

NACE YOIGO, LA ALTERNATIVA FÁCIL Y SENCILLA DE TELEFONÍA MÓVIL EN ESPAÑA

La compañía adjudicataria de la cuarta licencia de telefonía móvil en España lanzará su oferta comercial antes de final de año bajo la marca Yoigo

Madrid, 26 de octubre de 2006 – Hoy se anuncia Yoigo, la enseña comercial bajo la que operará Xfera Móviles. Yoigo empezará a comercializar sus servicios antes de final de año. La identidad gráfica de la compañía se ha presentado en el marco de un encuentro con medios de comunicación de Johan Andsjö, Consejero Delegado de Yoigo; y Angel García Altozano, Presidente. Ambos ejecutivos dieron a conocer Yoigo en un evento que contó con la asistencia del Consejo de Administración de la compañía, incluyendo al vicepresidente de TeliaSonera, Kenneth Karlberg.

“Los expertos dicen que una marca es una promesa al consumidor, pues bien, nosotros traemos hoy aquí una promesa con el primer objetivo de no defraudar con ella. Sabemos que la telefonía móvil es un de los sectores que más quejas recibe por parte de las Asociaciones de Consumidores. Simplemente hemos escuchado y estamos creando una operación basada en una serie de principios, y luego le hemos dotado de una identidad gráfica”, afirmó Johan Andsjö, Consejero Delegado de Yoigo. “Nuestra intención es contribuir a la transformación del mercado, por eso hay un detalle en nuestra imagen gráfica, cada uno de los tres operadores cuenta con un color predominante en su logotipo, nosotros creemos en una realidad de mercado de múltiples colores, y así se refleja en nuestra marca”, continúa Andsjö.

Yoigo es una compañía que basará su quehacer y su oferta en cinco principios:

El primero es hacer la vida sencilla a las personas que decidan establecer una relación con Yoigo, esto supone simplificar al máximo la comunicación y los procesos de relación con la compañía. Nos referimos a los soportes y canales de comunicación, como la publicidad de las ofertas, los contratos y las facturas; pero también en la forma de darse de alta o reclamar.

Yoigo quiere ser una compañía justa. Ser justo, entre otras cosas, significa que el consumidor pague por lo que realmente habla. Yoigo nace con intención de ser una compañía abierta a cualquier tipo de cliente, donde no existe la discriminación o la segmentación, y donde todo el mundo tiene un sitio; muy especialmente los que buscan una compañía que les permita comunicarse en buenas condiciones y a un precio razonable.

En relación con esto último, Yoigo quiere posicionarse como una compañía honesta. En el mundo de Yoigo no hay lugar para la letra pequeña o para las frases rebuscadas de los contratos. La compañía trabajará por ofrecer una comunicación clara y sencilla, alejada del formalismo y complejo mundo legal. Los consumidores, según los estudios que maneja Yoigo, quieren compañías transparentes, de esa forma Yoigo quiere contribuir a que este sector deje de ser objeto de quejas.

Todo lo anterior indica que Yoigo debe de funcionar de forma eficaz. La mejor prueba de esto es que la compañía va a lanzar sus operaciones en un plazo de 150 días. Este plazo de tiempo constituye un record para cualquier proyecto de telecomunicaciones en Europa. El equipo de Yoigo trabaja en 35 proyectos de diferente ámbito de forma simultánea. Yoigo cuenta con un despliegue de red importante y está realizando las pruebas de llamadas sobre la red; al mismo tiempo que valida su estrategia comercial, y trabaja en su comunicación.

La competitividad de Yoigo, además de en todo lo anterior, se basa en su carácter y su ingenio. En su “chispa” para retar a los modelos tradicionales de operación o negocio en telecomunicaciones. Yoigo nace preguntando abiertamente porqué la gente tiene que adaptarse al mercado y a las compañías, y no al revés. Al fin y al cabo, si los clientes pagan, son los que deben exigir. Yoigo promete no marear al consumidor con ofertas y promociones permanentes, y que en algunos momentos pueden ser confusas.

Saffron, consultora de marcas creada por Wally Ollins y Jacob Benbunan, ha trabajado cerca de tres meses en la definición de Yoigo. En este sentido, Jacob Benbunan, Consejero Delegado de Saffron ha comentado: “Con la creación de Yoigo, Saffron continúa creando enseñas de Nueva Generación, como ya hizo en el sector de la aviación comercial con Vueling. Se trata de marcas sencillas que no infravaloran la inteligencia del consumidor. Son enseñas jóvenes, cercanas y transparentes con las que el consumidor establece una relación de confianza”

Yoigo es la compañía de telecomunicaciones móvil adjudicataria de la cuarta licencia de telefonía móvil 3G en España. La compañía está participada en un 76,6% por TeliaSonera, operador de telecomunicaciones líder en la región Nórdica y el Báltico, ACS, el grupo de construcción y servicios, con una participación del 17%, FCC con un 3,4% y Telvent con un 3%.