



## Tržište

Na području Bosne i Hercegovine trenutno postoje tri pružatelja usluga mobilne telefonije, među kojima je HT ERONET na kraju 2007. godine držao oko 21% tržišnog udjela. Sva tri mobilna operatera nude i prepaid i postpaid uslugu.

Ukoliko se usredotočimo na prepaid tržišni segment, ono što HT ERONET ove brandove !hej i eronet izdvaja od robnih marki ostalih operatera jest specifičan tržišni pristup, koji se temelji na precizno definiranim ciljnim skupinama, njihovim potrebama i navikama, što je bitno i prilikom kreiranja proizvoda i prilikom odabira sredstava marketinške promocije. Za što bolju konkurentnost na tržištu, bitna je kvaliteta i dostupnost usluge, raznovrsna ponuda mobilnih uređaja, dobro koncipiran marketinški plan i atraktivna reklamna kampanja. Sve navedeno !hej je uspio objediniti i odavno odolijeva konkurentskim akcijama i ponuda.

## Dostignuća

Prema istraživanju neovisne agencije GfK BH - Centra za istraživanje tržišta, iz januara 2007. godine, HT ERONET ima najjasnije razvijenu image kod svih tipova korisnika, osobito mladih, trendi ljudi, koji većinom i kupuju !hej uslugu. U moru TV, radio i internet reklama, dobra reklama se uvijek primjeti, a ukoliko je riječ o nečemu uz što je korisnik jako vezan poput primjerice mobilnog uređaja, onda se uvijek sa pozornošću prati sve ono što pružatelj mobilnih usluga pokušava reći. Upravo !hej to jednostavno radi bolje od drugih operatera na tržištu.

## Istorijat/ Povijest

HT ERONET je komercijalno krenuo sa radom 1996. godine kao ERONET d.o.o., a od 2000. do 2007. godine djelovao je pod pravnim imenom HT Mobilne komunikacije d.o.o.

01. januara 2007. godine, HT Mobilne komunikacije d.o.o. prestaju pravno djelovati spajajući



se sa JP HT Mostar d.o.o. u čijem sastavu djeluju kao Direkcija za pokretnu mrežu (HT ERONET). Upravo se 2007. godine dogodio jedan veliki preokret u

samom poslovanju tvrtke, a tržišni zamah ne pokazuje znakove stagniranja.

HT ERONET je danas jedna od vodećih tvrtki u Bosni i Hercegovini, koja konstantno širi i razvija svoju ponudu i usluge, čemu svjedoči preko 550.000 zadovoljnih korisnika, kojima je na raspolaganju preko 30 prodajnih centara diljem Bosne i Hercegovine, što vlastite, što partnerske prodajne mreže.

Osim toga, tvrtka se svojim pokroviteljstvima trudi biti poticatelj vrijednih kulturnih zbivanja u Bosni i Hercegovini, kao i regiji čime stječe image društveno odgovornog poduzeća.

## Proizvod

Robna marka !hej, uvedena je 2002. godine, a pojavljuje se na !hej start paketu, !hej bonu za nadoplatu računa i na !hej Duetu.

!hej start paket je zapravo korisnički 063 broj, čije korištenje ne zahtijeva potpisivanje ugovora i plaćanje mjesečne pretplate, već omogućava korisnicima da sami kontroliraju svoje troškove nadoplatom !hej bonova u vrijednosti od 10, 20 i 50 KM.

!hej box uključuje !hej start paket i mobilni uređaj, a !hej Duet je „dvostruko“ pakiranje !hej start paketa, po još povoljnijoj cijeni.

!hej start paket se trenutno može kupiti na preko 2000 različitih prodajnih mjesta; na lokalnom kiosku, trgovini, benzinskoj postaji, trgovini mobilnim uređajima ili u jednom od 33 prodajna centra HT ERONET-a. Na svim tim mjestima, naravno, moguća



# Požurite dok je vruće!

Pozivamo vas u novootvoreni HT ERONET centar u Bihacu, gdje od 26. do 28. 07. traju naši **HAPPY DAYS!** Dodite na Trg maršala Tita 6 i izaberite neki od 30 **!hej boxova** po vrućim promotivnim cijenama.

MOTOROLA W375  
Pink Gift Bag Edition

**129,00 KM**  
~~149,00 KM~~

SONY ERICSSON K510I

**149,00 KM**  
~~179,00 KM~~

SAMSUNG C300

**89,00 KM**  
~~99,00 KM~~

HT ERONET



## Najtarifa za zimske razgovore!

**!hej svi** tarifa za hladne zimske dane ti omogućuje razgovore za **0,29 KM/min** prema svim mobilnim i za **0,23 KM/min** prema svim fiksnim mrežama!

Odaberi i jedan **!hej** ti broj s kojim ćeš razgovarati 1000 minuta mjesečno za **0 KM/min!**

Iz ponude superpovoljnih **!hej boxova** izabirajmo:

Sony Ericsson J220 - 69,00 KM, Nokia 6030 - 99,00 KM i Sony Ericsson K510I - 199,00 KM.

Za više informacija nazov **063 3801** ili posjeti [www.hej.ba](http://www.hej.ba)

Ponuda vrijedi do isteka pakta. U navedene cijene uključen je PDV.

je i kupnja !hej bona za nadoplatu računa, koji je u elektronskoj varijanti dostupan i na više od 150 bankomata UniCredit banke.

### Nedavni razvoj

Od tri mobilna operatera koja djeluju na tržištu BiH, najveći porast prepaid korisnika na kraju 2007. godine imao je upravo HT ERONET (više od 60%), a toj činjenici, osim kvalitete usluge, doprinosi najraznovrsnija ponuda mobilnih uređaja na tržištu te kreativne marketinške kampanje.

Prema istraživanju Web Portala Posao.ba, početkom 2008. godine, tvrtka je uvrštena i među 25 najpoželjnijih poslodavaca u BiH.

Svojevrsno vizualno osvježavanje branda, !hej je doživio sredinom 2008. godine, te se može reći da je sada još više orijentiran mlađoj populaciji, koja je novi vizualni identitet već pozitivno pozdravila. Upravo u smjeru mlade populacije, !hej planira i nastavak svoga razvoja.

### Promocija

Gledajući konkurentske prepaid usluge, !hej je od samog početka uvidio važnost i snagu komunikacije s prvenstveno mlađim korisnicima, te je kreirao promociju u skladu s njihovim potrebama i trendovima, svjestan da samo na taj način može doprijeti do najvećeg broja prepaid korisnika.

Komunikacija !hej-a s korisnicima se, danas, ostvaruje putem najrazličitijih medija, osobito onih masovnih, poput televizije, radija, tiska, interneta, te Outdoor (o.u. vanjskog) oglašavanja, ali i putem nekih, uvjetno rečeno, užih kanala komunikacije. Dugogodišnja sponzorska glazbena emisija na TV OBN-u, u trajanju od 30 minuta, nosi naziv "!hej Music". Sastavljena je, uglavnom od glazbenih želja TV gledatelja, a nudi mogućnost i download zabavnih sadržaja sa iZone.ba multimedijalnog portala HT ERONET-a. Emisija je izvrsna platforma za promociju glazbenih aktivnosti branda.

!hej se također može pohvaliti i činjenicom da je postao prvi oglašivač na bosanskohercegovačkom tržištu koji se počeo oglašavati na vjerojatno najpopularnijem društvenom portalu Facebook.com, koji samo na području BiH broji više od 40.000 korisnika.

Bitnu osnovu promocijskih aktivnosti !hej-a čini i nagrađivanje vjernosti korisnika, putem nagradnih igara ili promotivnog materijala, koji je postao popularan gotovo koliko i sam brand, pa se nerijetko korisnici svih uzrasta mogu vidjeti kako nose !hej T-shirt ili !hej vezicu, koji su uvijek vrlo maštovito napravljeni, tako da su zapravo drag odjevni predmet mnogima i dugo vremena nakon što reklamna kampanja završi.

### Vrijednosti robne marke

Dobro razvijen marketinški plan, kreativne kampanje, velika ponuda mobilnih uređaja i trendovski usmjerena promocija, vrlo brzo su !hej napravili prepoznatljivim brandom na tržištu Bosne i Hercegovine, osobito u području telekomunikacija. To je jedina prepaid usluga bilo kojeg operatera u BiH, koja ima jasno definiran cilj, ciljnu publiku i način promocije.

Komunikacija mobilnim uređajem predstavlja obvezatan dio dnevne rutine svakog čovjeka, a !hej želi biti najbolje moguće sredstvo te komunikacije i dio života nove generacije mladih ljudi.

Osnovne vrijednosti branda !hej su optimizam, zabava i neupitna kvaliteta usluge.

[www.hej.ba](http://www.hej.ba)

JESTE LI ZNALI...

### !hej

- !hej start paket ne zahtijeva potpisivanje ugovora i plaćanje mjesečne pretplate, već omogućava korisnicima da sami kontroliraju svoje troškove nadoplatom !hej bonova.
- !hej start paket se trenutno može kupiti na preko 2000 različitih prodajnih mjesta.
- Od tri mobilna operatera koja djeluju na tržištu BiH, najveći porast prepaid korisnika na kraju 2007. godine imao je upravo HT ERONET (više od 60%).
- !hej je postao prvi oglašivač na bosanskohercegovačkom tržištu koji se počeo oglašavati na najpopularnijem društvenom portalu Facebook.com, koji samo na području BiH broji više od 40.000 korisnika.

