

Atraktivni i inovativni marketing novih proizvoda i usluga preduvjet je poslovnoga rasta.

U potrazi za novim poslovima



U našoj je kompaniji s početkom godine pokrenut strateški program Marketing i inovacije. Cilj programa je podržati šira kompanijska nastojanja da se održi trend poslovnoga rasta fokusiranim aktivnostima stvaranja i razumijevanja novih poslovnih prilika na tržištima na kojima Ericsson Nikola Tesla djeluje.

Marketing i inovacije su nadopunjujući procesi u Ericssonu Nikoli Tesli. Naime, Ericsson Nikola Tesla mora inovirati ukoliko želi imati zadovoljne kupce te biti u prednosti pred sve zahtjevnijom konkurencijom. Uz sve brži slijed tehnoloških i poslovnih promjena sve je važnija integracija marketinških aktivnosti s razvojem novih usluga, proizvoda i poslovnih modela.

Boris Drilo, voditelj programa Marketing i inovacije kaže:



„Ericsson Nikola Tesla je jedna od malobrojnih kompanija u Republici Hrvatskoj koja je sve popularnije teže o ponovnom izumu same organizacije (engl. reinventing) uspjela dokazati u svojoj poslovnoj praksi. Transformacija od klasičnog proizvođača telekomunikacijske opreme do današnjeg sofisticiranog isporučitelja znanja i glavnog regionalnog kreatora tehnoloških i poslovnih trendova u konvergenciji telekomunikacijske, informatičke i medijske industrije trajala je tek nekoliko godina. Pri tome smo naučili da je stvaranje, a ne slijeđenje promjena ključno za postizanje uspjeha. U tom smislu program Marketing i inovacije djeluje usuglašeno s kompanijinom strategijom u smjeru otkrivanja novih poslovnih mogućnosti te poticanja kreativnosti i poduzetnosti kompanijinih zaposlenika. Moje osobno zadovoljstvo je to što u radu u sklopu programa možemo računati na vrhunske kompanijine stručnjake.“

I neki od članova tima pridružili su se ovom komentaru o značaju i ulozi programa u cjelovitom spektru kompanijinih aktivnosti. Kako važan dio programa predstavljaju i inovacije, više o ovome njegovom dijelu rekao nam je dr. sc. Saša Dešić, odgovoran za istraživanje i inovacije u Institutu za telekomunikacije Ericssona Nikole Tesle:

„Inovacije i inovativnost je nešto što svaka tvrtka mora razvijati i njegovati. U našoj kompaniji smo odlučili intenzivirati poticanje i podršku inovativnosti naših zaposlenika primjenom organiziranog

pristupa prikupljanju, evaluaciji i razvoju ideja zaposlenika. Trenutačno se bavimo osmišljavanjem i uspostavljanjem

novoga procesa koji će povezati sve entitete u kompaniji koji se bave inovacijama. Novi proces se bazira na procesu koji se već godinama „brusi“ u našem istraživačko-razvojnog centru. Uvođenjem novih entiteta na kompanijskoj razini omogućit će se bolja koordinacija i kvalitetnija po-



drška inovativnosti zaposlenika.“

Ivan Barać, menadžer odgovoran za suradnju s BH Telecomom, bosanskohercegovačkim operatorom svoje djelovanje u programu vidi kao priliku za doprinos promociji i kreiranju novih i inovativnih rješenja i usluga koje su u skladu sa svjetskim trendovima, ali i u potpunosti prilagođena postojećim tržištima i kupcima naše kompanije:

„Vjerujemo da će se aktivnostima osmišljenim u sklopu programa Marketing i inovacije omogućiti iskorak prema novim kupcima i tržištima. Jedan od ciljeva programa je kreiranje novih i prilagodba tradicionalnih poslovnih modela novoj ekonomiji znanja. To sa sobom donosi promjenu načina vrednovanja rješenja i usluga što je vrlo važno za zadržavanje vodeće pozicije Ericssona Nikole Tesle na našim tržištima. Ovo je nastavak kontinuiranih napora naše kompanije usmjerenih na još veći doprinos rastu poslovanja naših kupaca i prepoznatljivosti Ericssona Nikole Tesle kao partnera koji svojim kupcima donosi višestruku dodanu vrijednost i omogućuje im unaprjeđenje postojećih te kreiranje novih poslovnih modela i načina poslovanja.“



UZ SVE BRŽI SLIJED TEHNOLOŠKIH I POSLOVNIH PROMJENA SVE JE VAŽNIJA INTEGRACIJA MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI S RAZVOJEM NOVIH USLUGA, PROIZVODA I POSLOVNIH MODELA.