



'Naši korisnici ne trebaju brinuti o tome kako se služiti uslugama, već samo uživati'



Diego Perez Tenessa Izvor: Licencirane fotografije Bonbon, Autor: Bonbon

- Autor: **Nikola Sućec**
- 18.5.2016 9:22:32
- 18.5.2016 6:52:00

Bonbon je neovisan pristup telekomunikacijama koji je uveo Hrvatski Telekom (HT) prije pet godina. Bonbon pruža svoje usluge putem mreže HT-a, a zahvaljujući neovisnosti i fleksibilnosti koje su mu dane, ispunjava zahtjeve najzahtjevnijih korisnika

S takvom razinom ambicije i predanim mladim timom (kojemu nije strano ni pojaviti se u ulogama u reklamnim spotovima), bonbon je *de facto* postao najmiljeniji telekom, posebice zbog svojeg radikalno drukčijeg pristupa, od proizvoda do komunikacije, društvenih mreža i pristupa korisniku, tvrdi **Diego Perez Tenessa**, voditelj bonbona, s kojim smo porazgovarali o planovima i posebnostima te mobilne mreže.

Koliko ste dugo na čelu bonbona i koji su vaši najveći uspjesi?

Bonbon vodim već **dvije godine** i ponosan sam jer možemo reći da smo apsolutni lider na hrvatskom tržištu u ostvarivanju zadovoljstva korisnika. Posebno me veseli činjenica da je i najbliži konkurent daleko je iza nas. Ovi rezultati nisu slučajnost jer ponude koje kreiramo odgovaraju stvarnim korisničkim



potrebama. Jednostavnost, transparentnost, dostupnost i brzina vrijednosti su koje provlačimo kroz sve što radimo: kod nas nema prostora za skrivene troškove, nudimo portfelj fenomenalnih uređaja po vrlo pristupačnim cijenama, optimizirali smo procese kako bi naši korisnici u najkraćem mogućem roku realizirali svoje usluge (kao što je preseljenje broja u bonbon iz udobnosti vlastitog doma te bez potrebe za odlaskom na bilo kakvu fizičku lokaciju).

Ponosite se i svojom korisničkom službom?

Možemo se pohvaliti najbržom službom kojoj je moguće pristupiti preko svih tradicionalnih i modernih platformi: telefonom, elektroničkom poštom, Facebookom, Twitterom... Od prošle godine naši korisnici mogu odabirati svoje usluge i uređaje na najmodernijem i najpristupačnijem prodajnom mjestu za telekomunikacijske usluge u Hrvatskoj, a sve dostupniji smo i kroz partnerske kanale. Već drugu godinu zaredom i naša komunikacija s korisnicima nagrađena je prestižnim nagradama Effie... Kao što možete vidjeti, napravili smo mnogo za najbolje iskustvo naših korisnika, a naša najveća nagrada je pozitivan odgovor tržišta.

Što je posebno u bonbonu u odnosu na konkurenciju?

Jednom riječju: sve. Ali ponovno bih istaknuo način na koji vodimo brigu o korisnicima. Za bonbon je svaki korisnik friend. Iz tog razloga, na primjer, nikada se korisnicima ne obraćamo s 'vi', već s 'ti'. Znamo koliko su važni povjerenje i poštena zamjena vrijednosti za novac te zato pažljivo postupamo sa svakim korisnikom i nudimo mu samo ono što je najprikladnije za njega. Svoje proizvode oblikujemo posvećujući veliku pozornost načinu na koji se korisnici služe svojim telefonima.

Ponudili ste i veće podatkovne pakete?

Prvi smo ponudili kombinirane pakete i veće pakete podatkovnih usluga kroz paket od 5GB i tako direktno odgovorili na zahtjeve korisnika. Izuzetnu pozornost posvećujemo i iskrenosti u komunikaciji s korisnicima i medijima. Na primjer, kada smo bili suočeni s problemima povezanim s isporukom, uvijek smo otvoreno priznali problem, što nas izdvaja u odnosu na ostale i korisnici su vrlo pozitivno reagirali na takav osvježavajući i direktan pristup.

Bonbon je osvojio nagradu za marketinšku kampanju 'Nevjernici'. Koji su vaši budući marketinški i poslovni planovi za ovu godinu?

I dalje ćemo kontinuirano raditi na pronalaženju i kreiranju novih rješenja koja će u svakom trenutku odgovarati potrebama korisnika. Razmatramo i nove modele kojima ćemo povećati transparentnost i pravednost u naplati telekomunikacijskih usluga i koji će rezultirati optimalnim rješenjima za naše korisnike. Jednako tako, radimo na rješenjima i aplikacijama kojima ćemo ne samo osnažiti korisnike, već ćemo zapravo upravljati njihovim potrebama na predvidiv način. Učit ćemo iz navika i ponašanja korisnika kako bismo im omogućili da se manje brinu o tome kako se služiti telekomunikacijskim uslugama, a više da uživaju u njima.