



VIVACOM е търговската марка на БТК ЕАД – водещият телекомуникационен оператор в България. Компанията е лидер в предоставянето на мобилни и фиксирани гласови услуги, високоскоростен интернет и пренос на данни, отговарящи на най-високите професионални стандарти.

Пазар

VIVACOM е водещият телекомуникационен оператор в България на база общи приходи за шеста поредна година. За 2018 г. VIVACOM генерира общо 948 милиона лева консолидирани приходи, а печалбата преди лихви, данъци и амортизация (коригирана EBITDA) е 359,8 милиона лева. През 2018 г. общите приходи на групата нарастват с 6,6% спрямо същия период на предишната година благодарение на постоянния ръст на приходите от мобилни, платени телевизионни и фиксирани широколентови услуги. Въпреки изострената конкурентна среда на телекомуникационния пазар VIVACOM запазва лидерската си позиция благодарение на силните страни при предлагането на добавена стойност за клиентите, силната марка и големия обхват на предлаганите продукти и услуги, които обслужват широк спектър от демографски и потребителски профили.

Пазарният дял на VIVACOM на база приходи от мобилни услуги е достигнал 30% за 2018 г.¹ Осемдесет и девет процента от клиентите на компанията за 2018 г. са с абонаментен договор.

VIVACOM е лидер на пазара на фиксиран интернет с 27% пазарен дял² за 2018 г. Броят на абонатите на дружеството се е увеличил с 2,8% спрямо 2017 г., достигайки 444 000. През 2018 г. VIVACOM постигна значителен напредък в разширяването на оптичната мрежа, като обхвана 1 182 000 домакинства в страната. Продължаващото награждаване на оптичната мрежа дава възможност на дружеството да се възползва от установената тенденция на преминаване към високоскоростни широколентови технологии.

Фирмените абонати на платени телевизионни услуги са се увеличили с 4,8% за 2018 г. Това се дължи основно на повишеното търсене на висококачествени интерактивни услуги, с високо ниво на обслужване на потребителите и богато съдържание за удовлетворяване на предпочитанията на клиентите. През 2018 г. VIVACOM се позиционира като водещия IPTV оператор с 50% пазарен дял³.

Бележки

¹ Източник: данни на компанията, счетоводни отчети на други пазарни участници

² Източник: Analysys Mason

³ Източник: Analysys Mason

Постижения на марката

VIVACOM се позиционира като предпочитана компания от потребители, за които семейството е една от основните ценности наред с общуването, позитивизма и честността според проучване на тема „Позициониране на телекомуникационни компании“, проведено през декември 2018 – януари 2019 г. Това позициониране е резултат от дългосрочната стратегия на VIVACOM да предлага и комуникира широко портфолио от продукти и услуги за цялото семейство. За целта сериозна роля има и стартиралата през 2017 г. цялостна комуникационна платформа „Различни заедно“, при която основни герои в рекламните кампании са четиримата членове на екранното „семейство“ на VIVACOM. Резултатите от проучването са доказателство, че компанията работи успешно за позиционирането на бранда като сигурен партньор, правещ живота на всяко семейство по-лесен и приятен. VIVACOM се стреми да бъде не само доверен доставчик на стандартни телеком решения, но и технологичен иноватор в настъпващата ера на „Интернет на нещата“. Екипът на компанията следи световните тенденции и прогнози и търси най-подходящите смарт услуги за българската действителност. През 2019 г. VIVACOM получи най-авторитетната бизнес награда на Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България в категория „Иновации“ заради позицията на телекома като доверен доставчик на пълно портфолио от решения за нуждите на всяко домакинство, бизнес или институция и като компания, която работи усилено в последните години за развитието на технологии за „умни градове“, облачни услуги, модернизирани на учебния процес и други иновации, които реално подобряват живота на хората.

За да е успешна и да подбира най-добрите бъдещи телеком професионалисти, през 2018 г. VIVACOM опрости и улесни процеса, както и разшири каналите за подбор, залагайки на един от най-актуалните

формати за представяне на работодателската марка – видеообяви за различни дирекции. Иновативният подход беше оценен и VIVACOM получи отличие в престижния конкурс Employer Branding Awards 2019, организиран от b2b Media, в категория Employer Branding Video.

Продуктът

В последните години развитието на VIVACOM се основава на ясна и дългосрочна стратегия: да предлага на клиентите си това, което реално може да изпълни. Управленският подход на компанията винаги е бил насочен към това да удовлетворява по ефективен начин нуждите на пазара в момента, като същевременно инвестира в иновации и решения за бъдещето. През 2018 г. фокусът в мобилния сегмент се запази върху високоскоростния пренос на данни и осигуряването на по-голямо покритие на населението. Последователните и дългосрочни усилия на телекома в тази посока са оценени и от водещи анализатори на бранша на световно ниво. След като през цялата 2017 г. компанията бе носител на наградата на Ookla® за най-бърза мобилна мрежа, VIVACOM получи признание и за най-бързата мобилна мрежа в България за третото тримесечие на 2018 г., отново според анализ на информацията от Speedtest Intelligence® на Ookla®*. И тъй като за телекома е важно не само високото качество на мрежата, но и нейното добро покритие на територията на страната, VIVACOM продължи да работи за развитието ѝ и в тази посока. В края на годината компанията получи и резултатите от измерването на един от международните лидери в областта – Global Wireless Solutions (GWS). Според този доклад от месец декември 2018 г. 4G мрежата на VIVACOM отново е с най-висок резултат за покритие на населението в България – 99,25%**.

През втората половина на 2019 г. дружеството получи приза „Мрежата с най-добро покритие в България“ от Ookla®***, още едно неоспоримо доказателство за последователната политика на телекома да предоставя

Знаете ли, че...

- Първата сателитна антена в България е монтирана на станцията Плана, която е една от най-големите сателитни станции на Балканския полуостров, собственост на VIVACOM.
- VIVACOM притежава най-високата радио- и телевизионна мачта в България, намираща се до Шумен, с височина над 300 метра, както и най-високата телевизионна кула в страната – в Русе, 200 м.



качествени мобилни услуги. VIVACOM реализира една значима иновация в мрежата си от четвърто поколение – награди 4G технологията в 4.5G или LTE Advanced. Това осигурява на клиентите на телекома по-високи скорости на сваляне на информация от интернет – до 150 Mbps за download. Потребителите трябва единствено да ползват смартфон, поддържащ LTE Advanced. 4.5G мрежата стартира през април 2018 г. в 5 големи града – София, Пловдив, Бургас, Русе и Стара Загора, като към края на годината общо 615 населени места в цялата страна са с покритие на новата технология. Всички усилия на компанията за модернизация на мобилната мрежа са и стъпка към следващата голяма революция – 5G. В технологично отношение VIVACOM е готова да посрещне предизвикателствата на мрежата от пето поколение, каквато се очаква да има работеща в България за крайни потребители през 2020 – 2021 г.

При предоставянето на фиксирани услуги през 2018 г. акцентът продължи да бъде високоскоростен широколентов достъп до интернет (broadband) и интерактивна телевизия. За целта компанията инвестира в развитието на оптичната си мрежа (FTTx – Fiber To The x). Високото качество на всяка услуга винаги е било водещо

в хай-тек сектора е „Интернет на нещата“ (Internet of things – IoT) или свързването на всички заобикалящи ни устройства, които да обменят информация помежду си. Фокус в цялата стратегия на VIVACOM е развитието на т.нар. смарт, или умни решения за клиенти от корпоративния сектор и за гържавните институции с водещ акцент върху услугите „умен град“ за българските общини. Компанията обедини всичките си продукти в тези сфери в единна платформа – VIVA SMART, чрез която предлага услуги в три направления. Първото е решения за „умни градове“ – от „умното сметосъбиране“, където VIVACOM има реализирани няколко пилотни проекта, през масовото навлизане на видеонаблюдението в градовете, управление на трафика и мониторинг на околната среда. Това са само част от проблемите на живота в града, които могат да бъдат решени чрез технологиите. Второто направление, в което телекомът работи, е система за съхранение, пренос и

обработка на данни. За компанията е важна

и дигитализацията на образованието. В тази област има както конкретни телеком решения, така и социално отговорна кампания „Образование 4.0“.

С нея дружеството цели да покаже добрите практики от използването на технологии в учебния процес и да ги мултиплицира.

Знаете ли, че...

- Стажантската програма на VIVACOM е една от най-големите в страната – с около 100 стажанти, като около 40% от тях остават на работа всяка година.
- 39% от служителите на телекома участват ежемесечно в дарителската програма по ведомост VIVA Help, като това е една от най-големите дарителски кампании по ведомост.

Различни заедно



за VIVACOM. Ето защо телекомът концентрира усилия и върху подобряване на сателитната телевизия, като през март 2019 г. услугата премина успешно към нов сателит. Преместването цели както по-добро качество на сигнала, така и по-широко териториално покритие на услугата без необходимост от промяна на клиентското оборудване. Компанията не подценява и своята мрежа за фиксирана телефония, с която започна да оперира на пазара като телеком. Усилията при нея са насочени главно към оптимизиране на електроенергията, която тя изразходва.

Съвременно развитие

За 10 години брандът VIVACOM се превърна в един от най-иновативните технологични лидери в страната. За този период инвестициите на компанията в развитие на мрежата и услугите надхвърлят 1,800 млрд. лева. Иновациите са движещата сила на телеком пазара. VIVACOM винаги се стреми не просто да следва тенденциите, но да работи проактивно за развитието на изцяло нови продукти и решения, от които съвременният бизнес и общество имат нужда. В последните години водещото направление

Промоция

VIVACOM следва дългосрочна и устойчива стратегия да поставя акцент при своите продукти и услуги върху по-голямото и по-многообразно съдържание, което предлага на потребителите си. Затова през 2019 г. VIVACOM добави в своите мобилни планове телевизионно и видеосъдържание, както и музикалната стрийминг платформа TIDAL. През септември 2019 г. стартира и

електронният магазин на компанията, който гарантира 24-часово обслужване на клиентите и предлага специални оферти всеки ден. Компанията стартира една изцяло нова услуга на българския пазар – Wi-Fi voice (висококачествена гласова мобилна услуга през Wi-Fi), която, както и 4G Voice услугата, цели да предложи на клиентите още по-качествени гласови услуги. Заедно с 4G Voice услугата VoWi-Fi дава възможност за разговори с кристален и отчетлив звук чрез LTE и Wi-Fi мрежи при минимално време за свързване и пестене батерията на мобилния телефон.

Ценности на марката

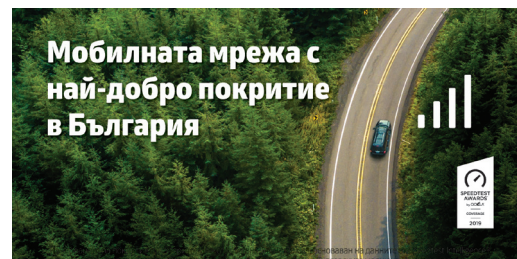
Марката VIVACOM отразява убеждението на телекома, че духът на една компания се определя както от нейните служители, така и от силната връзка с нейните клиенти. Като основен фундамент за това стоят ценностите, които дружеството изповядва, за да предложи иновативни и ефективни технологични решения за всеки, да бъде неразделна част от ежедневието на своите клиенти, да носи духа на положителната промяна, да модернизира, развива и улеснява живота.

Бележки

* Измерена с приложение Speedtest® на международната компания Ookla®, над 90% покритие на населението

** Измерването на покритието на 4G технологията по население е направено от Global Wireless Solutions (GWS) по тяхна методология в периода 15.10 – 15.11.2018 г. Повече информация на www.vivacom.bg

*** Измерването на покритието на територията е според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® за първото шестмесечие на 2019 г., извършен по тяхна методология. Търговските марки на Ookla® се използват с разрешение. За повече информация www.vivacom.bg



Мобилната мрежа с най-добро покритие в България

История

2009 | Създава се търговската марка VIVACOM след обединението на БТК и Vivatel. С новия бранд се обединяват в едно фиксираните и мобилните услуги и започва предлагането на първите пакетни услуги на българския пазар.

2010 | VIVACOM стартира услугата сателитна телевизия.

2011 | Започва изграждането на оптичната мрежа (FTTx – Fiber To The x). Компанията създава VIVAFree – първият абонаментен план, който се променя по желанието на клиента.

2012 | Компанията стартира услугата IPTV – телевизия от ново поколение с мултимедийно съдържание и интерактивни функции за превъртане, поставяне на пауза, гледане на архив и др.

2013 | VIVACOM за първи път става операторът с най-високи общи приходи. Компанията успява да задържи лидерската си позиция вече шест поредни години.

2014 | Компанията стартира мащабна платформа за подкрепа на социално-значими каузи VIVACOM Fund, като поставя на фокус проекти в сферата на образованието, културата и спорта. Създадена е платформата за интерактивно изучаване на математика и информатика VIVA Cognita. Всяка година телекомът награжда своите инициативи в тези области и развива позицията си на отговорен корпоративен гражданин.

2015 | Телекомът обогатява портфолиото си с още една иновативната услуга – TV GO, която позволява гледане на телевизионно съдържание на различни устройства, включително смартфон и таблет.

2016 | VIVACOM стартира 4G мрежата си и до края на годината успява да изгради рекордно покритие – 86,75% на населението, или 650 населени места на територията на цялата страна.

2017 | VIVACOM е отличен като оператора с „Най-бързата мобилна мрежа в България за 2017 г.“, измерена с приложение Speedtest® на международната компания Ookla®.

2018 | 4G мрежата на VIVACOM отново е с най-висок резултат за покритие на населението в България – 99,25%, според измерване на Global Wireless Solutions (GWS). Стартират услугите 4.5G – за още по-високи скорости в мобилния интернет, както и 4G Voice – за гласови повиквания през LTE технологията.

2019 | Стартират услуги HD Voice, 4G Voice и Voice over Wi-Fi. Компанията получава приза „Мрежата с най-добро покритие в България“ от Ookla®. Включена е световната стрийминг и музикална платформа TIDAL в част от мобилните планове на телекома. Започват тестове на мрежата от ново поколение – 5G. Компанията обновява онлайн магазина си.