

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

TELEFÓNICA INNOVA EN SU OFERTA PARA INCREMENTAR SU RELACIÓN CON LOS CLIENTES Y LLEGAR A NUEVOS SEGMENTOS

- **“La estrategia que hemos puesto en marcha ha dado sus frutos; hemos escuchado al cliente, identificado nuevas necesidades y queremos seguir ganando relevancia en sus vidas”, señala Emilio Gayo**
- **Movistar lanza Priority, un servicio destinado de inicio a 1,5 millones de clientes con atención priorizada, un experto tecnológico a su servicio, ventajas en equipamiento y experiencias únicas**
- **Los clientes de Fusión podrán contratar acceso a internet para segundas residencias desde 15 euros al mes**
- **Movistar mantendrá su apuesta por los mejores contenidos para capturar el crecimiento de la televisión de pago y lanza un servicio OTT con una oferta básica de contenidos originales, deporte y ficción por ocho euros mensuales**
- **Movistar diversifica su oferta con nuevos servicios de financiación al consumo (Movistar Money), conectividad del vehículo (Movistar Car) y seguros**

Madrid, 25 de abril de 2019.- El presidente de Telefónica España, Emilio Gayo, presentó hoy en rueda de prensa las claves de la estrategia que va a desarrollar la compañía en los próximos trimestres, con una oferta diversificada que tiene como objetivo ganar relevancia en la vida de los clientes con nuevos servicios y propuestas que permitan capturar las oportunidades de crecimiento que se presentan en el mercado español.

“La estrategia puesta en marcha en los últimos tiempos ha dado sus frutos. En 2018, Telefónica España recuperó la senda de crecimiento de los ingresos. Ya llevamos siete trimestres creciendo en ingresos en el segmento residencial y tres en el de empresas, y queremos continuar esa senda, para lo cual ahondaremos en la estrategia establecida y profundizaremos en ella para ganar relevancia en la vida de nuestros clientes”, destacó el presidente de Telefónica España.

“Hemos dedicado tiempo a escuchar al cliente, hemos identificado algunas de sus necesidades y planteamos ahora propuestas para intentar atenderlas. No nos podemos conformar con lo hecho y tenemos que seguir construyendo la compañía que queremos ser y que nuestros clientes demandan”, añadió Emilio Gayo.

En los últimos años, Telefónica ha llevado a España a ser un referente mundial en despliegues de redes de última generación, tanto fijas como móviles, popularizando la televisión de pago y con una estrategia multimarca (Movistar, O2 y Tuenti) para atender a los distintos segmentos de clientes.

Y, en el mundo de los servicios digitales para empresas, Telefónica España va camino de construir un unicornio, tras consolidar un crecimiento de doble dígito durante 2018 en ingresos de TI, que se situaron en 860 millones de euros. “Queremos ser el partner de referencia en la transformación de las empresas con ofertas en cloud, seguridad, big data, IoT y espacios digitales”, afirmó Gayo.

Nuevas iniciativas para satisfacer al cliente

Con esos ejes ya construidos como referencia, el presidente de Telefónica España desglosó una serie de iniciativas que la compañía va a poner en marcha en los próximos trimestres para ganar relevancia en la vida de los clientes mediante una diversificación de la oferta de productos y servicios.

La primera de ellas se fundamenta sobre la calidad del servicio al cliente. “Telefónica España detenta los mayores grados de satisfacción y fidelidad de clientes del mercado”, indicó Gayo, “y queremos ir a más. Por eso, en junio lanzaremos Priority, una nueva forma de relacionarnos con nuestros clientes que pondremos, inicialmente, al servicio de 1,5 millones de clientes de Fusión”.

Priority se fundamenta en dos ejes:

- Elevar el nivel de atención que se presta a los clientes, con atención priorizada y personalizada, agentes especializados y experiencia diferencial en tienda.
- Intentar superar lo que el cliente espera, ofreciéndole un experto tecnológico para ayudarle en gestiones ordinarias de su hogar, condiciones preferentes en la adquisición de equipamiento Movistar y priorizando su participación en experiencias promovidas por la compañía.

Internet para las segundas residencias

La segunda de las iniciativas persigue incrementar el nivel de relación de los clientes de Movistar con la compañía. Para ello, en junio se lanzará Internet Segunda Residencia, una nueva oferta de Banda Ancha Fija destinada a cubrir el acceso a internet en segundas residencias de clientes de Fusión.

“La filosofía de esta iniciativa redundará, además, en ofrecer unas mejores condiciones a aquellos clientes que tienen una mayor relación con Movistar, de forma que quienes están en los paquetes más completos podrán disfrutar de acceso a internet en su segunda residencia a menor precio”, explicó Emilio Gayo.

De este modo, quienes están en el paquete Fusión Total Plus podrán acceder a internet en su segunda residencia por apenas 15 euros al mes. El precio será de 20 euros mensuales para los clientes Fusión Total y de 30 euros al mes para el resto de clientes de Fusión.

Reforzar la apuesta por la televisión

“La tercera de las iniciativas se construye alrededor de la apuesta de Movistar por la televisión”, señaló Gayo, “una apuesta que se ha demostrado de éxito y que ha llevado a que más del 80% de los clientes de banda ancha vean nuestros contenidos; que ha cambiado la forma en la que los ciudadanos ven la televisión, y en la que vamos a ahondar en el futuro para seguir popularizando la televisión de pago entre los españoles hasta acercarla a los niveles de los países de nuestro entorno”.

“Estamos en disposición de ofrecer la oferta más completa, con el universo de producción original de Movistar en programas de actualidad, en series -donde mantendremos la apuesta con el estreno de 13 series este año-, y entrando en el cine; con una oferta incomparable en deporte; con alianzas con los grandes productores internacionales, y con el acceso a funcionalidades diferenciales”, afirmó Gayo.

“Queremos que todos nuestros clientes convergentes se incorporen a la oferta de televisión de Movistar y, además, ir un paso más allá. Queremos universalizar nuestra televisión de pago con el lanzamiento en junio de una nueva oferta OTT abierta a no clientes de Movistar”, añadió Gayo.

La oferta de televisión OTT de Movistar tendrá un precio de ocho euros mensuales y dará acceso a disfrutar de los contenidos originales de Movistar+ que se ofrecen en #0 y #Vamos, a los eventos deportivos más relevantes que se ofrecen en este canal, a Movistar Series y Movistar Seriesmanía, y a un catálogo de 300 series y documentales, 270 películas y 60 programas en servicio bajo demanda con contenidos propios y de terceros.

Diversificación para ganar relación con el cliente

Y, finalmente, hay una cuarta palanca de crecimiento sobre la base de la digitalización y de la relación con los clientes en la que se quiere profundizar ofreciendo una serie de nuevos servicios bajo la enseña Movistar.

Una primera realidad en este segmento es Movistar Money, que vio la luz de forma generalizada para la base de clientes de Movistar este mes de abril y que entra en el

mundo de la financiación de gastos de consumo de las familias con préstamos de hasta 3.000 euros.

Durante el segundo trimestre de este año verá la luz Movistar Car, una iniciativa que permite dotar de conectividad wi-fi al coche, hacer del vehículo un elemento conectado con aviso a emergencias en caso de accidente, alertas de averías y ofertas en combustible o mantenimiento, entre otros. Asimismo, a la vuelta del verano Movistar irrumpirá en el negocio de seguros.

“Tenemos un reto apasionante por delante”, finalizó Emilio Gayo, “y queremos aprovecharlo. Como dice nuestra misión, queremos hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas”.