber o serviço Vodafone Messenger, que permite o acesso do telemóvel ao Windows Live Messenger e ao Yahoo Messenger.



A Vodafone trouxe a verdadeira Internet para o telemóvel ao criar uma nova oferta que engloba os serviços mais populares da Internet, até aqui comercializados separadamente, oferecidas com um tarifário único, simples e atractivo. Os clientes Vodafone também já podem usar o serviço de voz (GSM) e dados (GPRS) nos aviões da Air France, através de um protocolo estabelecido com a On-Air e que vai ser alargado a mais companhias.

Os consumidores com necessidades especiais têm agora o Vodafone Say Net com condições especiais de acesso à Internet em banda larga móvel. Em associação à comunicação desenvolvida para dar a conhecer todas as novas ofertas disponibilizadas e os produtos e serviços que compõem a gama em comercialização, a Vodafone reforçou também o alinhamento da sua comunicação com os valores da Empresa através de uma forte política de patrocínios, de entre os quais se destaca a sua presença no desporto motorizado e na música. Dando continuidade à concretização de iniciativas inovadoras e de elevado impacto, a Vodafone instalou diversos suportes de comunicação exterior com grande ligação aos locais onde se encontram, de que é exemplo o relógio gigante instalado na rotunda do relógio em Lisboa, devolvendo a esta praça um símbolo de grandes dimensões que deu origem ao seu nome. Em resultado de todas estas acções, o nível de notoriedade da Marca é próximo dos 100%.

#### Mercado

O sector móvel tem sido o grande responsável pelo crescimento do ramo



das telecomunicações nacional na última década e um importante promotor do desenvolvimento económico e da qualidade de vida dos portugueses. Avaliado em cerca de 3,3 mil milhões de euros, o mercado móvel português encontra-se entre os mais desenvolvidos a nível europeu. As receitas já ultrapassam os valores do serviço fixo telefónico e a taxa de penetração do serviço móvel na população excede largamente os 100%. Com mais de 5 milhões de clientes de serviços móveis, a Vodafone tem uma quota de mercado de cerca de 38% e gera cerca de 40% das receitas do sector.

#### Vantagens Competitivas e Desenvolvimentos Futuros

A Vodafone destacou-se como a operadora com melhor cobertura de rede, de acordo com um estudo da Anacom (Autoridade Nacional de Comunicações), e também pela simplificação dos tarifários de "roaming". A Vodafone é a operadora com melhor desempenho global, em cobertura, acessibilidade e qualidade de rede, tanto na tecnologia GSM (2G) como UMTS (3G), segundo os testes efectuados em Novembro/Dezembro de 2006 pela Anacom. Ao nível do "roaming", a Vodafone simplificou e diminuiu os preços nas comunicações de voz e apresentou novas tarifas de dados, salientando-se pelo contributo para a transparência, simplicidade e redução tarifária em benefício dos consumidores. A Vodafone disponibilizou, pela primeira vez em Portugal, a tecnologia HSUPA ("High Speed Uplink Packet Access"), que permite aumentar a velocidade de "upload" da rede de Banda Larga Móvel até 1,4

#### Factos que desconhece

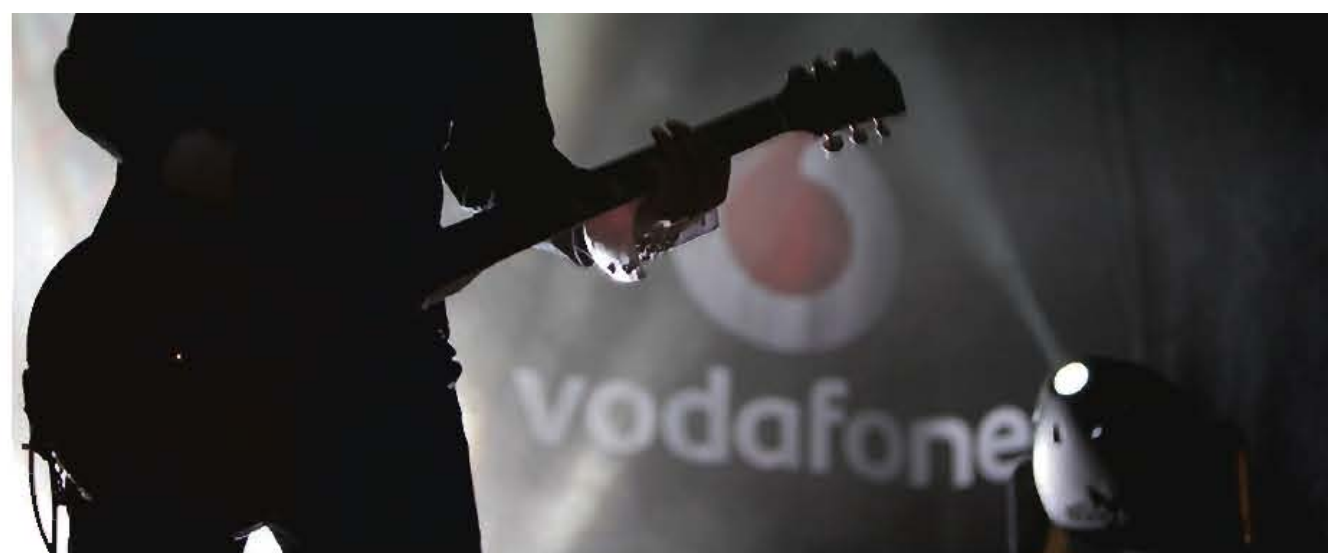
A Vodafone iniciou actividade em 1992, prevendo conquistar até 2007 cerca de meio milhão de clientes, mas na realidade conseguiu mais de 5 milhões.

A operadora foi pioneira na introdução em Portugal das principais tecnologias de telecomunicações móveis: EFR, Dual Band, WAP, GPRS, HSCSD, MMS, 3G/UMTS e 3G Banda Larga (HSDPA e HSUPA).

A Vodafone foi o primeiro operador a disponibilizar serviços 3G com o lançamento, em 2004, do Vodafone Mobile Connect Card 3G/GPRS. Nesse ano criou o portal móvel Vodafone live! em telefones 3G.

A Vodafone foi considerada uma das marcas "mais magnéticas" pelos consumidores portugueses, segundo um estudo da agência de publicidade Brandia Central e do Laboratório de Investigação Aplicada às Ciências do Marketing em 2007. O estudo visou identificar as marcas com mais notoriedade e capacidade de atracção, tendo sido analisada a confiança, prestígio e identificação ("magnetismo") de cada uma.

Mbps, tomando-a quatro vezes superior à velocidade habitual. Utilizando esta tecnologia será possível, por exemplo, o envio de "e-mails" ou ficheiros a uma velocidade quatro vezes mais rápida, semelhante à da rede fixa. A Vodafone disponibiliza três equipamentos que suportam esta tecnologia: a placa Connect Card, no formato Express Card, a Connect Box, que se liga ao computador através de uma porta USB, e ainda o equipamento Connect Pen.



#### 1992

Iniciou actividade comercial em Portugal sob a marca Telecel.

#### 1999

Com a fusão entre a AirTouch e a britânica Vodafone, iniciou-se a ligação da ao gigante mundial nas telecomunicações móveis que se mantém até hoje.

#### 2003

O Grupo Vodafone passa a controlar 100% do capital social da Vodafone Portugal, deixando esta de estar cotada em bolsa.

#### 2008

A Vodafone assume-se como o operador mais global de telecomunicações, não se confinando ao sector móvel.