

UPC rusza z nową platformą marketingową „Mega power, mega fun” i jeszcze korzystniejszą ofertą usług

Warszawa, 18 kwietnia 2014 r.: UPC Polska, lider innowacyjnych usług cyfrowych, wykorzystuje potencjał najnowocześniejszej sieci internetowej i rozwija mobilność dostępu do cyfrowych usług oraz telewizyjnej rozrywki. Dziś startuje w mediach kampania „Mega power, mega fun”, która będzie platformą marketingową wspierającą nową ofertę UPC.

Celem kampanii jest umocnienie pozycji UPC jako operatora zapewniającego klientom najkorzystniejszą i najatrakcyjniejszą ofertę usług cyfrowych. Już w tej chwili – jak wynika z najnowszej analizy Urzędu Komunikacji Elektronicznej – w przypadku dostępu do internetu przepływności do 60 Mb/s oferta UPC jest o 40 proc. atrakcyjniejsza cenowo niż oferta konkurenta, przy zobowiązaniu na 12 miesięcy. W kategorii powyżej 100 Mb/s nasze usługi są najkorzystniejszą ofertą na rynku. Różnica cenowa do najdroższego konkurenta wynosi aż 78 proc. na korzyść UPC.

Megakorzyści

W nowej ofercie nasz cennik staje się jeszcze bardziej przejrzysty. W Pakietach GO, HIT i VIP oferujemy jasne zasady promocji – cena za pierwszy miesiąc korzystania z pakietu wynosi teraz 1 zł. Aby zaoferować klientom dostęp do najwyższej jakości internetu i telewizji na najkorzystniejszych warunkach, wprowadzamy nowe pakiety dwóch usług:

- **Internet UPC i Telefon UPC**, składający się z usługi internetowej o przepustowości 60 Mb/s oraz nowej oferty telefonicznej **Minuty do wszystkich MAX** z nielimitowanymi połączeniami w ramach abonamentu przez całą dobę do wszystkich numerów komórkowych i stacjonarnych w Polsce oraz w 41 krajach Europy i Świata ([zobacz listę krajów: http://www.upc.pl/telefon/minuty-do-wszystkich-max/](http://www.upc.pl/telefon/minuty-do-wszystkich-max/)) oraz na numery komórkowe w USA i Kanadzie.
- **Telewizja UPC i Telefon UPC**, składający się z bogatej oferty kanałów Telewizji Cyfrowej UPC, zamieniając jednocześnie dotychczasową ofertę telefoniczną Minuty Do Wszystkich 240 na wspomnianą wcześniej **Minuty do Wszystkich MAX**.

Obie oferty dostępne są za 89 zł miesięcznie.

Bardziej korzystne są także pakiety trzech usług. W dotychczasowym **pakiecie Starter**, który oferował 34 programy, zwiększamy znacząco ofertę telewizyjną, która obejmie teraz 123 kanały (w tym 28 HD). Ceny pakietów trzech usług zaczynają się teraz od 99 zł.

Dla klientów zainteresowanych tylko usługą telefoniczną w nowej promocji jej koszt zaczyna się od 25 zł, istnieje też możliwość kupienia tej usługi z ofertą Minuty do wszystkich MAX, co dotychczas możliwe było tylko w pakietach.

Megaszybkość

UPC stawia na najnowocześniejszą sieć oraz najwyższej jakości rozrywkę telewizyjną. Dzięki konsekwentnie prowadzonym od lat inwestycjom, wszyscy klienci internetu UPC mają dziś dostęp do przepływności do 250 Mb/s. Kolejnym krokiem w wyznaczaniu trendów na rynku przez UPC są rozpoczęte testy najszybszego internetu na rynku 500 Mb/s. Nasi klienci doceniają nowoczesne usługi – na koniec 2013 r. już 75,4 proc. z klientów korzystało z dostępu o prędkości co najmniej 30 MB/s, a ponad 30 proc. – z potrójnej usługi.



Megatreści

Najnowocześniejsza infrastruktura oznacza także nową jakość rozrywki – ofertę telewizyjną, na którą składa się 190 kanałów, w tym 47 w HD, a także usługi dodatkowe. UPC od dawna rozwija mobilność usług i zapewnia klientom możliwość coraz bardziej swobodnego korzystania z oferty. Dlatego wprowadziło takie usługi jak VoD, UPC NA ŻĄDANIE oraz UPC TV i UPC Phone. Kolejnym elementem rozwoju mobilności jest pilotażowy start usługi dostępu do internetu **UPC Wi-Free**, czyli sieci hot-spotów dla wszystkich klientów internetu w UPC.

Kreację przygotowała agencja reklamowa Heart&Brain.

Spot reklamowy kampanii można zobaczyć tutaj:

<https://www.youtube.com/watch?v=qXD2LigVYW0>.

UPC Polska jest liderem cyfrowych usług kablowych: telewizji, szerokopasmowego Internetu i telefonii dla klientów indywidualnych i biznesowych. Łączymy ludzi z cyfrowym światem, ułatwiając korzystanie z jego nieograniczonego potencjału oraz wyznaczamy nowe trendy na rynku, dzięki wdrażaniu najlepszych, światowych technologii. Na koniec czwartego kwartału 2013 r. z usług UPC Polska korzystało 1 436 700 abonentów, w tym 848 300 z interaktywnej telewizji cyfrowej, 387 000 z telewizji analogowej, 915 900 z szerokopasmowego internetu i 521 800 z telefonii. W zasięgu najnowszej generacji szerokopasmowych sieci UPC w standardzie DOCSIS 3.0 znajduje się ponad 2,5 mln gospodarstw domowych, w ponad 100 miastach w Polsce. UPC Polska jest częścią Liberty Global, Inc. (NASDAQ: LBTYA, LBTYB, LBTYK). Więcej informacji dostępnych jest na stronie: www.upc.pl

Liberty Global jest największym międzynarodowym operatorem telewizji kablowej, obecnym w 14 krajach. Łączymy ludzi z cyfrowym światem, umożliwiając im odkrywanie jego nieograniczonych możliwości. Nasza potrójna usługa, wyznaczająca rynkowe trendy, jest dostarczana dzięki sieciom nowej generacji oraz innowacyjnym platformom technologicznym, które łączą 24 mln klientów, korzystających z 48 mln usług: telewizji, szerokopasmowego Internetu i telefonii. (dane z 31 grudnia 2013r.).

Marki konsumenckie, jakie należą do Liberty Global to Virgin Media, UPC, Unitymedia, Kabel BW, Telenet i VTR. Nasza działalność operacyjna obejmuje również Liberty Global Business Services oraz fundusz inwestycyjny Liberty Global Ventures. Więcej informacji na www.lgi.com.

Michał Fura

Kierownik komunikacji korporacyjnej i public affairs

Rzecznik prasowy

UPC Polska Sp. z o.o.

al. Jana Pawła II 27

00-867 Warszawa

T +48 22 24 16 877

e-mail: michal.fura@upc.com.pl

Więcej informacji: <http://newsroom.upc.pl/>