

HT-ERONET

Tržište

Bosanskohercegovačko tržište telekomunikacija ne pokazuje znakove stagniranja. Naprotiv, u zemlji koja još uvijek očekuje uvođenje najnovijih vrsta tehnologije i novih oblika komunikacije takvo tržište je tek na svojoj uzlaznoj putanji. U Bosni i Hercegovini vodi se žestoka bitka između tri pružatelja mobilnih usluga, među kojima je i HT ERONET, koji je na kraju 2007. godine držao oko 21% ukupnog tržišnog udjela.

Prema GSM Association, u postpaid tržišnom segmentu, HT ERONET je na kraju 2007. držao oko 23%, a u prepaid segmentu oko 20% tržišnog udjela. Brojke su to koje će se do kraja 2008. godine nesumnjivo povećati.

Dostignuća

Kao mobilni operater, HT ERONET je osobito tijekom 2007. godine uspio nametnuti žestoku tržišnu utakmicu među tri postojeća operatera, bilo kvalitetom i cijenom svojih usluga, bilo marketinškim kampanjama i bogatom ponudom mobilnih uređaja, ali i vraćanjem dijela svojih profita natrag – zajednici, kroz humanitarne donacije ili brojna sponzorstva.

Tvrtka se može pohvaliti i činjenicom da je prva na tržištu Bosne i Hercegovine uvela, danas standardne usluge, poput kupnje bona putem bankomata i tarifnih modela u kojima se cjelokupni iznos mjesečne naknade može potrošiti na razgovore. Radi što kvalitetnije i cjenovno povoljnije komunikacije, tvrtka je također prva uvela formiranje poslovnih i privatnih korisnika, poslovne grupe s pozivima između članova za 0 KM/min (uz uspostavu poziva) bez naplaćivanja naknade, a sve to uz mogućnost odabira SUPER broja s hiljadu besplatnih minuta razgovora mjesečno unutar HT ERONET mreže.

Prema istraživanju Web Portala Posao.ba, početkom 2008. godine, tvrtka je uvrštena među 25 najpoželjnijih poslodavaca u BiH, a već niz godina nalazi se i na rang-listi uspješnih tvrtki Federacije BiH i Republike Srpske – „100 najvećih“.



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.

Iako prvi GSM operater, u svojih prvih 10 godina postojanja, tvrtka je egzistirala u iznimno lošim tržišnim uvjetima i nedefiniranoj pravnoj regulativi, što je u znatnoj mjeri usporavalo njen razvoj, no 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 tada tvrtka ostvaruje i svoj puni tržišni zamah, koji se danas može iskazati s preko 550.000 korisnika, više od 250 mladih i većinom

visokoobrazovanih kadrova i 98%-totnom pokrivenošću naseljenog teritorija u BiH.

Proizvod

Od tri mobilna operatera koja djeluju na tržištu BiH, najveći porast korisnika na kraju 2007. godine imao je upravo HT ERONET, a tome, osim kvalitete usluge, može zahvaliti najraznovrsnijoj ponudi mobilnih uređaja na tržištu i kreativno osmišljenim marketinškim kampanjama.

Eronet tarife (20/40/80), često kopirane od strane konkurencije, prve su tarife u BiH, čija se mjesečna naknada u potpunosti može potrošiti na razgovore. Popularni tarifni modeli 2007. godine doživjeli su prilagodbu i redizajn, kako bi što više izašli u susret potrebama korisnika i sveopćim





promjenama na tržištu. Za povećanje tržišnog udjela, kao dobar potez pokazao se i uvođenje Odjela poslovne prodaje, odnosno mreže Key Account Managera, kojom je HT ERONET pokrio cijelu BiH i i time povećao bazu poslovnih korisnika. Upravo ova vrsta usluge, omogućila je poslovnim korisnicima komunikaciju sa osobom kojoj se mogu direktno obratiti čime se postiglo nastojanje da se uspostavi i održi blizak odnos sa svim korisnicima.

Sve proizvode i usluge prati dobra podrška Odjela odnosi sa javnošću i atraktivne reklamne kampanje, uz nagrađivanje lojalnosti korisnika.

Nedavni razvoj

Kvaliteta i raznovrsnost proizvoda i usluga konstantno se unaprijeđuju, no da bi te činjenice došle do uha građana koji još uvijek nisu korisnici, potrebna je dobra marketinška kampanja. Upravo takva je bila image kampanja, koju je HT ERONET pokrenuo prošle godine, s glavnim fokusom na činjenici da signal HT ERONET mreže pokriva 98% naseljenog teritorija BiH. Pod sloganom „Pokrivamo sve. HT ERONET: Mobilni operater broj 1 u BiH“, krenula je visokobudžetna image kampanja koja je uključivala TV spotove, intrigantne billboarda, print oglase i brendiranje tramvaja i fasada na zgradama. Nakon par mjeseci, više nije bilo dvojbe o HT ERONET pokrivenosti signalom.



U Nadi je spas!

Mobilni Internet 128, 512 ili 1024

HT-ERONET

LAKO JE KOMUNICIRATI KAD MOŽEŠ BIRATI!



Moja mreža



Roaming



Mobilne

Sve mreže



Fiksne



Poruke



6 novih tarifnih opcija iz HT ERONET-a

www.eronet.ba

eronet

Mobilni operater broj 1 u BiH.

HT-ERONET

Promocija

Osim promocije svojih proizvoda i usluga, HT ERONET se više puta potvrdio i kao brand koji je vidljiv i prisutan čimbenik u izgradnji i afirmaciji kulture, ne samo u Bosni i Hercegovini, nego i u regiji. Svaka značajna manifestacija je ujedno i izvrsna komunikacijska platforma za promociju usluga HT ERONET-a. Pokroviteljstvo tri najznačajnije filmske manifestacije u državi, čine zapravo okosnicu godišnjih sponzorstava: Mediteran Film Festival u Širokom Brijegu, Dani filma u Orašju i naravno Sarajevo Film Festival, koji na neki način predstavlja krunu kulturnih događanja u godini.

HT ERONET je generalni sponzor Sarajevo Film Festivala još od 2003. godine, i iako je još uvijek riječ o mladom festivalu, on zauzima bitno mjesto na kulturnom kalendaru Evrope, uživajući status najprestižnijeg kulturnog događaja u regiji.

Filmskim pokroviteljstvima jedinstveno se spaja svijet filma i svijet telekomunikacija, na način da se filmske sadržaje približi korisnicima putem modernih tehnologija, pružajući im svojevrsan privilegirani tretman, što svakako osigurava njihovu vjernost prema brandu. Dodaju li se tome i brojni koncerti koje HT ERONET ne samo sponzorira, već i organizira, kakav je bio onaj Olivera Dragojevića u sarajevskoj Skenderiji, u ožujku 2008., te brojne humanitarne donacije za različite ustanove i institucije u potrebi, svakako se potvrđuje iznimno djelovanje kompanije u okviru mnogostrukih sponzorskih priča.

Vrijednosti robne marke

HT ERONET je brand koji stoji ne samo iza kvalitetnih usluga u području telekomunikacija, već i brand koji stoji iza kulturnih, sportskih i humanitarnih manifestacija. Odanost koju korisnici pružaju svome pružatelju mobilnih usluga, treba vratiti odanošću zajednici, što je najveća vrijednost HT ERONET-a kao branda.

www.hteronet.ba

JESTE LI ZNALI...

HT ERONET

- > HT ERONET tvrtka je uvrštena među 25 najpoželjnijih poslodavaca u BiH (Izvor: Posao.ba, 2008.).
- > Od tri mobilna operatera koja djeluju na tržištu BiH, najveći porast korisnika na kraju 2007. godine imao je upravo HT ERONET.
- > Signal HT ERONET mreže pokriva 98% naseljenog teritorija BiH.
- > HT ERONET je generalni sponzor Sarajevo Film Festivala još od 2003. godine.