

BRIEF
CASE STUDY COMPETITION 2017.

KOMPANIJA: HRVATSKI TELEKOM d.d.

KOORDINATOR: Nevena Vratarić (nevena.vrataric@estudent.hr)

PODRUČJE: Područje za korisničko iskustvo / Odsjek za razvoj korisničkog iskustva i usluga podrške

KATEGORIJA POSLOVNOG SLUČAJA: Korisničko iskustvo / korisnička podrška

NAZIV POSLOVNOG SLUČAJA:

Korisničko iskustvo: Kako će izgledati usluge korisničke podrške u budućnosti?

OPIS TEME POSLOVNOG SLUČAJA:

Hrvatski Telekom (dalje HT) tehnološki je lider i vodeća kompanija na hrvatskom telekom tržištu te najveći privatni investitor u Hrvatskoj.

Kao prava digitalna kompanija kreiramo, stječemo i primjenjujemo najnovija znanja kako bismo korisnicima isporučili najkvalitetniju uslugu, usklađenu s njihovim komunikacijskim potrebama.

A kako vidimo svoju budućnost? I na koji način to želimo postići u idućih nekoliko godina?

U želji da postanemo **lider i na regionalnom tržištu telekomunikacija i digitalnih usluga**, intenzivno radimo na ostvarivanju strateških odrednica: kvaliteti usluga, zadovoljstvu korisnika i daljnjem razvoju širokopojasnog pristupa te usluga s dodanom vrijednošću vezanih uz širokopojasni pristup.

Korisnik i korisničko iskustvo u fokusu je HT strategije.

Svjesni prostora za unapređenje korisničkog iskustva, odnosno zadovoljstva korisnika, te kroz evoluciju telekomunikacijske industrije, kroz konvergenciju s ICT industrijom i industrijom medija, želimo da nam upravo vi, svojim idejama i prijedlozima kažete kako vidite korisničku podršku digitalnim korisnicima u budućnosti!

Za prvih 5 najboljih rješenja, prije same finalne odluke o pobjednicima, napraviti ćemo za Vas i jednu Design Thinking radionicu, na temelju koje ćete imati priliku finalizirati svoje prve prijedloge i ideje (1st draft)

Zadatak: Osmisliti rješenja za korisničku podršku budućnosti, za novo digitalno doba, za nove digitalne korisnike, primjenjivu u razdoblju do 2020. godine.

- Istraživanje:
 - Što je korisnička podrška i koji su uobičajeni načini pružanja korisničke podrške za
 - Najistaknutije industrije, proizvode ili usluge?
 - Koji su specifični oblici korisničke podrške za pružatelje telekomunikacijskih usluga i ICT industriju?
 - U kojoj mjeri odgovaraju potrebama i željama različitih ciljanih skupina korisnika?
 - Prema dostupnim podacima i analizama, koja su očekivanja korisnika – koji načini pružanja korisničke podrške bi najviše odgovarali njihovim potrebama?
 - Koje načine korisničke podrške koriste telekom operateri općenito i telekom operateri u RH i u kojoj mjeri oni odgovaraju potrebama korisnika?
- U interakciji s pružateljem telekom usluga korisnici obavljaju neke specifične poslove/aktivnosti (jobs to be done) – koje su to aktivnosti i za koju od njih smatrate da bi mogli tražiti pomoć od službe za korisničku podršku? Za koje smatrate da postojeći načini pružanja pomoći od strane korisničke podrške nisu u skladu s potrebama korisnika te predlažete razvoj novih načina i/ili kanala pružanja korisničke podrške?
- Razmotrite trendove i nove mogućnosti koje se otvaraju tehnološkim razvojem s ciljem detektiranja novih načina i/ili kanala koji bi se mogli razviti u budućnosti i koji bi više odgovarali potrebama korisnika.

Primjeri tehnologija: AI (artificial intelligence), IA (intelligence assistance), machine learning, social media communication, video communication, predictive analytics.

Napomena: ovi primjeri služe za lakše razumijevanje zadatka no nikako nisu jedini niti obavezni za razmatranje a pri razmatranju treba uzeti u obzir vremenski period u kojem želimo primijeniti prijedloge – u sljedećih 4-5 godina tj. do 2020. godine

- Kojim načinom korisničke podrške bi pojedine ciljane skupine korisnika bili zadovoljni u budućnosti?
- Koje su to komunikacijske aplikacije / tehnologije koje bi mogle zamijeniti i/ili nadopuniti sadašnju korisničku podršku? Primjer za lakše razumijevanje: AI, Shapchat, itd... *Kao i u prethodnoj točki, ovo su primjeri za lakše razumijevanje koji nisu jedini niti jedini obavezni za analizu.*
 - Ciljane skupine (kronološki)
 - Baby boomersi
 - Generacija X
 - Millenials
 - Generacija Y
 - Generacija Z
- Definirati način uvođenja novog oblika korisničke podrške – projektni pristup (business case, utjecaj definiranih mjera na korisničko iskustvo)

DODATNE INFORMACIJE:

Na Internetu se mogu pronaći članci na temu trendova i rješenja korisničke podrške budućnosti. Neka od njih mogu vam pomoći i u kreiranju vaših rješenja:

- <http://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2016/12/05/five-trends-shaping-the-future-of-customer-experience-in-2017/#7e54f2467ad1>
- <http://thenextweb.com/worldofbanking/2016/12/08/is-artificial-intelligence-the-future-of-customer-service/>
- <http://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/winning-the-expectations-game-in-customer-care>
- <https://www.livechatinc.com/blog/multi-channel-customer-service/>, www.userlike.com
- <http://www.smartinsights.com/customer-relationship-management/customer-service-and-support/customerservicechannels>

- <http://www.sparkresponse.com/infographic-8-things-millennials-want-from-customer-services/>
- <https://www.scribd.com/document/82242151/Impact-on-Social-Media-to-Customer-Service>
- <http://www.slideshare.net/AndreHarris1/millennials-bending-the-rules-in-the-workplace-by-ctr>
- <http://www.smartinsights.com/customer-relationship-management/customer-service-and-support/customerservicechannels>

FORMAT RJEŠENJA: (PPT, dodatno tablice i grafikoni koji su korišteni u PPT prezentaciji u Excelu, PDF finalne prezentacije, video); preporučujemo korištenje Design Thinking metodologije za finalno rješenje zadatka, te sažetak radionice u PPT formatu.

OBAVEZNE STAVKE RJEŠENJA:

- analiza općih trendova i analiza trendova u telekomunikacijama i ICT industriji
- formuliranje problema i mogućih smjerova za rješavanje
- analiza potencijala predloženih smjerova/rješenja
- formuliranje preporuka za nova rješenja: nove načine i/ili kanale za pružanje korisničke podrške i analiza utjecaja predloženih rješenja na poslovanje

KRITERIJ BODOVANJA: (primjer kriterija, potrebno prilagoditi slučaju i stavkama rješenja)

Kriterij	Ocjena	Doprinos ukupnoj ocjeni	Ukupno
Cjelovitost rješenja - posjeduje sve obvezne stavke rješenja	0-5	50%	
Izvedivost rješenja	0-5	25 %	
Ukupni monetizacijski potencijal	0-5	25%	
		UKUPNO:	

DODATNE POGODNOSTI:

- Organizacija Design Thinking radionice za prvih pet najboljih rješenja
- Posjet Business Show Room-u Hrvatskog Telekomu, prodajno-izložbenom prostoru koji nudi jedinstvena ICT rješenja i usluge na tržištu. Namijenjen prvenstveno poslovnim korisnicima, prostor koriste i partneri i studenti prirodoslovnih fakulteta koji iz prve ruke mogu testirati najsuvremeniju ICT tehnologiju.
(<https://www.youtube.com/watch?v=4Km0tHRL-Fo>)
- Sudjelovanje na „Znanju četvrtkom“, internom događaju gdje razmjenjujemo znanje i iskustva unutar kompanije, predstavljamo nove projekte, upoznajemo se sa aktualnim temama iz gospodarstva. Predavači su stručnjaci iz Hrvatskog Telekomu, DT-a, ali i vanjski gosti – predavači
- Mogućnost studentske prakse u HT-u