

Sunrise Strategie

Sunrise verfolgt die Strategie, die starke Marktposition des Unternehmens als führende vollständig integrierte private Betreiberin zu nutzen, um zu wachsen und durch eine Kombination der folgenden fünf Hauptstrategien Mehrwert zu schaffen.

1 Marktanteil steigern

Marktanteile gewinnen durch Nutzung der Mehrmarkenstrategie, Stärkung der Wettbewerbsposition und attraktive Angebote

Sunrise erwartet, dass sie mit der erfolgreichen Mehrmarkenstrategie Privatkunden gewinnen wird, und zwar in den Segmenten Qualitäts-Massenmarkt (mit der Kernmarke Sunrise), Jugendliche und junge Erwachsene (MTV mobile) sowie Budget und Ethno (yallo, Ortel und Lebara).

Sunrise erschliesst den allgemeinen Privatkundenmarkt durch segmentierte und spezifisch zugeschnittene Produktangebote. Angesichts der unverwechselbaren Attraktivität der Marke Sunrise und der bekannten Marken MTV mobile (einzige spezifische Jugendmarke im Schweizer Markt), yallo, Ortel und Lebara in ihren jeweiligen Segmenten wird sich Sunrise weiterhin darauf konzentrieren, diese Marken durch Ausweitung ihrer Unterscheidungsmerkmale und ihrer Marktanteile weiterzuentwickeln. Diese Strategie wird ergänzt durch den Ansatz, mittels Mobile Virtual Network Operator und Wiederverkäufer (wie ALDI SUISSE mobile) weitere Nischensegmente auszuschöpfen.

Sunrise stärkt die Wettbewerbsposition durch innovative Dienstleistungen, welche auf die Präferenzen der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten zugeschnitten sind. Die aktuelle Marketingstrategie zielt darauf ab, die Marke Sunrise als «your partner for simple and smart telecom solutions» darzustellen. Dabei stützt sie sich auf die drei Säulen der Marke, die Unternehmenswerte: Fairness, Transparenz und Kundenorientierung. Darin widerspiegelt sich das Engagement, eine branchenführende konvergente Erfahrung zu bieten.

Sunrise hat ins Marketing investiert, um die Markenpositionierung zu stärken. Dies hat eine starke Dynamik für die Marke Sunrise und alle Markentreiber ausgelöst. Um die Markenstrategie zu beschleunigen, wurde Roger Federer 2014 zum Sunrise Ambassador ernannt. Seither konnte Sunrise die Markenbekanntheit und die Markenwiedererkennung erheblich steigern.

Auch das Segment Geschäftskunden wird mit der Kernmarke Sunrise bearbeitet, aber mit je nach Unternehmertyp massgeschneiderten Produktportfolios und Vertriebsstrategien, um den unterschiedlichen Bedürfnissen zu entsprechen. Sunrise entwickelt stetig neue Dienste, um das Produktportfolio zu stärken und auf die Bedürfnisse von Unternehmen einzugehen. Das Leistungsversprechen wird durch ein klares, schlankes Service-Portfolio verstärkt, um gezielte Marketinginitiativen zu lancieren und den Vertrieb zu optimieren. Sunrise nutzt die Sichtbarkeit und Stärke der Geschäftsbeziehungen zu mittleren und grossen Unternehmen, um das Wachstum bei Klein- und Kleinunternehmen (Small Office/Home Office) und KMU voranzutreiben.

2 Fokus auf Konvergenz

Die bestehende Kundenbasis durch integrierte konvergente Angebote sichern und ausbauen

Im Einklang mit den Konsumentenpräferenzen in der Schweiz konzentriert sich Sunrise auf die Konvergenz mit dem Ziel, zu wachsen und die Rentabilität zu steigern. Sunrise baut die Position als integrierte Full-Service-Anbieterin von Mobilfunk-, Festnetz-, Internet- und IPTV-Diensten (Internet Protocol Television) im Schweizer Markt aus. Dies durch das Cross-Selling und Up-Selling dieser Produkte

und Dienstleistungen mittels transparenter, leicht verständlicher und flexibler konvergenter Angebote.

Im Bereich Geschäftskunden setzt das Unternehmen sein kombiniertes Angebot an Mobilfunk-, Festnetz- und Integrationsdiensten dazu ein, die Anzahl digitaler Mehrwertdienste zu erhöhen.

3 Basis für Wachstum stärken

Hochqualitative Dienstleistungen erbringen und unterstützt durch digitale Innovationen eine hervorragende Kundenzufriedenheit erzielen, um die Grundlagen für ein nachhaltiges Wachstum von Sunrise zu stärken

Als kundenzentriertes Unternehmen hält Sunrise die Kundenzufriedenheit auf einem hohen Niveau. Durch ein hervorragendes Kundenerlebnis können die Kundentreue erhöht und die Beziehung zu den Kunden gestärkt werden.

Sunrise betrachtet kontinuierliches Feedback über sämtliche Interaktionen mit Kundinnen und Kunden, persönliches Feedback über Mitarbeitende sowie strukturelle Verbesserungen durch Kundenfeedback als einen Grundstein ihrer Strategie, die Qualität der Dienstleistungen und der Kundenerfahrung weiter zu verbessern. Sunrise will den bestehenden Fokus auf den Kundenservice beibehalten, indem sie sich auf die zentralen Partner konzentriert, fortlaufend in Schulungen und Coaching investiert, die Service-Levels für alle Kundinnen und Kunden erhöht und differenzierten Kundenservice für hochwertige Kundinnen und Kunden und Business Kunden leistet.

Um die zunehmenden Kundenerwartungen in einer digitalisierten Welt erfüllen zu können, wird Sunrise die digitalen Fähigkeiten im Unternehmen erheblich verbessern. Die aktuellen digitalen Initiativen zielen auf Erhöhung des Marktanteils und der Gewinne ab, während modernste Self-Care-Dienste das beste digitale Kundendienstenerlebnis bieten, um die digitale Reise der Kundinnen und Kunden zu vereinfachen.

4 Modernste Infrastruktur erhalten

Die überlegene Position im Bereich Frequenzbänder nutzen und weitere Investitionen in eine moderne Netzinfrastruktur tätigen, um Wettbewerbsvorteile zu wahren und Wachstumsmöglichkeiten auszuschöpfen

Sunrise wird weiterhin ihre technisch überlegene Position im Bereich Frequenzbänder nutzen und eine moderne Mobilfunk- und Festnetzinfrastruktur unterhalten, um Kundinnen und Kunden in der ganzen Schweiz ein verlässliches Hochgeschwindigkeitsnetz zu bieten, eine branchenführende Kundenerfahrung sicherzustellen und künftige Wachstumsmöglichkeiten hinsichtlich Konvergenz und Datenverkehr wahrzunehmen.

Im Festnetzbereich basiert das Angebot von Sunrise auf der eigenen Infrastruktur mit einem starken LLU-Netz (Local-Loop-Unbundling) und einem Backbone-Übertragungsnetz. Damit werden Kundinnen und Kunden mit innovativer, schneller, hochqualitativer Telefonie und Datenübermittlung versorgt. Das Unternehmen nutzt sein LLU-Netz in der Schweiz, um seine Asset-light-Festnetzstrategie weiterzuentwickeln und die Abdeckung mit VDSL (Very High Speed Digital Subscriber Line) und Glasfaser durch Partnerschaften mit Swisscom, örtlichen Versorgungsbetrieben und Swiss Fibre Net AG, dem Gemeinschaftsunternehmen lokaler Energieversorger in der Schweiz, zu vergrössern.

5 Rentabilität und Cashflow steigern

Rentabilität und Cashflow durch schlanke, kosteneffiziente Unternehmensführung erhöhen

Sunrise steigert die Rentabilität und den Cashflow durch Optimierung der Betriebskosten sowie Normalisierung der Investitionskosten und Reduzierung der Finanzierungskosten nach dem Börsengang. Die Betriebskosten werden durch eine Reihe von Massnahmen optimiert, darunter eine strenge Kontrolle der Mittelabflüsse, verbesserte Vertriebsmöglichkeiten, striktes Preis- und Verkaufsmanagement, strenge Steuerung der Abonnementsakquisitions- und -bindungskosten sowie stärkere Kontrolle der Personalkosten, unterstützt durch die laufende Evaluierung weiterer Outsourcing-Möglichkeiten.