

**TELEFONIA DIALOG S.A.**

**KONFERENCJA PRASOWA**

9 listopada 2006

# Odbiorcy

## 4 grupy odbiorców usługi DialNet

*(podział i nazewnictwo własne)*

- „Hard user”- korzysta z dostępu szerokopasmowego i dużo dzwoni
- „Soft user”- korzysta z dostępu szerokopasmowego, dzwoni sporadycznie
- „Software user”- korzysta z dostępu szerokopasmowego, rozmawia za pośrednictwem technologii VoIP
- „Mobile user”- korzysta wyłącznie z usługi dostępu szerokopasmowego

## Obecna oferta

- Rodzina usług „TelePakiety DSL”
- Rodzina usług „DialNet”
- Rodzina usług „NewFon@DSL”
  - przepływności od 512kbps do 2Mbps
  - pakiety od 60 do 300 minut

# TelePakiety DSL – nowa oferta

**Dostęp szerokopasmowy + darmowe rozmowy przez telefon**

## **Najważniejsze zmiany:**

- umowa na czas nieokreślony lub przez 12, 24 i 36 miesięcy
- nielimitowany dostęp do Internetu w technologii ADSL z prędkością 512 kbps, 1 Mbps lub 2Mbps
- pakiety 60 lub 180 minut na połączenia lokalne i międzystrefowe do wszystkich krajowych sieci stacjonarnych i wybranych zagranicznych
- darmowe weekendy już od 18.00 w czwartek

# TelePakiety DSL – nowa oferta

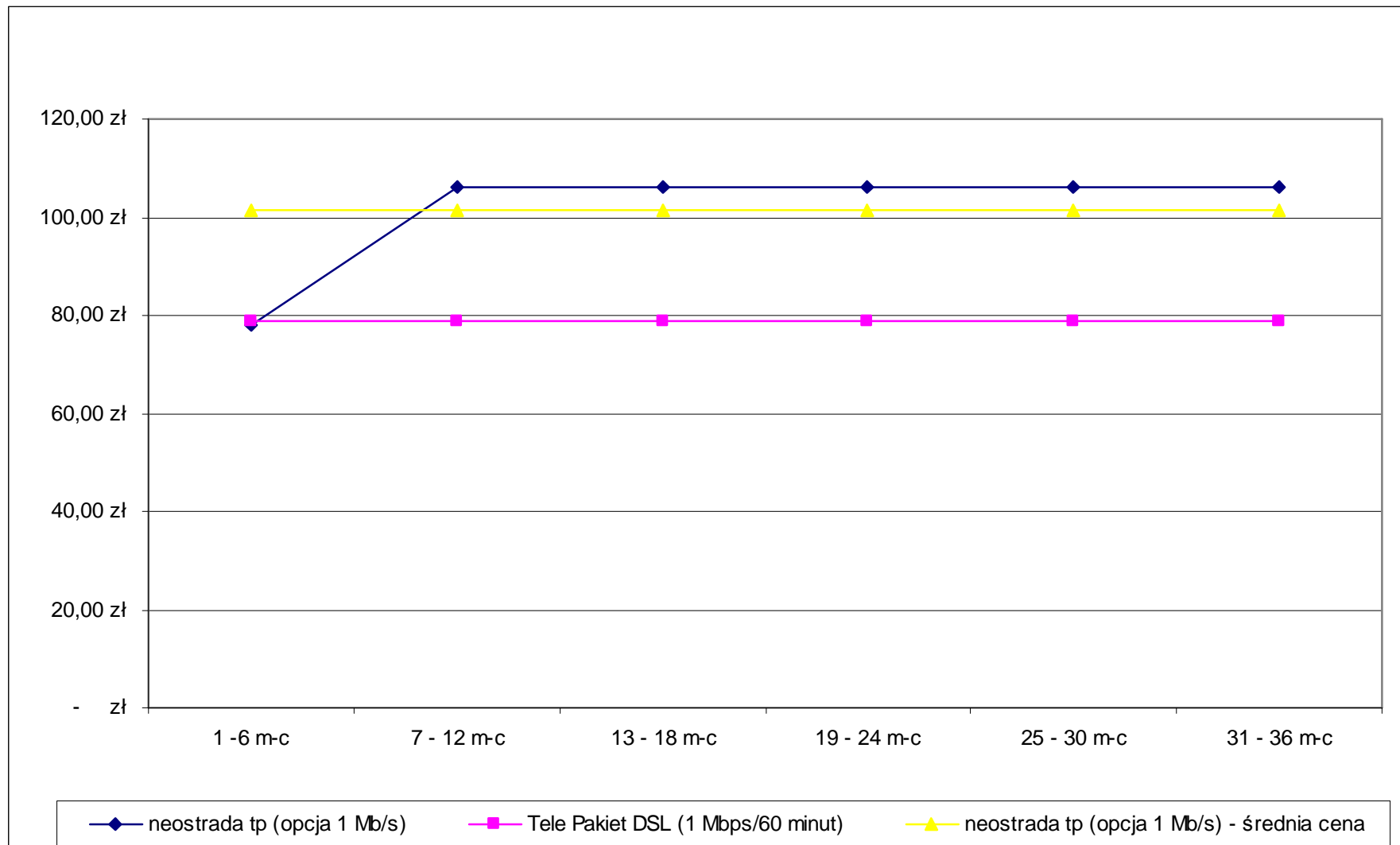
**Dostęp szerokopasmowy + darmowe rozmowy przez telefon**

## **Korzyści:**

- za dostęp do Internetu opłata już od 24 zł przez cały okres trwania umowy
- brak limitów w ilości pobieranych i wysyłanych danych
- opłaty za pakiet 60 lub 180 „darmowych” minut już od 45 zł
- darmowe połączenia każdego dnia już od godz. 18.00 i w weekendy - a weekend zaczyna się w Dialogu już od czwartku
- gwarancja tej samej ceny po zakończeniu umowy



# TelePakiety DSL – nowa oferta



# DialNet – nowa oferta

**Dostęp szerokopasmowy - usługa podstawowa**

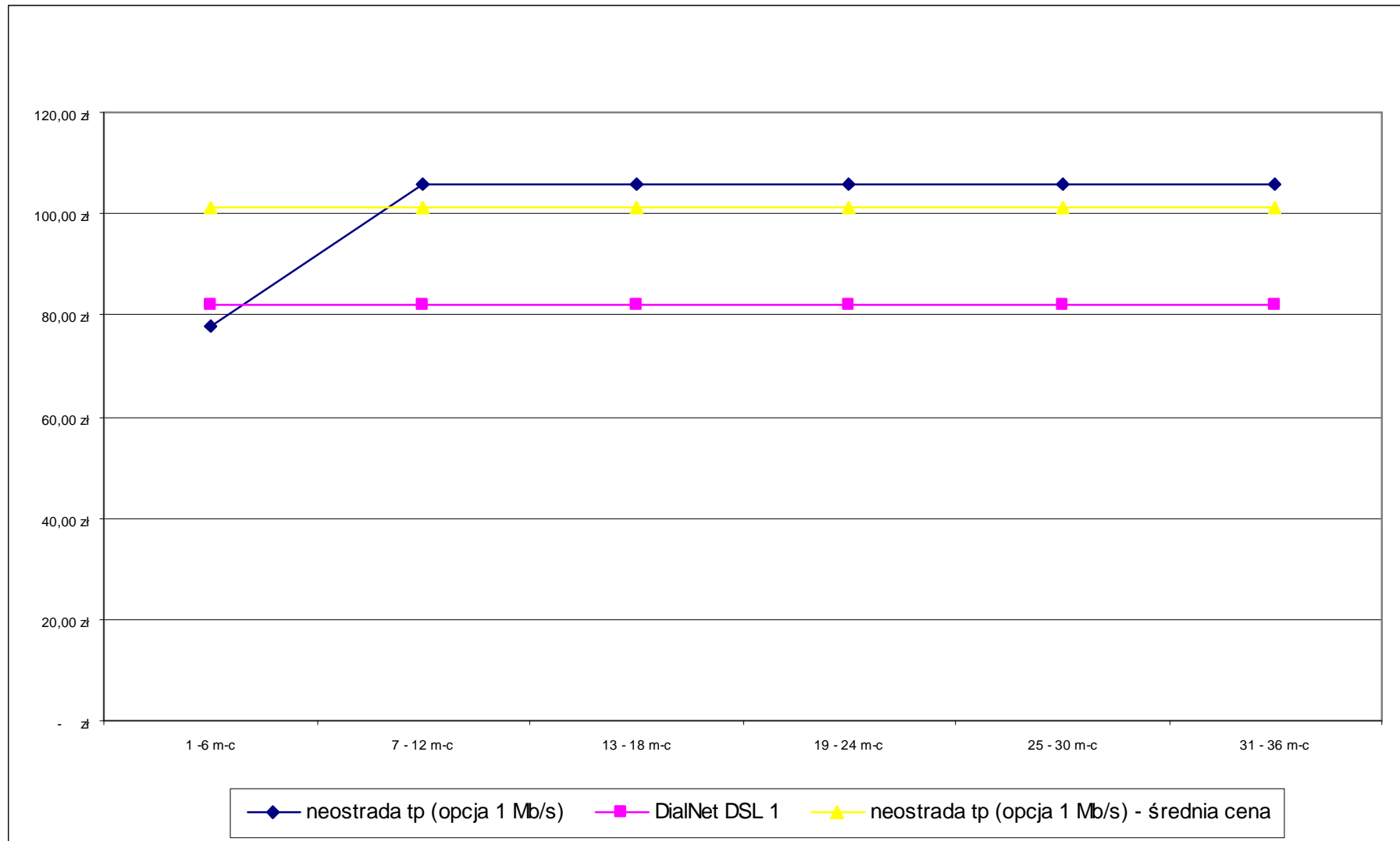
## **Najważniejsze zmiany:**

- umowa na czas nieokreślony lub przez 12, 24 i 36 miesięcy
- nielimitowany dostęp do Internetu w technologii ADSL z prędkością 512 kbps, 1 Mbps, 2 Mbps lub 3Mbps

## **Korzyści:**

- cena przez cały okres trwania umowy jest stała
- każdy wariant usługi dostępny we wszystkich planach taryfowych, nawet z najtańszym abonamentem za 23,18 zł
- gwarancja tej samej ceny po zakończeniu umowy

# DialNet – nowa oferta





# NewFon@DSL – nowa oferta

**Dostęp szerokopasmowy + telefonia internetowa  
(bez linii telefonicznej!)**

## **Najważniejsze zmiany:**

- umowa na czas nieokreślony lub przez 12, 24 i 36 miesięcy
- nielimitowany dostęp do Internetu w technologii ADSL z prędkością 512 kbps lub 1 Mbps
- pakiety 120 lub 300 minut na połączenia lokalne i międzystrefowe do krajowych sieci stacjonarnych oraz na połączenia międzynarodowe do sieci stacjonarnych wybranych krajów .
- modem ADSL w dwóch wersjach

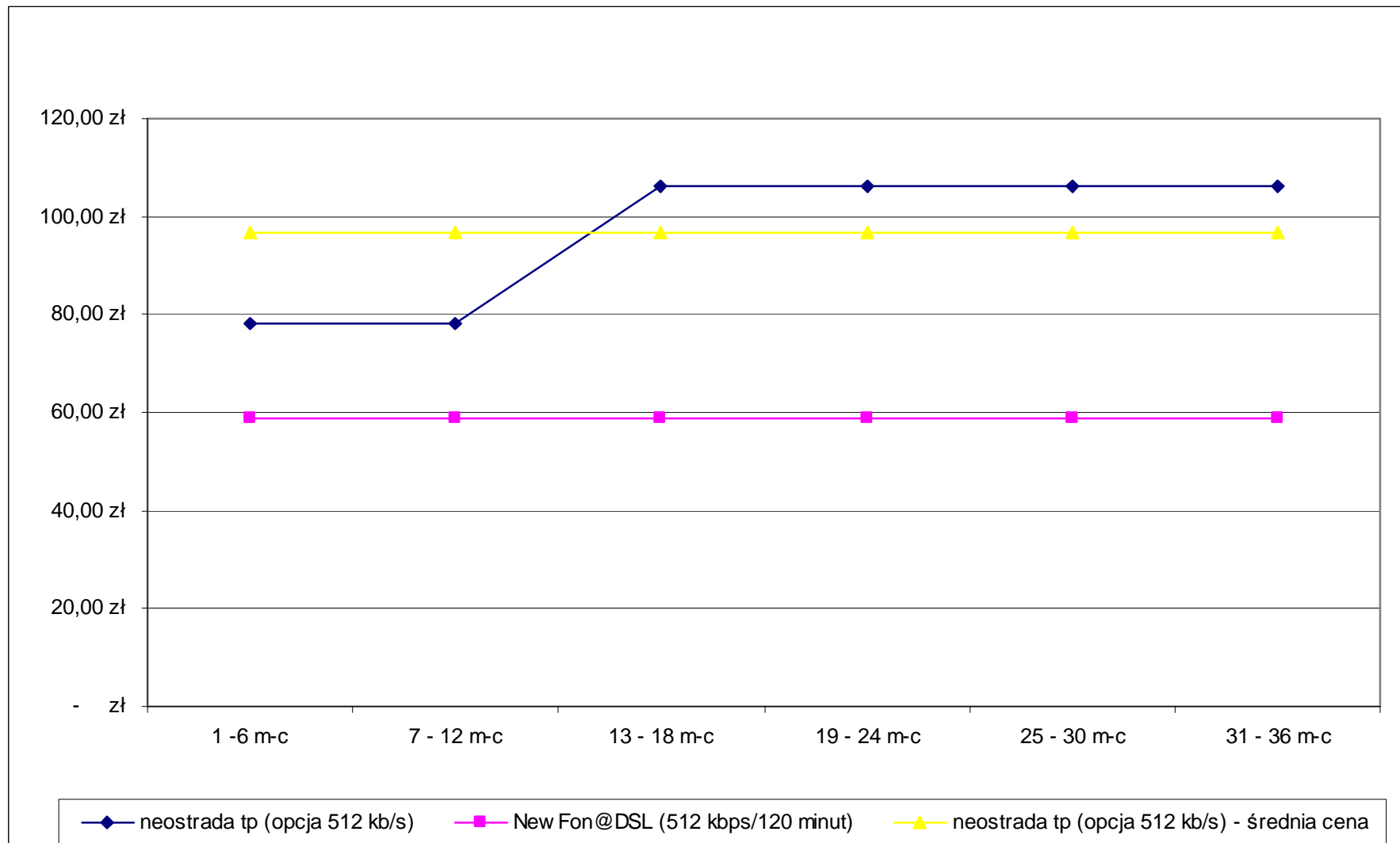
# NewFon@DSL – nowa oferta

**Dostęp szerokopasmowy + telefonia internetowa  
(bez linii telefonicznej!)**

## **Korzyści:**

- brak konieczności posiadania telefonu stacjonarnego i opłacania abonamentu telefonicznego
- pakiet 120 lub 300 darmowych minut do wykorzystania.
- brak limitów w ilości pobieranych i wysyłanych danych
- gwarancja tej samej ceny po zakończeniu umowy

# NewFon@DSL – nowa oferta



# DialNet - kierunki rozwoju

- **styczeń 2007** - usługi szerokopasmowe bez telefonu
- **luty 2007** - możliwość samodzielnej zmiany przepływności usługi
- **kwiecień 2007** - Dialog media – DialNet jako składowa pakietu Triple Play
- **połowa 2007** - usługi szerokopasmowe dostępne dla abonentów TP S.A.



# Kampania promocyjna

9 listopada 2006

## Wnioski z badań do komunikacji

- Mamy do czynienia z bardzo szeroką grupą celu. Są to ludzie w różnym wieku, o różnym statusie materialnym oraz poziomie wykształcenia, niemal z każdej grupy zawodowej.
- Sytuacja materialna grupy docelowej oraz ich własna ocena tejże sytuacji decydują o tym, że w przekazie reklamowym na pierwsze miejsce wysuwa się argument **„oszczędności, stabilności i atrakcyjności cenowej”**
- mała wrażliwość na sztukę i aspekty kulturalne w ich życiu sugerują, że **przekaz sprzedażowy winien stronić od zbyt wyemancypowanych elementów wizerunkowych**, a skoncentrować się na przekazaniu najistotniejszych argumentów racjonalnych w sposób **konkretny, jasny i czytelny!**

# Charakter / klimat przekazu

Do naszej Grupy Docelowej mówimy:

**Wiarygodnie**

**Czysto**

**Jasno przekazując główne benefity i atuty  
sprzedażowe**

**Stroniąc od „języka wirtualnych emocji”,  
Koncentrując się na ważnych dla Grupy faktach!**



# Strategia komunikacj



# Prawda o rynku

- **Potrzeba naszej Grupy Docelowej:**

Chcę mieć transfer nieograniczony ilością danych!  
Nie chcę mieć zablokowanych innych usług! Nie chcę też mieć nakazu założenia konkretnego abonamentu telefonicznego, żeby móc podłączyć Internet! Chcę, żeby mój Internet był bezawaryjny.  
Chcę mieć pewność, że oferta na którą się decyduję jest uczciwa i stała – nie chcę nigdy czuć się oszukiwany!  
Chcę, żeby po podpisaniu umowy nadal traktowano mnie z szacunkiem i zainteresowaniem jako Klienta!

- **Odpowiedź konkurencji:**

- TPSA/ Najlepszy domowy Internet
- Chello / Superszybki i stały Internet
- Multimedia/Szybki i tani Internet
- Aster/Domowe centrum świata
- Netia/Stały i szybki dostęp do Internetu
- ISP/Szybki i pewny dostęp do Internetu

- **Cała prawda (realna oferta)**

TPSA- zводnicza oferta cenowa, ograniczenie transferu danych, 28 zł tylko przez pierwszy rok, brak wysokiego poziomu obsługi po podpisaniu umowy.

Chello- ograniczenia transferu danych, wymagania sprzętowe.

Multimedia- bardzo częste spowolnienia łącza.

Aster- dobrze oceniany dostęp do Internetu, ale wysokie ceny.

Netia- bardzo powolny transfer.

ISP- niska cena kosztem jakości

Nasze realne przewagi – esencja komunikatu

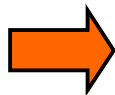
**DialNet - nieograniczony dostęp do szybkiego i niezawodnego Internetu w stałej cenie przez cały okres trwania umowy**

# Wnioski ogólne

## Wnioski z analizy grupy celu:

Chcę mieć transfer nieograniczony ilością danych!  
 Nie chcę mieć zablokowanych innych usług! Nie chcę też mieć nakazu założenia konkretnego abonamentu telefonicznego, żeby móc podłączyć Internet! Chcę, żeby mój Internet był bezawaryjny.  
 Chcę mieć pewność, że oferta na którą się decyduję jest uczciwa i stała – nie chcę nigdy czuć się oszukiwany!  
 Chcę, żeby po podpisaniu umowy nadal traktowano mnie z szacunkiem i zainteresowaniem jako Klienta!

Chcę po prostu dobrej i uczciwej oferty!



## Wnioski z analizy konkurencji:

Nie ma wśród całej konkurencji, silnego, wyraźnego gracza, który spełniłby wszystkie oczekiwania grupy docelowej.

- jeżeli spełniony jest parametr jakości i szybkości, nie są zachowane warunki cenowe (TP SA).
- jeżeli cena i jakość są do przyjęcia, transfer danych jest limitowany (Chello)
- jeżeli brak jest limitu i cena jest dostatecznie niska, występują problemy z jakością (ISP)

Zawsze coś jest nie tak...



## Wnioski z analizy marki DialNet:

- Bardzo wysoka i stała jakość usługi (nowoczesna, własna infrastruktura)
- Brak ograniczenia transferu danych
- Szerokie pasmo dostępne: od 512 kb/s do 8 Mb/s.

Stać cena usługi także po zakończeniu trwania umowy (bez marketingu z „\*”).

Po prostu dobra i uczciwa oferta!



# Brand Pyramid

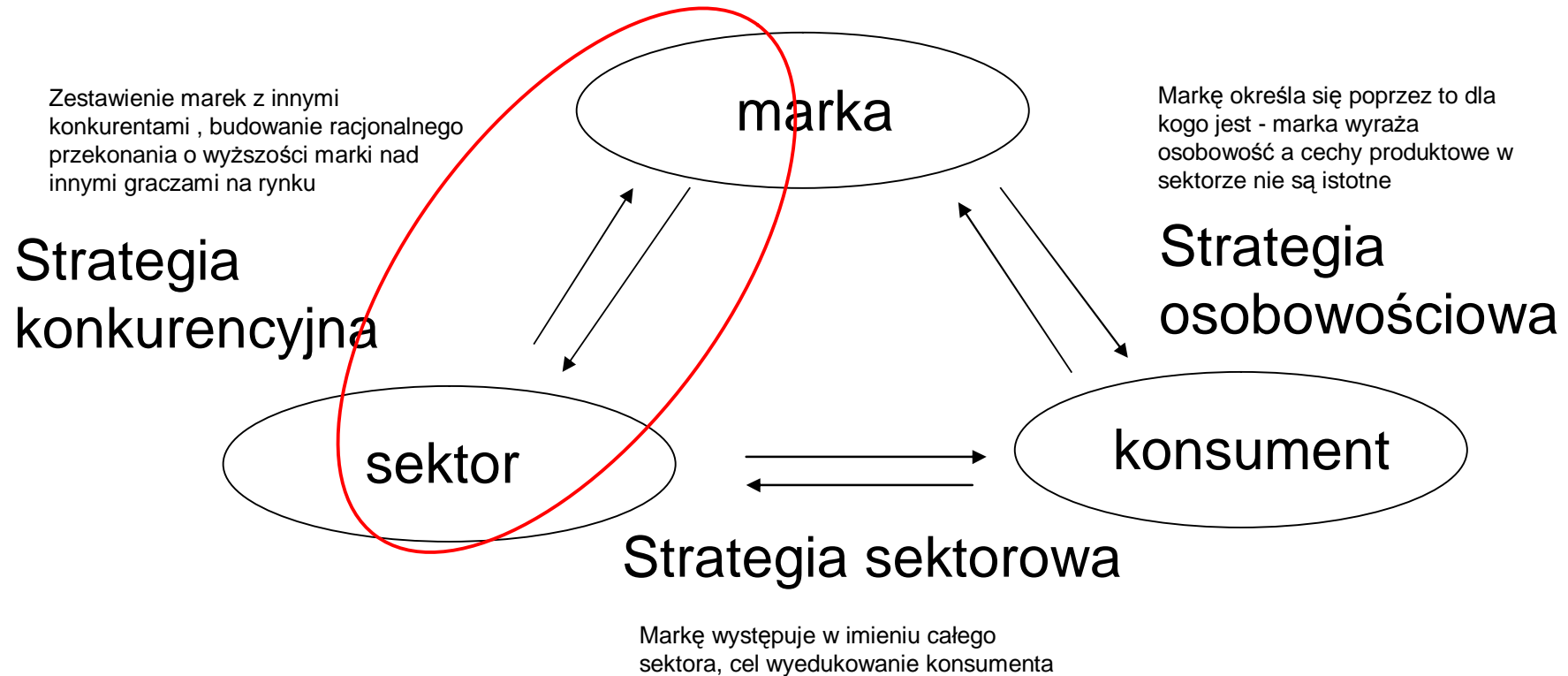
## Dialog

<b>Umbrella</b>	
<b>Image</b>	Pewny, niezawodny, nowoczesny, dostępny cenowo dostawca rozwiązań telekomunikacyjnych (jakość do ceny również w porównaniu z konkurencją),
<b>Competence</b>	Zadowolony konsument - w trakcie całego czasu korzystania z oferowanych rozwiązań. Dialog, to więcej możliwości niż daje konkurencja
<b>Positioning</b>	Gwarancja jakości i ceny, nie tylko w okresie promocji. Gwarancja uczciwości.
<b>Umbrella rational benefit</b>	Dialog to nowoczesny dostawca wielu niezawodnych rozwiązań telekomunikacyjnych w korzystnej cenie, bez niespodzianek
<b>Range (sub brands)</b>	<b>DialNet</b>
<b>Rational benefits</b>	Dzięki DialNet mam większą swobodę korzystania z bogatych zasobów sieci (multimedia, radio, telewizja internetowa) i nie martwię się, że moje połączenie podczas rozmowy telefonicznej zostanie zerwane lub jakość połączenia obniżona. To również gwarancja stałej ceny, która nie wzrasta po zakończeniu promocji.
<b>RTB</b>	Nowoczesna technologia, nowe, własne linie przesyłowe, stała gwarantowana prędkość dostępu. Nowoczesne, nie skażone przeszłością podejście do Klienta.
<b>USP</b>	Dialog - więcej możliwości, DialNet - więcej możliwości... w Internecie
<b>Emotional benefit</b>	Dzięki DialNet jestem obywatelem świata - czuję się na czasie, bo mogę swobodnie korzystać ze wszystkich zasobów jakie niesie Internet
<b>Execution</b>	Nowoczesny wizerunek, lekki przystępny język

# Strategia komunikacji

**Jak to osiągnąć?**

# Jak to osiągnąć?



# Założenia do kreacji

## Obowiązkowa treść:

- Cena
- Jakość
- Pasm
- Nielimitowany transfer
- Stabilność

## Sugerowana forma:

- Przekaz emocjonalny
- Dowcipna kreacja porównawcza
- Zabawa kontrastem
- **Ambasador Marki**
- Dynamiczna technologia

## Gwarantowany efekt (czyli emocje i wrażenia, które przypisane zostaną Marce DialNet):

- **Zadowolenie**
- **Relaks**
- **Brak ograniczeń**
- **Satysfakcja**
- Zabawa
- Fun
- **Duma, Prestiż**
- **Poczucie bezpieczeństwa**
- **Poczucie stabilności**



# Kampania



**Cel kampanii:** poinformowanie potencjalnych klientów o usłudze szerokopasmowego dostępu do internetu DialNet

**Czas trwania:** listopad – grudzień 2006

**Copywriter:** Butik Kreatywny Szczepanik & Żukowski

**Reżyseria:** Marcin Ziębiński

**Studio:** ITI Film Studio



# Niedościgniony domowy Internet

*Paweł Korzeniowski  
Mistrz Świata i Europy*

*Paweł Korzeniowski*

**DIALOG**telecom

**dialnet**

- superszybkość
- nielimitowany transfer
- stała atrakcyjna cena

[www.dialnet.pl](http://www.dialnet.pl)



**TELEFONIA DIALOG S.A.**

**KONFERENCJA PRASOWA**

9 listopada 2006