



Wrocław, 10 czerwca 2015 r.

Mobile Vikings w Polsce mają się dobrze!

- Zakończenie działalności holenderskiego oddziału nie ma wpływu na Mobile Vikings w Polsce. Nasza społeczność może być spokojna o przyszłość - powiedział Bartek Grabowski, Head of New Business w Mobile Vikings Polska. Marka z pewnym przymrużeniem oka podeszła do spekulacji na temat ewentualnej powtórki holenderskiego scenariusza. Na krążącym w sieci wideo, vikingowie (brand heroes marki) zachowują w tej sytuacji niewzruszony niczym spokój.

- Dostaliśmy wiele zapytań od naszych użytkowników odnośnie sytuacji na rynku. Dlatego mówimy: w Polsce wszystko idzie zgodnie z planem. Za kilka tygodni ruszamy z nową kampanią reklamową, a nasi użytkownicy mogą spodziewać się kolejnych niespodzianek w ofercie. Kondycja firmy jest stabilna, realizujemy swoje założenia i nie przejmujemy się pogłoskami. - dodaje Grabowski.

Mobile Vikings istnieje na polskim rynku od 4 grudnia 2013 r. Operator znany jest z oferty telefonii na kartę oraz niekonwencjonalnych działań marketingowych.

- Zależy nam na budowaniu społeczności wokół marki, dlatego stawiamy na niekonwencjonalne aktywności. Mocno wspieramy organizacje studenckie, czego dowodem jest m.in. współpraca z wrocławskim startupem Zeccer, dzięki której na Politechnice Wrocławskiej została postawiona vikingowa drukarka, na której studenci mogli przez miesiąc, za darmo, drukować swoje notatki.

Pod koniec maja tego roku Mobile Vikings zaangażowało się również we współpracę z Chujową Panią Domu. W ramach "ChPD on tour" odbędzie się cykl spotkań z autorką popularnego fanpage'a. Mobile Vikings jest także sponsorem ogólnopolskiego, miejskiego biegu z przeszkodami Men Expert Survival Race. Najbliższe zawody odbędą się 21 czerwca w Warszawie.

--

Mobile Vikings - wirtualny operator komórkowy, obecny w Belgii, już nie w Holandii oraz od 2013 roku także w Polsce. To sieć typu prepaid skierowana głównie do młodszego klienta. MV prowadzi dość nietypową formę komunikacji - nie reklamuje się w TV,



Wrocław, 10 czerwca 2015 r.

nie zaprasza do współpracy celebrytów - w myśl powiedzenia, że dobry materiał obroni się sam - kładzie przede wszystkim nacisk na promowanie atrakcyjnej oferty, wśród której dużą popularnością cieszy się akcja „Rok za free”.