



'NOVATA' conta com 18 milhões de clientes. Correio Popular, Campinas, 23.nov.2003.

'Novata' conta com 18 milhões de clientes

"No Interior paulista, a Vivo herdou a preferência que a Telesp Celular sempre teve", afirma Elder Miguel Alves da Silva, gerente regional da empresa

A marca Vivo nasceu há menos de um ano e já sai na frente no quesito "Telefonia Celular". Escolhida para designar uma nova empresa, formada pela joint-venture dos grupos Portugal Telecom e Telefônica Móveis, a marca Vivo foi a mais lembrada no levantamento "Marcas de Sucesso", realizado pelo instituto de pesquisas DataCorp.

Citada por 53,24% dos entrevistados, a Vivo mantém a mesma posição privilegiada de sua antecessora, a marca Telesp Celular. "No Interior paulista, a Vivo herdou a preferência que a Telesp Celular sempre teve", afirma Elder Miguel Alves da Silva, gerente regional da empresa.

"Recebemos com muita

alegria o resultado da pesquisa, principalmente por sermos uma marca tão jovem, com mais de 18 milhões de clientes", completa.

Para o gerente, a vitória está associada ainda com o fato de que, em Campinas, a empresa mantém mais de 80 pontos de venda, entre lojas próprias e credenciadas.

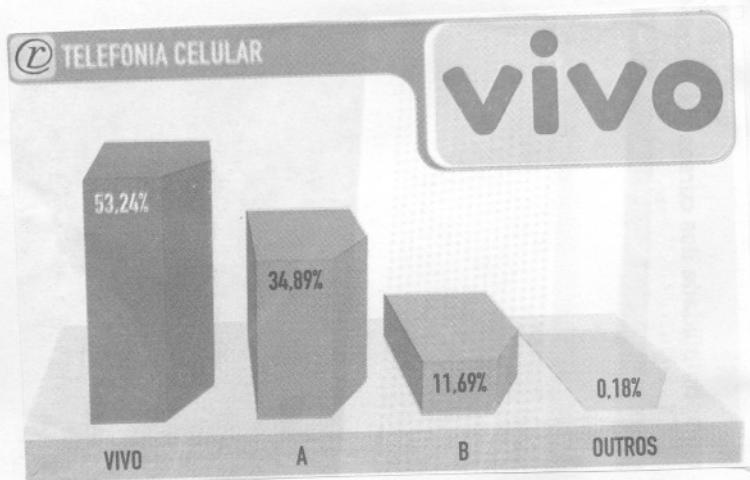
A logomarca da Vivo, representada por um boneco estilizado, foi criada pela empresa inglesa Wolf Ollins, responsável por trabalhos para marcas de telefonia como Orange, 02 e Verizon, e empresas como General Motors, British Telecom e France Telecom.

O lançamento incluiu uma série de ações de endomarketing, envolvendo dirigentes e

funcionários dos dois grupos e das sete empresas de telefonia regionais que seriam incorporadas.

A Vivo investiu R\$ 43,5 milhões em marketing e publicidade para anunciar sua chegada. Cerca de R\$ 20 milhões foram investidos na campanha publicitária, em praticamente todas as mídias, enquanto a outra metade da verba foi consumida na reformulação visual de mais de 6,5 mil pontos de vendas.

Diversas ações foram criadas para gerar expectativa para a chegada da marca: bonecos gigantes foram instalados em diversas cidades, além de comerciais na TV anunciando a novidade. Hoje, as operações da empresa cobrem 86% do território nacional.





O gerente Elder Miguel Alves da Silva: herança