

Nota de prensa

Telefónica España racionaliza su estrategia de marcas y completa con éxito la migración de Tuenti a O2

-La migración de clientes de Tuenti a O2 culmina con éxito al pasar el 90% de los clientes.

-Telefónica España concentra su estrategia multimarca y refuerza su propuesta de valor en O2.

-Tuenti nació en 2006 como una red social dirigida a un público joven. En 2010 Telefónica adquirió Tuenti, con una visión estratégica de crear su propia OMV bajo la marca Tu de Tuenti.

Madrid, 11 de octubre 2022. Telefónica España da un paso más dentro de su estrategia multimarca y refuerza su propuesta de valor de O2. Este proceso se inició en abril de 2022 con la decisión de unificar los clientes de Tuenti contrato en O2 y de prepago en Movistar. Esta migración concluye hoy con éxito.

Esta estrategia comercial de racionalización de marcas busca consolidar a O2 como la mejor opción de comunicaciones dentro de su rango, con una propuesta de valor única de calidad, servicio y atención al cliente.

El 90% de los clientes de Tuenti ha migrado su línea de contrato a O2 desde que en abril de este año se decidió unificar Tuenti y O2. Los que han pasado a O2 tienen la calidad de red de fibra y móvil con Telefónica y, además, acceden al mismo servicio de atención diferencial que ofrece O2.

A ello suma unos pilares sobre los que construye su propuesta de valor O2, que son un producto sencillo y con la mayor red de España con tarifas adaptadas a las necesidades de los clientes y la mayor red de fibra y cobertura móvil de España, la de Telefónica. Todos los clientes, tanto los que ya lo eran como los nuevos, son tratados por igual, sin comunicaciones, llamadas o mensajes comerciales de O2 y precios sin sorpresas, ya que el precio contratado es el precio final y sin permanencia.

Tuenti nació en 2006 como una red social dirigida a un público joven. En 2010 Telefónica adquirió Tuenti, con una visión estratégica de crear su propia OMV bajo la marca Tu de Tuenti, ofreciendo inicialmente tarifas de prepago. Se convirtió en la primera red social en lanzar un servicio como proveedor de telecomunicaciones. En 2012 incluyó tarifas de contrato en su portafolio y cambió la marca comercial a Tuenti Móvil.

Telefónica, S.A.

Dirección de Comunicación Corporativa

email: prensatelefonica@telefonica.com

<https://www.telefonica.es/es/sala-comunicacion/>

Ambas marcas, lideradas por el mismo equipo de personas en Telefónica, han visto cómo estos beneficios de O2 permiten ofrecer a un mismo cliente un servicio ágil y hasta mejor precio, simplemente por el hecho de ser una marca diferente. La principal razón de unificar Tuenti y O2 consiste en ofrecer a todos los clientes el mejor servicio y producto posible a través de una única marca, O2.