

Page: 1

Reach: 0

Country: SERBIA

Size: 380 cm2

1 / 1

### Ključ je u temeljnoj pripremi

Novogodišnji praznici su pred vratima. Vreme velike užurbanosti i pretpraznične euforije, kako u svakodnevnom životu, tako i u poslovnom svetu. Svi se trudimo da ovo najlepše doba godine učinimo još lepšim, da usrećimo nama drage ljude, da sa njima budemo u kontaktu, čak i kada to fizički nismo, da se provedemo kao nikad do sad, da putujemo ili da što više vremena provedemo kod kuće.

Ukoliko se bavite komunikacijama u kompaniji, pretpraznično raspoloženje osećate i među zaposlenima i među korisnicima. Svi baš tada žele nešto da kažu i privole korisnike na svoju stranu. Advokati, kozmetičarke, nutricionisti, svi žele svoje parče kolača. Kako se onda razlikovati u moru predvnih priča koje čekaju da budu ispričane u ovo doba godine?

U decembru realizacija velikih kampanja ulazi u foto finiš. Onaj ko nije uhvatio brzi voz na vreme, neće uspeti da se ukrca. Zato iza svake dobro realizovane kampanje stoji višemesečno planiranje i projektovanje. Ključ je u dobroj i temeljnoj pripremi.

Isto tako, potrebno je znati šta je to što je korisnicima u tom trenutku potrebno. U Telenoru uvek razmišljamo o onome šta bi naši korisnici voleli. Da li je to kupovina novog uređaja sebi ili nekoj dragoj osobi na poklon, da li je to želja da korisnici budu u kontaktu sa svojim najdražima, da sa njima podele najlepše trenutke putem društvenih mreža. Uvek su nam u fokusu. Tako smo ove godine uveli nešto potpuno drugačije na tržište i napravili pionirski poduhvat. Prvi put smo objedinili usluge Telenora i Telenor banke, prve mobilne onlajn banke u regionu. Želimo da budemo inovativni i zanimljivi, jer znamo da ćemo tako uvek biti prvi izbor korisnika.

A da bi naša poruka do korisnika uopšte stigla, potrebno je da bude jasna i precizna, da se ne izgubi u mnoštvu šumova tokom praznika. Zamislite samo koliko poruka dolazi do medija tokom praznika! Koliko je samo skućen prostor za koji se bori mnogo igrača. Upravo zbog toga treba imati na umu da se svakoj priči priđe na poseban način, da se razmisli o tome šta može biti zanimljivo da se pročita. U Telenoru svake godine nakon novogodišnje noći plasiramo informaciju o tome koliki je protok saobraćaja, koliko sms poruka je poslato, mms-ova, koliko je bilo opterećenje mreže. Od prošle godine i količinu terabajta, jer se prilagođavamo trendovima i načinu na koji naši korisnici komuniciraju. I uvek imamo pozitivan odziv medija.

Ali u današnje vreme ne komuniciramo samo putem tradicionalnih medija. Prema Istraživanju Adobe Digital Index 2013 Online Shopping Forecast, oko 36 odsto korisnika kaže da koristi društvene medije prilikom donošenja odluke o kupovini tokom praznika. Kao što biramo kanal kojim ćemo se obratiti, tako je potrebno prilagoditi jezik celokupnoj atmosferi. I na dobrom ste putu!

Tokom praznika nikako ne treba zanemariti zaposlene. Potrebno je i njima prići na opušteniji i topliji način, učiniti da se osećaju prijatno i posebno. Svake godine organizujemo druženje zaposlenih i njihovih mališana u našim prostorijama. Taj dan je zaista poseban, odiše prazničnom atmosferom i osmesima. Nezaobilazni su i godišnji sastanci sa menadžmentom, proslava velikih i malih pobeda. A novogodišnji praznici su pravo vreme za to: slavimo postignute uspehe i spremni dočekujemo nove izazove!

**Jovana Zelić, Media Specialist, Telenor**