

מותג התקשורת orange התמודד בישראל במהלך 2009-2010 עם אתגרים שיווקיים מורכבים: הרחבת המותג ובניית מודעות לעולמות התוכן החדשים תוך שמירה על זהות המותג, שמירה על מובילות בסגמנטים ובקרב קהלי יעד שונים, ועליית מדרגה נוספת באיכות השירות

בסגמנט הצעירים השיקה פרטנר בתחילת 2010 את orange rockcorps: פרויקט פורץ דרך בעולם הקהילה והאחריות החברתית, שהפך את הנתינה לקהילה ל-COOL בקרב הדור הצעיר בזכות השילוב של אחריות חברתית ומוזיקה.

במסגרת הפרויקט התנדבו 13,500 צעירים בגילאי 14-30, במגוון פעילויות קהילתיות ברחבי ישראל, מצפון הארץ ועד דרומה, ונהנו ממופע סיום של הזמרת ריהאנה, שהופיעה בישראל במיוחד לכבודם.

הפרויקט היה סגור ללקוחות orange בלבד והפך את קבוצת לקוחות orange לנחשקת: כזו שצעירים וצעירות רצו להיות חלק ממנה.

בעולם התעריפים, השיקה פרטנר קונספט חדשני בשם orange be free, המאפשר לכ-3 מיליון לקוחות orange לדבר זה עם זה ללא הגבלה במסגרת תכניות ללא התחייבות.

בתחום השירות העצימה פרטנר באופן משמעותי את מספר נקודות המגע עם לקוחותיה עת השיקה את orange shops & stores, חנויות וקיוסקים בעשרות נקודות ברחבי ישראל לרבות קניונים מרכזיים. במקביל,

בנוסף, המעבר לפנייה מפולחת וממוקדת בקהלי יעד שונים העמיד בפני המותג משימה איתה התמודד בהצלחה בשנים האחרונות: פנייה מבודלת בעיקר לפי מאפייני גיל ומגזר.

המעבר מצריכת טלפונים פשוטים מדור 2-2.5 לטלפונים מורכבים יותר מדור 3-3.5 העמיד בפני פרטנר אתגר בתחום השירות, הן בתחום ההדרכה והן בתחום הטיפול בצידוד הקצה.

הפתרונות היצירתיים

החל מינואר 2009 תיקשר המותג ללקוחותיו בשפה אחת מובחנת ומבודלת את כל עולמות התוכן שלו, כאשר בכל אחד מתחומי הפעילות שובצו אלמנטים מאופיינים, שיצרו בולטות והעלו באופן הדרגתי את המודעות למותג ואת מידת הזיהוי החד משמעי שלו, על שלל ערכיו.

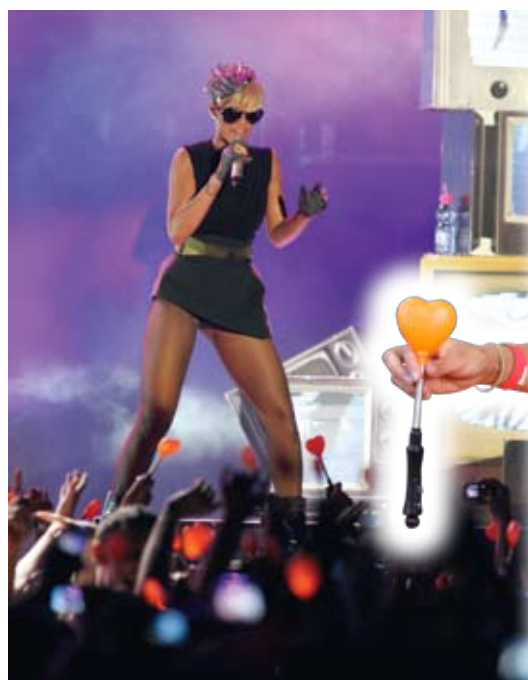
בתחום ה-Brand Relationship - טיפוח יחסים מותג-לקוח, השיקה פרטנר את orange be first, קונספט חדשני, המאפשר ללקוחות המותג ליהנות ראשונים מעולם שלם של חוויות לפני כולם (קולנוע, ספרות, אופנה, גאדג'טים ועוד).

הסביבה התחרותית

ב-2009-2010 הגדירה פרטנר מחדש את שוק התקשורת לאחר שנכנסה לתחום התקשורת הביתית: טלפון קווי ואינטרנט, השקת פורטל תוכן והעצמת הפעילות בגלישה סולרית עם net-on-key, המאפשר גלישה מהירה ורצופה בכל מקום עם הלפטופ האישי. בכך שינתה פרטנר את האוקיינוס שבו היא פועלת והרחיבה את סביבת התחרות שלה, ממפעילות סולריות בלבד לכלל חברות התקשורת.

האתגרים השיווקיים

האתגר המשמעותי שעמד בפני המותג orange היה הרחבת המותג ובניית מודעות לעולמות התוכן החדשים תוך שמירה על הזהות הברורה והמאפיינת של המותג. במקביל, נדרש המותג, כפי שעשה לאורך כל שנות פעילותו, לנהל מערכת יחסים עם לקוחותיו ולטפח אותם מתוך מטרה לשמר את נאמנותם ואת העדפתם, לרבות בניית מערכות יחסים עם הצעירים, אותו דור שייגדל עם המכשיר הראשון שבחר, ויהווה את בסיס הלקוחות של החברה בעתיד.





www.orange.co.il

דברים שלא ידעת על orange RockCorp

- 13,500 המתנדבים תרמו לקהילה יותר מ-54,000 שעות.
- בסך הכל בוצעו 250 פעילויות ב-90 ישובים ברחבי הארץ: אירוז מזון למשפחות נזקקות; קטיף ירקות והדרים; שיפוץ מרכזים קהילתיים, מתנ"סים, הוסטלים ומרכזים חמים לילדים; ניקוי חופים, נחלים ויערות; ניקוי וטיפוח גינות קהילתיות; מיון וסידור בגדים למשפחות נזקקות.
- המתנדבים השתמשו ב-19,200 ליטר צבע, 9,350 שתילים, 7,300 מטר צינורות השקיה, 6,750 כלי עבודה ו-150 טון סוף.
- במסיבת הסיום של הפרויקט, בהופעה מיוחדת של ריהאנה, נשבר שיא גינס, כשצולמה ותויגה התמונה הגדולה בעולם.



ובעתיד...

לפרטנר נכונו אתגרים רבים בעתיד לבוא נוכח שינויים טכנולוגים ורגולטורים הצפויים בשוק התקשורת בישראל. המותג orange יצליח את המשימות העומדות בפניו תוך התמקדות בצרכי לקוחותיו, טיפוח הקשר איתם ומתן תחושה של אקסקלוסיביות. במקביל, תמשיך פרטנר להשקיע בתחום השירות, שהינו בסיס להווייתה, ותאפשר ללקוחותיה ליהנות ממגוון הצעות ושירותים חדשניים, כמו גם ממוצרים בקדמת החדשנות הטכנולוגית.

הוקמה מעבדת שירות מרכזית המטפלת באופן מקצועי בציוד הקצה החכם של הלקוחות. **בעולם המגזרים** העמיקה פרטנר את פעילותה במגזר הרוסי, המהווה כיום כ-15% מתושבי מדינת ישראל. למגזר מיוחד ויצירתי זה, המאופיין בחתירה למצוינות, הושקו מספר פרויקטים: אולימפיאדת המתמטיקה המסורתית שנערכה זו הפעם העשירית ברציפות והזמינה את הלקוחות להוכיח את יכולותיהם בתחום, ו-orange bravo - המאפשר ללקוחות החברה להביע את כישוריהם היצירתיים בתחומים כמו מוזיקה, ציור, צילום וריקוד.



- | | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|
| <p>2010
השקת רשת החנויות, orange rockcorps, למען הקהילה, orange be first, גלישה סלולרית עם net-on-key ופרויקט orange bravo.</p> | <p>2009
השקת התקשורת הביתית של orange: טלפון קווי ואינטרנט.</p> | <p>2008
השקת פורטל התוכן של orange באינטרנט: סרטים, סדרות, מוסיקה, משחקים ועוד.</p> | <p>2004
הדור השלישי בשוק הסלולרי. orange משיקה את orange השלישי בשוק הסלולרי.</p> | <p>2001
הלקוח המיליון בישראל מצטרף ל-orange.</p> | <p>1999
השקת orange בישראל.</p> |
|--|--|--|--|---|--|