

BRIEF

CASE STUDY COMPETITION 2015

PODUZEĆE: HRVATSKI TELEKOM d.d.

PODRUČJE: Korisničko iskustvo B2B segmentu

NAZIV POSLOVNOG SLUČAJA: Usporedba HT-a i ostalih poduzeća na tržištu u pogledu korisničkog iskustva u B2B segmentu te definiranje kratkoročnih mjera u B2B poduzećima (KA-LA, SME, VSE)¹

OPIS TEME POSLOVNOG SLUČAJA:

HT je već dugi niz godina poduzeće s najvećim tržišnim udjelom na hrvatskom tržištu kako u privatnom tako i u poslovnom segmentu. HT korisnička baza je pod pritiskom sve jače konkurencije i povećanja konvergentnih ponuda. U takvom visoko saturiranom tržištu, korisničko iskustvo postaje jedan od bitnih elemenata za daljnji rast i nadogradnju korisničke baze.

Zadatak je definirati koji su to elementi koji mogu dovesti do povećanja korisničkog iskustva u B2B segmentu

- a) Na koji način HT može manjim promjenama utjecati na korisničko iskustvo bez zadiranja u cjenovne kategorije?
- b) Otkriti koji su to detalji u kojima je konkurencija puno bolja od HT-a:
 - a. Računi, Prigovori, *Loyalty*, *Website*, Kontaktni centar...
- c) Definirati planirane efekte i utjecaj definiranih mjera

¹ Studenti odabiru samo jedno područje

DODATNE INFORMACIJE:

Uvodno predavanje i sastanak s prijavljenim timovima

FORMAT RJEŠENJA:

Prihvaćaju se svi formati koji zadovoljavaju/sadrže obavezne stavke rješenja.

OBAVEZNE STAVKE RJEŠENJA:

- Lista mjera za povećanje korisničkog iskustva s realnim investicijskim okvirom (poželjno je da mjere nisu isključivo financijski zahtjevne)
- *Benchmarking* s konkurencijom po definiranim područjima s jasno navedenim izvorima
 - o Pregledi s foruma, poslovne stranice, objavljena istraživanja, HAKOM stranice, inozemna/domaća, *mystery shopping*, pozivi prema *call* centru...
- Implementacijski plan i prioritizacija aktivnosti za odabrani segment (KA-LA, SME, VSE)²

KOORDINATOR:

Stjepan Livačić

mail: stjepan.livacic@estudent.hr

² Studenti odabiru samo jedno područje