



Wrap-up

Investor Day
Lisboa, 17 de Janeiro 2008

EM SUMA...

Vectores estratégicos

Elementos fundamentais do plano estratégico da Multimédia

Objectivos 2010

Liderar no Triple Play

- 1 Vender agressivamente *Triple Play* com os melhores produtos de TV, banda larga e voz do mercado
- 2 Assegurar liderança na velocidade e disponibilizar novos serviços através de upgrade da rede
- 3 Disponibilizar conteúdos diferenciadores e competitivos

Atingir a excelência na relação com o cliente e nas operações

- 4 Garantir excelência no serviço ao cliente (real e percebida)
- 5 Optimizar a base de custos (excelência operacional)
- 6 Estimular o desenvolvimento e a mobilização dos colaboradores em torno do projecto

Capturar novas oportunidades de crescimento

- 7 Alargar a oferta a comunicações móveis via lançamento de um MVNO
- 8 Desenvolver o Segmento Profissional / SoHo com uma oferta específica
- 9 Explorar opções de crescimento não orgânico

Optimizar a estrutura de balanço e proporcionar remuneração accionista atractiva

- Mais de metade de clientes com pacotes multi-serviço
- Melhor rede de acesso a casa dos portugueses
- Mil milhões de euros de receitas
- Crescimento do EBITDA de dois dígitos
- Uma das melhores empresas para trabalhar