

[ RAZGOVARAO: Stanislav Marušić  
FOTO: Ljiljana Podrepšak ]

# INOVATIVNOST I DODANA VRIJEDNOST - GARANCIJA USPJEHA

Intervju s Grgom Mrkonjićem,  
direktorom prodaje i marketinga  
za Hrvatski Telekom od 1. ožujka  
ove godine

## Kako je tekao Vaš razvojni put?

- Moju karijeru je obilježio stalan rad s uvijek novim tehnologijama, rješenjima i arhitekturama. Započeo sam ju kao razvojni inženjer naprednih telekomunikacijskih rješenja temeljenim na tada potpuno novom SIP protokolu, pred 11 godina. Od 2004. radio sam kao tehničko prodajni konzultant za IMS arhitekturu koja je tada bila u razvojnim povojima, kod kupaca iz Amerike, Kine do Europe i Južne Afrike. Slijedilo je preuzimanje odgovornosti glavnog arhitekta za napredna multimedijalna rješenja i usluge za jednog našeg važnog kupca. Nakon toga odlučio sam prihvatiti izazove u prodaji, prvo za kupce na tržištu Bosne i Hercegovine, Kosova i Albanije a od 1. ožujka ove godine preuzeo sam odgovornost direktora prodaje i marketinga za Hrvatski Telekom (HT).

## Koji su prvi utisci na novoj poziciji?

- Biti odgovoran za prodaju i marketing HT-u je u isto vrijeme velika čast i velika odgovornost. Hrvatski Telekom je dinamični operator koji vrednuje tehnološki napredak, razumije nove poslovne modele i odnose te turbulentnost današnjeg poslovanja u telekomunikacijskoj industriji. Duboko je svjestan sveobuhvatne potrebe implementacije globalne DT strategije pod nazivom „Fix-Transform-Innovate“. Čak štoviše, HT vidim kao pionira i lidera u mnogim područjima implementacije strategije. Srećom, mi s ponosom možemo reći da je Ericsson Nikola Tesla vodeći partner u nastojanju HT-a da implementira grupnu strategiju u cijelosti. Svakoga dana i u svakom aspektu trudimo se pružati najviše što možemo, jer naš kupac i tržište jednostavno to očekuju od nas.



## Kakva je situacija na hrv. tržištu?

- Vrlo je složena, no ništa specifičnija od sličnih tržišta u okruženju. Klasičan organski rast kroz porast broja pretplatnika, više nije moguć. Također, na tržištu se pojavljuju novi pružatelji usluga, koji neviđenom brzinom redefinišu tržište kakvog ga poznajemo. Stoga se operatori moraju okretati novim poslovnim modelima. Mi u Ericssonu Nikoli Tesli potpuno smo svjesni novog tržišnog ustroja te znamo da su samo inovativnost i dodana vrijednost garancija uspješnog poslovanja.

## U kojem području vidite najveće mogućnosti razvoja poslovanja?

- Vrlo smo važan partner HT-u u implementaciji grupne Fix-Transform-Innovate strategije. HT se već duže vrijeme transformira u all-IP pružatelja usluga, gdje je Ericssonovo softwih rješenje u fiksnoj telefoniji tehnološka arhitekturalna okosnica. HT je također daleko odmakao u implementaciji IMS arhitekture, kao napredne i otvorene arhitekture za pružanje novih usluga, s jedne strane, i kao generator znatnog smanjivanja operativnih troškova poslovanja, s druge strane. Tako na

primjer, HT već danas ima skoro 50.000 korisnika kojima pruža komercijalne usluge preko IMS-a, sa stalnom migracijom novih korisnika. Ericsson Nikola Tesla, kao centar izvrsnosti za IMS kompetencije, na manje od kilometar udaljenosti od poslovnih prostora našeg partnera, jako je važna karika uspjeha HT-a u području transformacija mreža. U području Innovate dijela strategije HT-u možemo ponuditi niz kreativnih naprednih rješenja kojima će krajnjim korisnicima pružati konvergentne usluge, za poslovni segment korisnika koji očekuju jednostavan, intuitivan i svuda dostupan unificiran način komunikacije, kao i za privatni segment ciljanjem na napredne multimedijalne konvergentne komunikacije ili integracije s televizijskim i internetskim sadržajima. Povećanje suradnje očekujem i u područjima pristupnih i transportnih mreža novih generacija te u poslovanju u M2M području, gdje se očekuje eksponencijalni porast potrebe za takvim tipom komunikacije, s IMS-om kao idealnom arhitekturalnom okosnicom za pružanje takvih usluga. DT grupa u 2015. godini očekuje više od 1 milijarde eura prihoda upravo u tom poslovnom segmentu.