

RIO DE JANEIRO, 13 de setembro de 2013 /PRNewswire/ -- A Oi lança, nesta terça-feira, uma nova estratégia para conquistar o público jovem. A iniciativa está focada em um produto fundamentado no uso de serviços de internet móvel, aplicativos e SMS. A Oi realizou diversas pesquisas envolvendo o público externo e os colaboradores mais jovens da companhia, para entender as suas necessidades, identificando uma galera com valores, percepções e hábitos de consumo próprios vinculados à conectividade. Foi criado o Oi Galera: único plano que oferece serviços de dados e SMS para outras operadoras, pagando apenas R\$ 0,99 pelo dia que usar, com acesso à maior rede wi-fi do Brasil e também a uma das maiores redes wi-fi do mundo. O relacionamento com o público jovem fortalece o posicionamento da Oi neste segmento, já que a companhia é a primeira marca que vem à cabeça (top of mind) de jovens entre 18 e 25 anos\*.

O Oi Galera foi desenhado como plano pré-pago, com foco no acesso à Internet e envio de SMS, serviços identificados como preferências desse público, além de ligações. Os jovens, que têm como característica o uso cada vez mais intenso das redes sociais, também serão responsáveis pela divulgação do plano e por adesões de novos clientes através do Facebook. Nesse primeiro momento, não haverá venda de chips nas lojas, nem pela internet.

*"O conceito do plano é baseado no "poder da rede". Pesquisas realizadas com o público-alvo mostram que a socialização está no centro da vida do jovem. É através da força do grupo que os jovens conseguem concretizar as experiências que tanto valorizam, como dividir custos de viagens, festas e outras atividades. E o celular é uma peça fundamental para articular a conectividade e a mobilidade que necessitam. O Oi Galera vem tangibilizar a iniciativa de estabelecer uma conexão com o jovem a partir do reconhecimento e da valorização da rede de pessoas ", afirmou o presidente da Oi, Zeinal Bava.*

**Relacionamento para o jovem feito por jovem**

## Oi lança estratégia para conquistar público jovem

Written by Australian Business

---

A Oi vai oferecer aos clientes do plano Oi Galera canais de atendimento que o público jovem mais valoriza e considera conveniente. A web será o principal espaço de relacionamento, oferecendo explicações sobre conteúdo e serviços do plano. Além dos canais de atendimento tradicionais, esses jovens poderão tirar dúvidas de forma ágil e dinâmica sobre o plano e suas funcionalidades através do Twitter (@oigalera), do Facebook (/Oi Galera) e de um chat online, que estará disponível no [www.OiGalera.com.br](http://www.OiGalera.com.br).

A companhia também selecionou um grupo de atendentes, todos entre 18 e 25 anos, que passaram por treinamento de linguagem para se adequarem à forma como o público jovem se comunica e ganharem identificação com esses clientes.

### Lançamento do Oi Galera

Patrocinadora oficial do Rock in Rio 2013, a companhia escolheu o maior festival de música e entretenimento como cenário para realização de ações diretas com o público-alvo, como a escolha de uma banda jovem para tocar no palco Sunset, iniciativas com influenciadores nas redes sociais e o Espaço Oi Galera.

A primeira ação, que será o lançamento oficial do plano, acontecerá no Rock in Rio, com a distribuição de 30 mil unidades. Os clientes que passarem a fazer parte do Oi Galera durante o evento poderão convidar, na hora, cinco amigos do Facebook para aderir ao plano. Nesse primeiro momento, não haverá venda de chips nas lojas, nem pela internet. A Oi também realizará ações de campo em outras cidades, além do Rio: São Paulo, Belo Horizonte, Campinas, Ribeirão Preto, Juiz de Fora. Quem ativar o chip até o dia 15 de outubro terá 10 dias de degustação do serviço.

No Oi Galera, os jovens serão os próprios responsáveis pela disseminação do plano. Através da estratégia *member get member*, quando um cliente receber o chip, ele poderá entrar no aplicativo do Facebook- OiGaleraConvida e convidar três amigos para aderir ao plano. Quem aceitar o convite e se cadastrar na ferramenta receberá o chip em casa.

Além disso, a partir do dia 1º de outubro, o jovem que se interessar pelo plano, mas não participar de nenhuma ação de campo, poderá entrar do site [www.oigalera.com.br](http://www.oigalera.com.br) e se

inscrever na

Lista da Galera

. Com isso, receberá mais informações sobre o serviço e poderá receber um chip, caso a lista atinja um número pré-definido de interessados. A

Lista da Galera

estará disponível a partir do mês de outubro.

### Porque em galera tudo fica melhor

O plano vai oferecer o que o jovem mais usa e valoriza: acesso à internet e SMS e músicas ilimitadas através do aplicativo Oi Toca Aí (exclusivo para os usuários do Oi Galera), pagando R\$ 0,99

no dia em que usar um dos serviços. Com o Oi Galera, o cliente tem direito a 60 minutos por dia para falar com qualquer celular Oi do Brasil, enviar 530 Torpedos por dia, sendo 30 para outras operadoras, internet ilimitada (franquia de 5MB por dia, com redução de velocidade após atingir o limite). E mais: acesso ao Oi WiFi, a maior rede wi-fi do Brasil com mais de 150 mil pontos de acesso no Brasil e mais de oito milhões de pontos de acesso no mundo (devido à parceria com a FON) e ao aplicativo de música Oi Toca Aí (streaming de música com quatro milhões músicas online para escutar no Oi e no computador), desenvolvido especialmente para os clientes do Oi Galera.

A Oi é a única operadora que oferece serviços de dados e SMS para outras operadoras, pagando apenas pelo dia que usar, e acesso à maior rede wi-fi do Brasil

### Espaço Oi Galera

O Rock in Rio foi escolhido como grande cenário para disseminação dessa nova estratégia por ter grande parte do seu público composto por jovens. E para receber esse público no evento e demonstrar o conceito da nova estratégia, a Oi criou o Espaço Oi Galera, que ficará na Rock Street, com 180m2 divididos em dois andares. O local receberá os jovens que quiserem conhecer mais sobre esse novo produto e fazer parte do Oi Galera. Nesse espaço serão distribuídos 30 mil chips gratuitos para ativação do plano. Além disso, o local será animado por um DJ e apresentará diversas ações que incentivam a interação e o comportamento em galera. Os visitantes poderão assistir aos shows e desfrutar de lanches gigantes como um mega refrigerante com cinco canudos, um super cachorro quente, um pacotão de batata frita e um orelhão com cinco extensões para ele e sua galera ligarem para um amigo que não foi ao evento, além de um espaço para carregar o celular.

A Oi está organizando também uma ação com 30 jovens do RJ e SP, atuantes nas redes sociais, que contam com um grande universo de seguidores e promovem muita interação no meio digital. São jovens influentes, alguns blogueiros – responsáveis blogs de música, moda e comportamento. Eles serão convidados para o Rock in Rio, receberão um kit do Oi Galera e poderão participar das atividades no Espaço Oi Galera e na Cidade do Rock.

O kit recebido pelos jovens terá um chip, um folder explicativo e uma pulseira RFID (*Radio Frequency Identification*

) que permitirá aos clientes interagirem com os 36 totens interativos espalhados pela Cidade do Rock. Após a ativação da pulseira, eles poderão fazer check in nos checkpoints; tirar fotos com molduras do evento e publicar em suas redes sociais; compartilhar vídeos cantando as músicas dos shows; e ainda usar os totens da Oi para encontrar mais facilmente seus amigos.

### **Banda da Galera**

A Oi promoveu a seleção "Banda da Galera" para levar uma banda jovem para se apresentar no palco Sunset do Rock in Rio no dia 20 de setembro. E a grande vencedora, escolhida pelo músico Zé Ricardo, diretor artístico do palco Sunset, foi a maranhense Phill Veras. O grupo, que leva o nome do vocalista, se apresentará no mesmo dia que tocam, em encontros especiais, The Gift + Afrolata, Mallu Magalhães +  
B  
anda Ouro Negro

,  
Grace Potter  
and The Nocturnals +  
Donavon Frankenreiter  
e  
Ben Harper  
+  
Charlie Musselwhite  
.

A seleção da "Banda da Galera" teve uma primeira etapa que envolveu sete blogs de música e gerou cerca de 40 mil interações entre comentários, posts, compartilhamentos no Facebook e no Twitter. Os blogs Trabalho Sujo, Jukebox, Papel Pop, Zona Punk, Tenho mais discos que amigos, Oh my rock e Portal it Pop receberam dos seus leitores 1.294 indicações de bandas de todo o Brasil, foram responsáveis por uma primeira avaliação, chegando a um número de 21 grupos finalistas.

\*Fonte : Tracking de imagem – Instituto Provokers

### Sobre a Oi

A Oi, empresa pioneira na prestação de serviços convergentes no país, oferece transmissão de voz local e de longa distância, telefonia móvel, banda larga e TV por assinatura. A Oi está presente em todo o território nacional. Em março de 2013, a empresa possuía 74,7 milhões de Unidades Geradoras de Receitas (UGRs). Deste total, 46,5 milhões estavam no segmento Móvel Pessoal, 18,5 milhões no segmento Residencial, 9 milhões no segmento Empresarial/Corporativo e 716 mil Telefones de Utilidade Pública (TUP).

Pelo quinto ano consecutivo, a Oi integra o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&F Bovespa, refletindo o alto grau de comprometimento da companhia com a responsabilidade social e a adoção de práticas gerenciais sustentáveis. A companhia integra também, pelo terceiro ano consecutivo, a carteira do Índice de Carbono Eficiente (ICO2) da BM&F Bovespa.

Contatos para imprensa Paula Lopes – 3060-8820 or 3071-0064

FONTE Oi

SOURCE Oi

RELATED LINKS <http://www.oigalera.com.br>