

**Vodafone:**

De klant moet centraal staan.

Beste dienstverlening

Duurzaam. Vodafone heeft vele vernieuwingen gedaan om zo het behoud van de natuur te steunen.

Het gaat hen niet om de meest flitsende technologie, maar om die dingen die de klanten in staat stellen het meeste uit het te leven halen. Zodat zij kunnen doen wat zij willen doen. Op het moment dat zij dat willen. Waar ze ook zijn.

Vodafone wilt hun klanten de best mogelijke dienstverlening bieden en daar graag om bewonderd worden.

Grenzen tussen werk en privé vervagen en de vraag naar flexibiliteit en mobiliteit neemt alsmaar toe. Ze willen niet meer beperkt worden door tijd en locatie. Vodafone begrijpt dat als geen ander.

<http://over.vodafone.nl/werken-bij-vodafone/onze-organisatie/onze-cultuur>  
<http://merkcoaches.nl/blog/?p=50>  
<http://www.insideinformation.nl/news/25/9852/2011/06/08>

**T-Mobile:**

De merkwaarden van T-Mobile zijn: betrokken, vindingrijk en eenvoudig.

T-Mobile is van mening dat het leven meer glans krijgt als je waardevolle momenten met elkaar kunt delen.

Zij willen ervoor zorgen dat mensen altijd en overal kunnen delen wat belangrijk voor ze is, zodat ze altijd samen kunnen zijn. Delen is daarmee onderdeel geworden van hun strategie: Life is for sharing. Alle ontwikkelingen en innovaties in onze producten en diensten, toetsen ze aan hun merkwaarden: betrokken, vindingrijk en eenvoudig. Ze streven naar het aangaan van langdurige relaties in een sfeer van vriendschap en partnerschap met iedereen die belangrijk voor hun is: collega's, klanten, dealers, leveranciers en anderen. Dat is de manier waarop T-Mobile het verschil wil maken.

[http://www.t-mobile.nl/corporate/media/pdf/t-mobile\\_mvo\\_verslag\\_2011.pdf](http://www.t-mobile.nl/corporate/media/pdf/t-mobile_mvo_verslag_2011.pdf)

**KPN:**

De merkwaarden van KPN zijn: persoonlijk, eenvoudig en vertrouwen.

KPN is de leverancier van Telecommunicatie- en IT-diensten in Nederland en biedt consumenten vaste en mobiele telefonie, internet en televisie.

Het portfolio aan kwaliteitsproducten van KPN is groot. Verschillende doelgroepen worden via aparte merken bediend. Consumenten in Nederland kiezen uit KPN (vaste en mobiele telefonie voor gezinnen), Hi (mobiele telefonie voor jongeren),

Telfort (mobiele telefonie en internet zonder opsmuk) en XS4ALL (de vernieuwende internetprovider). Nederland, Duitsland en België hebben verder de mobiele telefoniediensten van Simyo (scherp geprijsde simcard) en Ay Yildiz (gericht op de Turkse gemeenschap). BASE en E-Plus zijn zowel in België als Duitsland het derde mobiele-telefonie merk. De Nederlandse en internationale zakelijke markt heeft voor hun hele reeks aan diensten de beschikking over de merken KPN, Getronics, XS4ALL, Gemnet, Newtel en CSS. I-Basis tot slot, is een van 's werelds grootste carriers van internationaal spraakverkeer.

Per 31 december 2011 bediende KPN 44,5 miljoen klanten, waarvan 36,6 miljoen mobiele klanten, 4 miljoen met een vaste telefoonaansluiting, 2,5 miljoen met een internetaansluiting en 1,4 miljoen televisieklanten. Met 18.687 FTEs in Nederland (31.084 FTEs voor de hele groep) behaalde KPN in 2011 een omzet van EUR 13,1 miljard en een EBITDA van EUR 5,1 miljard.

<http://www.kpn.com/corporate/overkpn/Bedrijfsprofiel/het-bedrijf/kpn.htm>

## Telfort

De kernwaarden van Telfort zijn: klantgericht, duidelijk, eenvoudig en doen.

Telfort is een Nederlandse provider voor mobiele telefonie en internet.

Als provider wil Telfort graag laten zien aan de klant wat ze krijgen en hoeveel. Dit laten ze ook zien op hun website, waar overal informatie van te vinden is. Qua abonnementen in het buitenland is er niet specifiek daarvoor iets af te sluiten. Wel kan je alle tarieven zien in het buitenland. Verder zijn er altijd interessante aanbiedingen te vinden. Zo is er ook een actie dat je na 10 minuten bellen, daarna gratis belt. Daarnaast zijn er uiteraard ook vele andere aanbiedingen die duidelijk laten zien wat ze bevatten en wat je er mee kan.

<http://www.egregius.nl/telfort-over-egregius>

<https://www.telfort.nl/KBS/consument/services/Klantenservice/Telefoon-gebruiken/Buitenland>

<http://shop.telfort.nl/telefoon-abonnement/>

## Tele2

Tele2 is opgericht in 1997, als kleine telecom aanbieder die d.m.v. een goedkope formule telecom aan te bieden aan zoveel mogelijk mensen, en om de concurrentie aan te gaan met toen de tijd de grootste in de markt. Zoals KPN, Vodafone en Telfort. Inmiddels heeft Tele2 een zeer uitgebreid aanbod in producten en zijn zij een grote speler op de telecommarkt.

### *Aanbod*

Tele2 is één van de weinige telecom aanbieders die zowel televisie, als internet en

bellen gecombineerd aanbied. Tele 2 heeft zowel aanbod in internetvoorzieningen als in belbundels. Sinds kort heeft zij ook een ruime keuze in interactieve tv abonnementen. Natuurlijk staat een goede prijs hierin centraal. Tele2 is momenteel een grote speler in de telecombranche en dat is te zien aan de grootschalige reclame campagnes. Het zwarte schaap is inmiddels in elke reclame van Tele2 te zien, en hiermee heeft het bedrijf haar naam gevestigd en is daarmee te onderscheiden van de concurrenten.

### *Kernwaarden*

Binnen Tele2 gelden enkele kernwaarden, goedkoop, veel voor weinig, simpel en vertrouwd. Tele2 wil vooral goedkope diensten aanbieden en het voor haar klanten/gebruikers zo goedkoop mogelijk houden. De bundels van telefonie zijn heel simpel aangegeven met geen moeilijke extra te kiezen opties en bijkomende kosten. Het komt allemaal heel vertrouwd over wat het bedrijf ook wilt. Tele2 is een bedrijf dat graag direct laat zien waar de klant aan toe is. De website is simpel opgezet en je hebt een duidelijk overzicht. In vergelijking met de concurrent is Tele2 veelal het goedkoopste. Het assortiment telefoons is beperkt.

### *Aanbod voor backpackers*

Voor backpackers doet Tele2 vrijwel niks tot niets. In de abonnementen zitten goedkope tarieven verwerkt voor het bellen naar en vanuit het buitenland. Dit is opvallend lager (veel lager) dan de concurrenten. Bij Tele2 betaal je voor het bellen naar het buitenland 0,60 eurocent per minuut, bij Hi betaal je hiervoor bijna het dubbele 1,10 euro per minuut. Zo zou je kunnen concluderen dat wanneer men niet een speciaal buitenland bundel ergens afsluit Tele2 kan nemen voor de gemakkelijheid en kostenbesparing. Ook is er een datalimiet vanuit Tele2 geldig, je kan niet meer dan 60 euro verbruiken, ookal is dit veel andere providers hebben dit niet. Kortom veel voor weinig!