

קבוצת התקשורת סלקום מתמודדת עם המהפכה שעבר שוק התקשורת בישראל באמצעות הצעות ערך משולבות ללקוחות החברה, חדשנות, חיזוק מנועי צמיחה מגוונים ושמירה על ערך המשפחתיות שמזוהה עם המותג

הליכה שלה. כיום, את מרבית הפעילות בתחום מרכזות ארבע קבוצות תקשורת, שסלקום היא אחת מהן, שמספקות לצרכן מגוון שירותים. לצידן פועלים מספר שחקנים קטנים יותר שמתמחים בתחום צר יותר של שירותים כדוגמת שיחות סלולריות או שיחות בינלאומיות.

האתגרים השיווקיים

האתגר הגדול בפניו ניצבה סלקום היה שימור עוצמתה של החברה גם בעידן התחרות החדשה, תוך שימור תדמיתה כמותג ישראלי אהוד, מוערך ומועזף, ושמירה על בידול המותג אל מול המתחרים הקיימים והמתחרים החדשים. אתגר נוסף של החברה היה להמשיך ולפתח מנועי צמיחה חדשים, בשל התעצמות התחרות והצורך לחזקה כקבוצת תקשורת מובילה ולא רק כחברת סלולר.

הפתרונות היצירתיים

על מנת לענות על האתגרים פעלה השנה סלקום בשני מישרים מרכזיים:

שמים את המשפחה הישראלית במרכז. ערך ה"משפחה" ליווה את סלקום מאז היווסדה. בשנת 2008 חוזק המסר הזה באמצעות קמפיין רחב היקף תחת הסלוגן "המשפחה הסלולרית הגדולה בישראל". כחלק מהיערכותה של החברה לתחרות בשוק, זיהו מחקרים פנימיים מגמה של חזרה למשפחה הגרעינית ותפיסתה כיחידה כלכלית עצמאית.

סלקום טוטאל - ניצול הסינרגיה של קבוצת סלקום ליצירת בידול מול התחרות. בסלקום הבינו, שתפקידו של המותג הוא לשמור על ערך הקטגוריה וליצור העדפה מותנית, שהיא מעבר למחיר בלבד. הפתרון של סלקום היה מתן ערך אמיתי לכל צרכי התקשורת של הלקוחות, באמצעות השקת מהלכים שיווקיים ממוקדי משפחה, שהגיעו לשיאם עם השקתו של שירות "סלקום טוטאל" - תוכנית משפחתית בעלות חודשית של 349 ש"ח. התוכנית כוללת שלושה קווי סלולר ללא הגבלה (שיחות לארץ,

התפיסה השיווקית והעסקית של סלקום, שמלווה אותה מתחילת דרכה, מתבססת על ערכים של ישראליות, משפחתיות וקשר בין אנשים.

הסביבה התחרותית

כאופן מסורתי, בעשור האחרון פעלו בשוק התקשורת הסלולרית בישראל ארבעה מפעילים. בשנת 2012, בעקבות התערבות רגולטורית רחבת היקף, נפתח השוק למתחרים חדשים, וחוקי המשחק בתחום הסלולר השתנו מן הקצה אל הקצה. כתוצאה מכך, גבולות הגזרה של חברות התקשורת השתנו, וכל אחת מהן מתפתחת כיום לזירות נוספות מעבר לתחום

חברת סלקום נוסדה בשנת 1994 כמפעילת הסלולר השנייה בישראל, לאחר שנים בהן פעלה חברה אחת בלבד בקטגוריה, ובכך הנגישה את השירות לקהלים נרחבים. כיום, סלקום מספקת מגוון רחב של שירותים לכ-3.3 מיליון לקוחות.

בסוף שנת 2011 הושלם המיזוג של סלקום עם חברת 013 נטוויזין, ובכך הפכה סלקום לאחת מקבוצות התקשורת הגדולות בישראל, המספקת פתרונות תקשורת מלאים ללקוחות פרטיים ועסקיים - החל משירותי סלולר, דרך שיחות בינלאומיות, אינטרנט וטלפוניה קווית, וכלה בפתרונות תקשורת מתקדמים לעסקים כגון אחסון בענן, אבטחת מידע, מרכזיות IP וכדומה.



3

מנויי סלולר
ללא הגבלה

טלפון ביתי
ללא הגבלה

אינטרנט ביתי
10Mb

שיחות לחו"ל
ללא הגבלה

סלקום טוטאל

"סלקום היא בעלת ההתנהלות הצרכנית הטובה ביותר מכל חברות הסלולר"

מקור: דוח אמון הציבור רבעון 4 2011



ווליום



שיחות לחו"ל, הודעות טקסט וחבילת אינטרנט עם מהירות משתנה, טלפון קווי ללא הגבלה (שיחות לארץ ושיחות לחו"ל ליעדים מוגדרים) וכן חיבור אינטרנט של 13 סט נטוויז'ן במהירות של עד 10MB כולל נתב אלחוטי.

מהלך "סלקום טוטאל", שעורר עניין עם השקתו

בשוק התקשורת הישראלית, זכה לאהדה רבה בקרב הלקוחות, ומכיוון שהוא ניצל את הסינרגיה של נותני השירותים בקבוצת סלקום להצעת ערך כוללת של פתרונות תקשורת, הוא הניע לקוחות רבים להצטרף לסלקום ולרכוש את החבילה.

דאטה וגלישה סלולרית. אחד התחומים המתפתחים ביותר בעולם הסלולר הוא נושא הגלישה הסלולרית והדאטה. זאת, כתוצאה מהתפתחויות טכנולוגיות אשר הפכו את הטאבלטים והסמארטפונים לנגישים יותר, זאת ביחד עם צורך שקיים אצל הצרכנים להיות מחוברים תמיד, בין אם לצורכי עבודה או לצורכי פנאי.

קצב השדרוג לסמארטפונים בשוק הסלולר בישראל גדל בעשרות אחוזים בשנתיים האחרונות, כאשר

עיקר השינוי הוא בעולם הטאבלטים,

תחום אשר גדל במאות אחוזים

בשנה האחרונה בלבד.

היקף הגלישה

הסלולרית

בישראל גדל

אף הוא

כמאות אחוזים בשנתיים האחרונות. במטרה להיערך לשימוש ההולך וגדל בגלישה הסלולרית ובצריכת הדאטה, שידרנה סלקום את הרשת הסלולרית שלה, וכיום היא מספקת ללקוחותיה מהירות גלישה מירבית של עד 42Mbps.

במקביל, מציעה סלקום חבילות משולבות של

טאבלט וחבילת גלישה, ברמות מחיר שונות. נכון להיום,

סלקום היא חברת התקשורת היחידה בישראל, המשווקת

את ה-New iPad עם אפשרות גלישה סלולרית.

ובעתיד...

סלקום תמשיך לפעול ליצירת שירותים חוצי עולמות, שניתן לצרוך במספר מסכים שונים, וזאת במקביל להשקת הצעות משתלמות לצרכנים, המשלבות בחבילה אחת גם מכשירים סלולרים כמו גם מכשירים חכמים נוספים. בנוסף, סלקום כוונת את כניסתה לשוק ה-IPTV (שירותי טלוויזיה דיגיטליים על בסיס תשתיות פס רחב), ובמקביל כוונת בחברה את פיתוחו של הארנק הסלולרי.

דברים שלא ידעת על סלקום

- סלקום זכתה השנה במדד אמון הציבור, וז הפעם שלישית ברציפות.
- במהלך השנים הקימה סלקום 12 מרכזי ווליום - מקרית שמונה ועד אילת, שנועדו לעודד את היצירה המוזיקלית הישראלית בקרב בני נוער. עד היום השתתפו בפעילות כמאה אלף בני נוער, ובזכות פעילות המרכזים נוסדו כמאה הרכבים ולהקות.
- בפסטיבלי המוסיקה "ווליום" של סלקום, שנערכו ברחבי הארץ לאורך השנים, השתתפו כ-250 אלף בני נוער.

משפחה קטן וטוב למשפחה



- 1994** סלקום מוקמת כחברת הסלולר השנייה בישראל.
- 2004** סלקום משיקה רשת דור 3.
- 2007** החברה מונפקת בבורסת ניו יורק.
- 2007** שלושה מיליון הלקוחות.
- 2011** מושלם המיזוג עם 13 סט נטוויז'ן ונוצרת קבוצת תקשורת אחת.
- 2012** השקת סלקום טוטאל - חבילת שירותי תקשורת מלאה לכל המשפחה.