



## TRŽIŠTE

Telekomunikacije su osnovna potreba ljudskog društva na početku trećeg milenijuma. One znače težnju da informacije pretvorimo u reči i slike kako bismo ih lakše, bolje i brže poddelili sa svetom. Zato je uloga svih telekomunikacionih kompanija ista, ali ih razlikuje mera u kojoj uspevaju da ostvare vezu sa korisnicima, a složene usluge pruže na način dostupan svima. Delujući sa sloganom „Dobre stvari pokreću svet“, kompanija Telenor Srbija je odmah privukla veliku pažnju korisnika za svoje ponude, zabeležila značajan rast na tržištu i, konačno, povelu u „igri velikih brojeva“ kao operator sa najvećim učešćem u ukupnom prihodu od mobilne telefonije u zemlji. Samo u prvom tromesečju 2012. godine prihodi ove kompanije iznosili su 9,339 milijardi dinara, što je povećanje od 7 procenata u poređenju sa istim periodom prethodne godine. Udeo na tržištu mobilnih telekomunikacija prema broju korisnika je prevazišao 35 odsto, a danas se više od 3 miliona korisnika širom Srbije opredeljuje baš za Telenor mrežu da bi dobre stvari poddelili sa onima do kojih im je stalo.

## DOSTIGNUĆA

Savremeni svet sve više živi on-lajn, što znači da je njegovim stanovnicima veoma važno da im pogodnosti interneta budu dostupne uvek, i na svakom mestu. Telenor je još 2008. bio prva kompanija koja je uvela besplatni internet na otvorenom, u Studentskom parku u Beogradu. Zatim je otvorio još 30 internet parkova u 15



gradova širom zemlje. Iste godine Telenoru je dodeljena nagrada VIRTUS, u kategoriji posebnog nacionalnog doprinosa, zahvaljujući projektu „Povezivanje“, koju kompanija vodi u saradnji sa Ministarstvom zdravlja Republike Srbije i UNICEF-om. Prestižno priznanje Telenor osvaja već dva puta – poslednji put za dugoročno partnerstvo poslovnog i neprofitnog sektora u 2011. godini. Telenor je na domaćem tržištu uveo koncept PRENESI paketa, koji omogućuje korisnicima da sav saobraćaj koji ne iskoriste u tekućem mesecu prenesu u naredna tri. Ovi paketi su izdvojili brend od ostalih u oblasti telekomunikacija. Kako je potražnja za pametnim uređajima sve veća, potrebna je posebna infrastruktura da bi se iskoristile njihove neslućene mogućnosti. Tako je, od dolaska na srpsko tržište, jedna od najvećih kapitalnih investicija Telenor Pametna mreža, koja radi na savremenoj HSPA+42Mbps tehnologiji i spremna je da podrži napredne usluge i najmodernije uređaje. Već u julu 2012. godine, unapređenjem svih 3G baznih stanica, Pametna mreža pokrila je celu Srbiju. Korisnicima je omogućeno najbolje iskustvo surfovanja na telefonu, tablet ili laptop računaru, uz do 10 puta veću brzinu protoka u poređenju sa starom mrežom. Pokrenut je i digitalni portal „Dobre stvari“, namenjen svim pripejd i postpejd korisnicima Telenora, ali i korisnicima drugih operatora. Ovaj portal omogućuje preuzimanje omiljene muzike, igrica i drugih zabavnih aplikacija, u delu Telenor Market, sakupljanje svih značajnih on-lajn sadržaja na jednom mestu, kao i brigu o telefonu i tarifnom paketu, lako i jednostavno. Telenor je kompanija koja misli i na one kojima dostignuća savremene tehnologije nisu nadohvat ruke. Društveni klub za decu i mlade sa

smetnjama u razvoju, osnovan u okviru Specijalne škole za osnovno i srednje obrazovanje „Vukašin Marković“ u Kragujevcu, snabdela je računarskom opremom, besplatnim pristupom internetu, edukativno-zabavnim materijalima i nameštajem, i omogućila njegov rad na duge staze. EMG (Ekonomist medija grupa) je za ovaj projekat nagradila Telenor priznanjem za doprinos društveno odgovornom poslovanju.

## ISTORIJAT

Sa više od 155 godina iskustva u telekomunikacijama, Telenor je najveća telekomunikaciona kompanija u Norveškoj, i šesti po veličini mobilni operator u svetu, sa vlasničkim interesom u 11 kompanija širom Evrope i Azije. Kada je pre sedam godina kupio srpsku kompaniju Mobi 63 za 1,5 milijardi evra, Telenor je postao najveći strani investitor u Srbiji. Ova vodeća norveška kompanija i jedan od operatora sa najbržim rastom u svetu, stupila je na srpsko tržište sa namerom da uveze i razvije nove standarde u poslovanju i pokaže svojim korisnicima šta sve mogu sa mobilnim uređajima. Pošto je ponudila širok spektar proizvoda i usluga kakvih do tada nije bilo u zemlji, usledilo je ulaganje u novo pozicioniranje na tržištu, unapređenje odnosa sa korisnicima, neprestano proširenje usluga, kao i podrška odabranim, društveno odgovornim projektima. Imperativ je bilo pružanje inovativnih sadržaja koji se uklapaju u svakodnevne potrebe pojedinca, zbog čega je pored mobilne komunikacije Telenor započeo poslovanje i u oblasti interneta i fiksne telefonije. U martu 2007. osnovana je Telenor Fondacija, koja pokreće i podržava projekte kako bi oživela društvene potencijale i dala doprinos razvoju našeg društva, putem inicijativa koje donose efikasna i dugoročna rešenja. Do danas je ostvareno preko 120 projekata koji pružaju humanitarnu podršku društveno ugroženim grupama, obrazovanju i profesionalnom usavršavanju mladih, ali i razvoju umetnosti i kulture, i pokreću rešavanje problema životne sredine. Tokom svih proteklih godina, kompanija Telenor ne odstupala od poslovanja u skladu sa svojim osnovnim vrednostima, doprinosi rastu i razvoju zajednice i društva, i čini komunikaciju jednostavnijom za svoje korisnike. U isto vreme, Telenor predstavlja i prestižno radno mesto u Srbiji.



## PROIZVODI/USLUGE

Ključ uspešne komunikacije leži u kombinaciji napredne usluge, krojene prema specifičnim potrebama svakog korisnika, i „pametnog“ uređaja. Zbog toga Telenor sadašnjim i potencijalnim korisnicima u svakom trenutku stavlja na raspolaganje sve veći izbor mobilnih telefona, tablet i laptop računara, a uz njih i usluge koje će im omogućiti istraživanje i upotrebu svih prednosti modernih tehnologija. Tu su kada su najpotrebniji za sve one koji koriste postpejd minute, poruke i neograničen internet, a tu je i veliki izbor PRENESI paketa. Za korisnike interneta, uvek i na svakom mestu, uz kombinaciju modernih laptop ili tablet računara i SURFUJ paketa, i uz samo jedan dodir, Telenor donosi omiljeni on-lajn sadržaj, bilo da je reč o video-klipovima ili komunikaciji sa prijateljima na Fejsbuku i Tviteru. Komunikacija odražava lični karakter i važno je da može u potpunosti da se prilagodi svakom korisniku. Telenor je pripejd korisnicima pružio priliku da po svojoj meri skroje paket usluga kojima se najviše služe i jednostavnim pozivanjem koda \*111#, na servisu Moj Meni, pronađu sve što ih interesuje, od aktualnih ponuda i korisnih informacija, do tarifnih dodataka i usluga.



## NAJNOVIJI PODUHVATI

Neprestano unapređenje proizvoda i usluga i njihovo plasiranje korisnicima uslov je boljeg pozicioniranja svake kompanije na tržištu, koje je sve dinamičnije. Tako je i jedan od najvećih poslovnih izazova održavanje prepoznatljivog kvaliteta i kreiranje pozitivne i interesantne komunikacije. U Telenoru znaju da se vrednosti mobilnog operatora mere i stepenom integracije u sve sfere života njegovih korisnika. Stoga su napore Telenora u protekloj godini vezani za ulaganje u razvoj pripejd, postpejd usluga i izgradnju Pametne mreže, koja pruža najbolje iskustvo surfovanja internetom korisnicima širom Srbije, kao i za kreiranje najboljih roving tarifa, za bezbrižnu komunikaciju u inostranstvu. Telenor je, kao generalni sponzor olimpijskog tima Srbije,

učestvovao u promociji razvoja domaćeg sporta. Pružio je podršku našim olimpijcima i organizacijom brojnih manifestacija afirmisao sportske vrednosti među svojim korisnicima. Vodeća telekomunikaciona kompanija u Srbiji je i primer posvećenosti smanjenju potrošnje energije i emisije ugljen-dioksida, i ova načela sprovodi putem projekata „Zelene kancelarije“, „Zelene mreže“ i „Zelene milje“.

## PROMOCIJA

Brend koji se bavi komunikacijom mora neprestano da drži korisnike u toku o tome kako da najlakše prenesu svoje informacije, ideje, razmišljanja. U komunikacionom lancu važno je stati na stranu individualnosti, zadovoljiti pojedinačne potrebe za inovacijama, i umesto trgovine uslugama, ponuditi razmenu iskustava. Poruke moraju da budu pouzdane i jednostavne, sa optimističnim i jasnim tonom. U korenu Telenor komunikacije nalaze se ambicija i inspiracija, koje pokreću i povezuju korisnike. Upravo o tome govori popularni slogan „Dobre stvari pokreću svet“, koji prepoznaju ne samo korisnici nego i oni koji (još) nisu upoznali prednosti ovog brenda. U tom smislu, prilikom izrade, a naročito komunikacije određenih promocija, zaposleni u Telenoru se trude da korisnicima uvek ponude dodatnu emotivnu vrednost koju će oni biti u stanju da prepoznaju i izaberu. Igra brojkama i stalna licitacija koja se odvija na srpskom tržištu telekomunikacija često zbuñuje korisnike. Upravo zato je važno diferencirati se od konkurencije ponudom koja je vrlo jasna i transparentna, uvek insistirati na kvalitetu i imati na umu stvarne potrebe korisnika.

## VREDNOSTI BRENDIA

Naša vizija je jednostavna: Telenor je tu da omogući korisnicima da iskoriste sve prednosti modernih komunikacionih usluga u svakodnevnom životu ili, kako to objašnjava slogan, „Tu smo da pomognemo“. Telenor teži da bude pokretačka snaga u oblasti mobilne telefonije u Srbiji i da uvek nudi kreativna, inovativna i jednostavna rešenja za svakoga. Definisani ciljevi i vizije se prenose na sve zaposlene kao svojevrsan vodič za komunikaciju unutar kompanije i brigu o njenim korisnicima. U pogledu tih ciljeva, Telenor grupa zasniva svoju strategiju na osnovnim vrednostima, koje glase: *Be respectful, Make it easy, Keep promises i Be inspiring*. Zato se svi u kompaniji trude da svakodnevno održe postavljena obećanja, inspirišu i da, uz pomoć novih ideja, komunikaciju učine jednostavnijom za korisnike širom sveta, uz uvažavanje njihovih različitosti. Inovacije koje

Telenor uvodi uvek su motivisane željom da se tržištu ponudi najbolje korisničko iskustvo. Sam Telenor brend je „izgrađen oko ljudi“. Zato se uvek traže novi načini da se osigura najkvalitetnije moguće iskustvo sa uređajima i servisima. Inovacije u korisničkom iskustvu uvek su utemeljene na upotrebnosti vrednosti usluga, a ne na tehnološkim novinama. Upravo zato Telenor organizuje veliki broj istraživačkih poduhvata čiji je cilj bolje razumevanje korisnika i tržišta, i najbolje korisničko iskustvo u oblasti telekomunikacija. Potvrdu da je na pravom putu, kompanija dobija svakodnevno i iz najpouzdanijeg izvora: više od 3,2 miliona korisnika širom Srbije odabrala su Telenor mrežu da bi dobre stvari poddelili sa svima koji su im važni.

## ONO ŠTO NISTE ZNALI TELENOR

- Posle punog veka od prvog učešća na Olimpijskim igrama u Stokholmu 1912, Telenor je u saradnji sa Olimpijskim komitetom Srbije postavio Olimpijski sat, koji je odbrojavao vreme do početka Olimpijskih igara u Londonu 2012. Sat je postavljen preko puta beogradskog hotela Moskva, i izbor lokacije nije slučajna: upravo na tom mestu je 1910. godine osnovan Srpski olimpijski klub.
- Telenor redovno učestvuje u globalnoj akciji „Sat za našu planetu“, koju organizuje nezavisna fondacija World Wildlife Fund. Svake godine, poslednje subote u martu, u celom svetu se gase svetla na jedan sat, između 20.30 i 21.30, a Telenor gasi svetleće reklame i svetla u svojim zgradama u znak podrške ovoj akciji.
- Kod Kule Nebojša, na 400 kvadratnih metara, Telenor je partnerski izgradio ekopark sa solarnom rasvetom, poklonivši Beogradanima zelenu oazu koja će ih stalno podsećati na važnost zdrave životne sredine. Projekat je nagrađen Zelenom zvezdom Fonda Ecotopia, a akcija proglašena najboljom društveno odgovornom kampanjom u 2011. godini.
- Kolekcija savremene umetnosti koju čine dela nekoliko desetina srpskih umetnika stalno je izložena u Telenorovim poslovnim prostorijama u Beogradu.