



www.nokia.pt

A Nokia é uma empresa marcadamente social. As pessoas são a sua fonte inspiradora e as últimas beneficiárias da sua actividade. Tem a visão de um mundo onde podemos comunicar e partilhar experiências, usando tecnologias humanizadas, personalizadas e intuitivas. A Nokia adopta uma perspectiva humana relativamente às tecnologias, acompanhando os seus clientes, apostando na produtividade, na investigação, no desenvolvimento sustentável dos mercados e na protecção ambiental.

Valores da Marca

A Nokia é líder mundial no mercado da mobilidade, assumindo-se como "driver" do crescimento e da evolução das indústrias convergentes da Internet e das comunicações. Os valores da Nokia estão na base do seu sucesso; acreditar neles e trabalhar em concordância constitui um compromisso assumido pela Nokia perante os seus clientes e utilizadores, que são as pessoas mais importantes para a marca e cuja satisfação passa pelo conhecimento e antecipação das suas necessidades e desejos. Por outro lado, a Nokia é uma marca que nutre um elevado respeito por todas as pessoas e pelo meio ambiente, mantendo um espírito aberto face a tudo o que a rodeia. Aceitar novos desafios e procurar incessantemente alcançar os seus objectivos, são igualmente componentes do seu núcleo de valores, que ajudam a marca a criar produtos e soluções inovadoras e fáceis de usar. A Nokia pretende ser sinónimo de mudança, de criatividade e de inovação.

Produtos e Desenvolvimentos Futuros

A Nokia disponibiliza um vasto portfolio de dispositivos, soluções e serviços, que permite oferecer experiências enriquecidas nas áreas da imagem, música, navegação GPS, vídeo, televisão, jogos, Internet

e mobilidade empresarial. A marca está fortemente empenhada no desenvolvimento de plataformas de oferta de serviços e de conteúdos, que estejam disponíveis em qualquer lugar e a todo o tempo, e que possam ser acedidas através de um leque

alargado de dispositivos, incluindo terminais fixos e móveis. Foi com este propósito que nasceu o Ovi, uma plataforma de serviços globais online, que proporciona a partilha, gestão e organização da vida pessoal dos utilizadores, facultando a descoberta, organização e partilha de conteúdos, nas áreas da imagem, da navegação GPS, da música, dos jogos, ou do e-mail. Pilar central da actuação da Nokia, a gama de dispositivos móveis produzidos pela empresa apresenta-se bastante segmentada e diferenciada, indo ao encontro das necessidades mais específicas de todos os clientes da marca. Deste modo, a Nokia disponibiliza produtos que se destacam pelas capacidades multimédia, pelas funcionalidades de produtividade pessoal e empresarial, pelo estilo ou facilidade de utilização. Por outro lado, a Nokia dedica-se à criação de software e aplicações – destacando-se, nesta matéria, o software Nokia Series 60. Paralelamente, a marca também fornece equipamentos, soluções e serviços para redes de telecomunicações.



Mercado

O mercado de dispositivos móveis registou um crescimento exponencial durante a última década, com o surgimento de novos produtos, tecnologias, serviços e funcionalidades. A indústria das comunicações móveis revolucionou profundamente os relacionamentos entre as pessoas, moldando hábitos de vida e formas de trabalhar, servindo de alavanca para o desenvolvimento de novos mercados e modelos de negócio, e contribuindo para a construção de uma "sociedade móvel". A Nokia contribuiu, em larga escala, para a rápida evolução do mercado das comunicações móveis, impulsionando o crescimento e sustentabilidade do sector, através do desenvolvimento de dispositivos, soluções e serviços que permitem a concretização de experiências enriquecidas. A convergência das tecnologias conduziu ao desenvolvimento de novas soluções, nas quais a Nokia é líder de mercado: dispositivos móveis com câmaras digitais de elevada resolução, acesso de Banda Larga à Internet e ao e-mail, leitores de música e de vídeo; bem como tecnologias avançadas, tais como Mobile VoIP, WLAN, Bluetooth, UPhP, GPS; ou, ainda, serviços online de partilha de conteúdos multimédia, de jogos, de música, ou de navegação e mapas digitais avançados. Esta convergência representa novos desafios para a indústria das comunicações móveis, abrindo caminho para a oferta de soluções que dão resposta às necessidades dos operadores, das empresas, do sector e dos consumidores.

Comunicação

Comunicar é uma missão fundamental para a Nokia. "Connecting People" foi sempre e continua a ser a razão de existir da marca. Ligar as pessoas, proporcionar o contacto



entre elas, onde quer que estejam, e criar experiências através da comunicação móvel, são os principais objectivos da empresa. As "mãos Nokia" são a imagem de marca da empresa. Elas representam os seus valores centrais, na sua forma mais básica: aproximar as pessoas e todas as coisas importantes da vida. Por essa razão, a aposta incessante na Inovação está presente em todo o percurso, em todos os processos e em todas as realizações da Nokia, desde a sua génese, até aos dias de hoje e assim estará igualmente no futuro.

Vantagens Competitivas

A Nokia assume-se como uma marca social, oferecendo formas inovadoras de comunicação, de partilha de ideias e conhecimentos, e de acesso a novas experiências. Todos os dias – várias vezes por dia – cerca de mil milhões de pessoas em todo o mundo utilizam equipamentos Nokia como insubstituíveis ferramentas de gestão das suas tarefas mais fundamentais, a nível pessoal ou profissional, mantendo com eles uma relação pessoal, de afectividade e de "dependência". As pessoas vêem os seus dispositivos Nokia como uma extensão da sua personalidade, como uma ferramenta essencial para a gestão das suas tarefas profissionais e lúdicas, como um objecto de desejo pelo qual nutrem afecto e estima. Cada dispositivo móvel vem dotado das características essenciais aos consumidores que com eles se identificam, oferecendo-lhes uma série de possibilidades comunicativas e de partilha de conteúdos, que estão em linha com as necessidades do respectivo grupo-alvo. No fundo, trata-se de mudar o foco da relação com os consumidores do elemento "preço", para os elementos "benefícios" e "experiência de utilização".

Factos que desconhece

Nokia é o nome de um animal, de uma cidade e de um rio. Foi junto às margens do rio Nokia, que, em 1865, o engenheiro de minas Fredrik Idestam instalou uma fábrica de pasta de papel. A actividade da Nokia foi bastante diversificada, tendo passado pela produção de derivados de borracha (incluindo botas e pneus), produtos para o mercado da energia (como cabos eléctricos revestidos), aparelhos de electrónica de consumo e, finalmente, dispositivos de comunicação e serviços online.

1984

A Nokia lança o primeiro telefone portátil, o Mobira Talkman. Em 1987, surge o pioneiro Mobira Cityman, um "compacto" telefone de mão (custando 4.500€).

1994

Com o lançamento do telemóvel Nokia 2100, surge a famosa "melodia de toque" da Nokia, que se mantém como um forte sinal identificador da marca.

2002

A marca lança o seu primeiro telemóvel 3G, o Nokia 6650. Um ano mais tarde, aparece a N-Gage.

2007

A Nokia é reconhecida como a 5ª marca mais valiosa do mundo. Na mesma altura é lançada a Ovi.

1991

O Primeiro-Ministro finlandês realiza a primeira chamada móvel GSM do mundo, usando equipamento Nokia. Em 1992, surge o telemóvel Nokia 1011.

1999

O Nokia 7110 vem permitir o acesso a páginas WAP online.

2005

A empresa parte à conquista da Web 2.0, com a gama de "Multimedia Computers Nokia Nseries".

2008

Os três grupos de dispositivos móveis da Nokia, e as respectivas áreas horizontais de suporte, dão origem a um segmento de negócio integrado - Devices & Services.

music.nokia.pt

music.nokia.pt

music.nokia.pt