



Orange Madagascar An XIX. Nouvelle stratégie, nouvelle identité de marque

Mercredi, 16 Mars 2016 14:48 - Mis à jour Mercredi, 16 Mars 2016 22:57







Orange Madagascar An XIX. Nouvelle stratégie, nouvelle identité de marque

Mercredi, 16 Mars 2016 14:48 - Mis à jour Mercredi, 16 Mars 2016 22:57

Antananarivo, 16 mars 2016

Communiqué de presse

Orange, qui célèbre cette année sa 19^{ème} année de présence à Madagascar, fait évoluer sa marque pour mieux se reconnecter sur l'expérience client.

Orange Madagascar présente aujourd'hui sa nouvelle plateforme de marque, en ligne avec le plan stratégique « Escaliers 2020 ». L'opérateur dispose de nombreux atouts et se donne une mission claire : faire vivre à chacun de ses clients une expérience incomparable, en le connectant à ce qui est essentiel pour lui.

Orange Madagascar est reconnue pour sa contribution au développement du pays avec ses nombreuses actions :

- Orange a investi fortement et continue d'investir à Madagascar :
 - Les câbles sous-marins (LION, LION2, EASBY et ACE). Avec les câbles LION et LION2 reliant Madagascar, la Réunion et l'île Maurice, au Kenya et au reste du monde, ou encore EASBY desservant l'Afrique de l'Est, ACE renforce le réseau haut-débit du Groupe Orange dans la région Afrique-Océan Indien pour apporter la qualité de service Orange au plus grand nombre.
 - Le backhane national en faisceau hertzien d'Orange Madagascar long de plus de 8000 km. Grâce à la technologie du faisceau hertzien, extrêmement fiable et particulièrement bien adaptée au contexte de Madagascar, plus de 150 villes de Madagascar sont couvertes avec l'internet mobile à très haut débit 3G. Ce qui fait du réseau d'Orange, le plus grand réseau 3G actuel de Madagascar.



- Le réseau d'Orange Madagascar couvre près de 80% du territoire, et plus de 95% de la population a accès aux services d'Orange grâce à un réseau de 240 points de vente exclusifs.
- Orange Money est le service de monnaie numérique du plus large réseau de distribution commerciale à Madagascar. Il permet aux populations d'accéder à une large gamme de services, des plus fondamentaux (transfert d'argent, achat de crédit téléphonique, paiement de factures, achat dans divers commerces) aux plus évolués (opérations bancaires).
- Entreprise responsable, Orange contribue au développement des activités économiques et sociales de Madagascar. Dans le cadre du mécénat et de la responsabilité sociale d'entreprise, de nombreuses actions solidaires sont à mettre à l'ordre du jour de l'association Orange Solidarité Madagascar.

A l'horizon 2020, Orange Madagascar se fixe des ambitions encore plus grandes pour répondre aux besoins et attentes de ses clients les plus exigeants :

- Continuer à investir dans les réseaux de télécommunications : 500 milliards d'Arny d'investissement sont programmés dans le cadre du plan stratégique 2015-2020.
- Offrir une connectivité service grâce au lancement de la 4G, dès que les conditions techniques seront réunies pour permettre d'offrir des débits 10 à 20 fois supérieurs à ceux de la 3G.
- Reinventer la relation client par la mise en place d'un concept novateur qui facilite l'interaction avec le client et par la simplification des offres.
- Accompagner la transformation des clients entreprise avec des offres de produits et services répondant davantage à leurs besoins.
- Diversifier son offre de services en s'appuyant sur le développement d'Orange Money.
- Continuer à agir en entreprise citoyenne, solidaire et responsable en menant à bien des projets destinés à booster l'éducation, économique et l'inclusion numérique de la population malgache et en conduisant, grâce à Orange Solidarité Madagascar, des actions de mécénat dans le domaine de la santé et de l'éducation.

Pour soutenir ces ambitions stratégiques, Orange Madagascar se place au cœur de l'essentiel de ses clients. En effet, l'identité de la marque Orange évolue pour refléter ce changement et une campagne réputationnelle est lancée aujourd'hui par Orange Madagascar, après avoir été déployée en France, en Pologne en Espagne, en Jordanie, en Côte d'Ivoire, en Ouganda et au Sénégal. Elle le sera également sur l'ensemble des autres pays où Orange est présente.

Une marque qui place ce qui est essentiel pour ses clients au cœur de ses actions.

6 thèmes se sont révélés essentiels dans la vie des clients d'Orange Madagascar et permettent d'organiser les offres, les produits et les services : famille, fun, travail, argent, bien-être et maison.

Famille Permettez à nos clients de passer plus de temps ensemble et de partager leurs moments précieux.	Fun Permettez à nos clients de profiter pleinement de leurs vacances et de vivre des moments inoubliables.	Travail Facilitez et optimisez les processus de paiement et de transfert d'argent de nos clients.	Argent Permettez à nos clients de gérer plus facilement leurs finances et de réaliser leurs projets.	Bien-être Rendez les offres de nos clients plus pertinentes, évolutives et utiles.	Maison Permettez à nos clients de profiter pleinement de leurs vacances et de vivre des moments inoubliables.
Santé Permettez à nos clients de profiter pleinement de leurs vacances et de vivre des moments inoubliables.	Allo city Permettez à nos clients de profiter pleinement de leurs vacances et de vivre des moments inoubliables.	Aut Permettez à nos clients de profiter pleinement de leurs vacances et de vivre des moments inoubliables.	Vie Permettez à nos clients de profiter pleinement de leurs vacances et de vivre des moments inoubliables.	Profilant Permettez à nos clients de profiter pleinement de leurs vacances et de vivre des moments inoubliables.	Travail Permettez à nos clients de profiter pleinement de leurs vacances et de vivre des moments inoubliables.

Le logo au design unique, reconnaissable dans le monde entier ne change pas. Orange ouvre un nouveau mode de communication et montre qu'il est toujours à l'écoute de ce qui compte vraiment pour ses clients à travers un

LA VIE EN MALGACHE DE M. BARRE SERA MISE EN LIGNE INCESSAMMENT



