



Administratie

Arta cultura

Biologie

Casa gradina

Diverse

Economie

Agricultura

Asigurari

Business

Comert

Contabilitate

Finante

Geografie

Gradinita

Istorie

Jurnalism

Limba

Literatura romana

Management

Medicina

Personalitati

Profesor scoala

Sociologie

Stiinta

Tehnica mecanica

Timp liber

Anunturi Google

Inchirieri masini

Cutie automata sau manuala, toate taxele incluse kilometri nelimitati
www.inchirieri-de-masini.eu

Telefonie prin Internet

Testeaza gratuit: 15 minute bonus Tarife convorbiri fix 1,7¢ mobil 8¢
www.callromania.ro/Suna_ir

Send sms text messages

Send sms text messages free Send sms messages to anywhere
www.somaliaonline.com/sms

Global M2M SIM Services

Global M2M Connectivity Provider Real time SIM provisioning
www.NextM2M.com

Free English Translation

Translate Single Words & Full Text In a Click. Get Your Free Download!
www.Babylon.com

De la Connex la Vodafone

Business

Free Emoticons\Smileys Amazing new Smileys & Emoticons! works with messengers and emails. sweetim.com

Low cost SMS, free trial 500 Euro in savings per year 50% discount on any SMS you send www.agiletelecom.com

**De la Connex la Vodafone**

Pentru a vedea mai bine cum se dezvoltă o companie și serviciile ei, cum încearcă să-și atragă clienții și să îi fidelizeze, vom prezenta în următoarele pagini exemplul companiei Connex, devenită ulterior Vodafone.

Telefoanele mobile nu mai sunt demult un lux, au devenit o necesitate. Trăim în era informației, a comunicației, a vitezei și ne este greu să ne imaginăm viața de zi cu zi fără acest mijloc de a ține legătura cu cei din jur. Ba mai mult, celularele astăzi oferă posibilitatea navigării pe internet, a schimbului de date, a vizualizării de videoclipuri și de programe TV, ca să nu mai vorbim de fotografiere și filmare, sau de ascultarea muzicii. Ele sunt astăzi niște mici PC-uri portabile.

În urma cu 10 ani lucrurile nu stăteau deloc așa. Nimeni nu-și putea închipui tot ceea ce nouă acum ni se pare firesc în ceea ce privește telefonie mobilă. În România, primul operator de telefonie mobilă a fost Connex, o marcă înregistrată a MobiFon S.A., o filială a Telesystem International Wireless Inc (Canada). Un alt acționar important era Vodafone (Marea Britanie). Data lansării a fost 15 aprilie 1997, asta după doar 135 de zile de la aprobarea licenței, ceea ce a însemnat un record mondial în domeniul telefoniei mobile. În primul an de activitate apare și prima diversificare a ofertei, și anume, lansarea serviciului pre-plătit (pre-paid), materializat de cartela Connex Go. La sfârșitul anului aveau 112.000 de clienți, în ciuda faptului că abonamentul costa 12 dolari pe lună, iar taxa de conectare era de 50 de dolari. În plus aveau de a face și cu concurența Dialog, lansată pe 6 iunie.

O altă premieră pentru Connex este posibilitatea de a trimite SMS-uri, care apare la un an de la existența companiei. Astfel începea atât dezvoltarea serviciilor, dar și acumularea unui număr din ce în ce mai mare de clienți. La finele anului 1998 aveau 325.000 de utilizatori.

În 1999, când însă și ideea de internet era nouă și neobișnuită, Connex oferă, serviciul X-net. Tot în acest an apare și tehnologia HSCSD (High Speed Circuit Switched Data). Dincolo de eforturile făcute de a extinde rețeaua de acoperire (o antenă fiind instalată la 1904 m altitudine, în munții Ceahlău), reușind să se extindă la 90% din populație, fac și un gest de caritate, venind în ajutorul comunității, donează celulare serviciului de ambulanță Oradea. Și astfel, depășind orice așteptări, încheie anul cu 702.000 de clienți, care la un sondaj făcut de revista Business Central Europe, votează compania ca fiind numărul unu în România. Connex își atinge scopul de a pune clienții pe primul plan și de a le oferi servicii de calitate.

În anul 2000, Connex își îndreaptă atenția către tineri organizând cea mai mare competiție de snowboard din România, în Poiana Brașov. Ei oferă premii, constând în diverse pachete de servicii, organizează concerte, concursuri și alte evenimente speciale, inclusiv de Ziua Îndrăgostiților. Connex ia parte, la data de 1 februarie, la proiectul Consiliului interministerial pentru siguranța rutieră, prin sistemul de informare meteo-rutieră, de pe DN 1 astfel facilitând schimbul de date între stațiile locale și sediul central al Administrației drumurilor naționale București.

Un gest pe care compania îl face pentru a le mulțumi clienților săi, la capătul unei oferte atrăgătoare de iarnă, este premiarea lor cu 7 mașini din gama Nissan. La tragera la sorți participau cei care se abonaseră în perioada 22 noiembrie 1999 – 8 ianuarie 2000, și care beneficiau și de conectare gratuită și abonament gratuit în primele trei luni, plus telefoane la preturi promotionale. Se continuă

english.com[Anunturi prin Google](#)**ALTE DOCUMENTE**[HEMEL - 100% NATURAL](#)[Maximizarea valorii pe termen lung a proprietarilor](#)[6 idei preconcepute la lansarea unei afaceri](#)[Tehnici de influențare a celuiialt](#)[ASPECTE TEORETICE SI PRACTICE PRIVIND DOCUMENTELE SI REGISTRELE OBLIGATORII IN DERULAREA UNEI AFACERI](#)[Cum investesc 10.000 RON?](#)[ANALIZA PROCESULUI DE INITIERE SI DEZVOLTARE A UNEI AFACERI](#)[ANALIZA FINANCIARA PE BAZA DE BILANT](#)[ANALIZA ECHILIBRULUI FINANCIAR](#)[ANALIZA ECHILIBRULUI PORTOFOLIULUI DE ACTIVE](#)

Google™ căutare personalizată

Căutare

ideea de extindere a numărului de clienți, mai având însă de lucrat la fidelizare. Apare și primul abonament care oferă posibilitatea de a plăti mai puțin pe minut cu cât conversația este mai lungă, împreună cu o taxare nediferențiată în funcție de ora efectuării apelului. Clienții vizați sunt persoanele dinamice, dornici să fie în contact cu cei din jur la orice oră din zi și din noapte.

Connex vine în întâmpinarea clienților cu o altă noutate, service pentru telefoanele mobile. Colectarea și livrarea se face prin intermediu centrelor Prioripost aflate în 41 de orașe, reparația lor nu durează mai mult de 7 zile și tot ceea ce trebuie să facă utilizatorul este să sune la serviciul de relații cu clienții pentru a stabili data și locul depunerii telefonului. Deasemenea, la aniversarea a trei ani de activitate, reduce costurile apelurilor cu 50%, pe data de 15 aprilie, în semn de recunoștință față de consumatori.

Pe 11 martie Connex își îmbunătățește serviciile de internet, adresându-se de data aceasta în special companiilor. Transferul de date devine mai rapid și mai ușor. Pe 6 iunie își îndreaptă din nou atenția către tineri lansând în premieră serviciul SMS Chat. Continuând pe aceeași linie, vrând să își consolideze imaginea de inovator și leader de piață organizează un eveniment, pe clădirea neterminată de lângă sediul din Nerva Traian, care cuprindea concerte, alpinism urban, jocuri de lumini, spectacole de dans. Se implică de asemenea în organizarea unor jocuri de vară la mare și a unui festival de umor negru. Nu uită de comunitate și se implică în strângerea de fonduri pentru protecția copilului, oferind 300 de echipamente de protecție centrelor de copii și juniori.

La 1 august lansează în România tehnologia WAP, care permite accesul la internet de pe telefonul mobil și un nou concept de serviciu, reprezentat de cartela reîncărcabilă Kamarad. Aceasta oferă posibilitatea alegerii unui număr din rețea cu care utilizatorul poate vorbi la un tarif preferențial, astfel clienții pot ține legătura mai ușor cu persoana apropiată. Serviciul SMS se extinde, astfel făcând posibilă transmiterea mesajelor scrise între cele două companii concurente, Connex și Dialog (Orange-ul de astăzi).

Anul se încheie cu oferte promoționale, cu un cadou de 1 milion de minute gratuite consumatorului cu numărul 1 milion, cu convorbiri gratuite în rețea în ziua de crăciun, și premiază câștigătorul concursului My X Mobilewear, cu o excursie în insulele Maldive.

În anul 2001 Connex lansează o nouă campanie de imagine în ceea ce privește segmentul serviciilor de internet. „re.inventeză.te” merge pe aceeași linie de inovație căreia îi este fidelă compania, dorința lor fiind să promoveze ofertele Xnet, dar și internetul în general. Încearcă să se adreseze în special grupurilor sociale și categoriilor de vârstă care încă nu știu avantajele pe care le poate oferi internetul. Astfel clipurile publicitare prezintă 4 oameni simpli, un apicultor, o gospodină, un lăutar, un tânăr cu aspirații de dj, care cu ajutorul unei pagini web au reușit să își dezvolte afacerea sau hobby-ul. Campania dă rezultate, Connex reușind să ajungă la 100.000 de utilizatori ai serviciului Xnet, până la jumătatea anului.

Connex încearcă și o asociere a celor două servicii, de internet și de telefonie mobilă, dorința lor fiind să îi transforme pe utilizatorii unuia dintre ele și în utilizatori ai celuilalt. Astfel ei oferă posibilitatea primirii sumarului facturii telefonice pe mail, și un nou serviciu adresat în special tinerilor dar și adulților, ConnexPlay. Prin intermediul lui se pot descărca logouri, imagini, tonuri de apel, care pot fi vizualizate respectiv ascultate pe site-ul companiei. De asemenea se pot accesa camere de Chat publice și jocuri, se pot solicita bancuri sau horoscopul zilei. Pentru a atrage cât mai mulți clienți spre această nouă utilitate, în luna apariției sale există tarife promoționale foarte accesibile, în special pentru clienți mai fideli, adică abonații.

Mergând tot pe ideea de progres, Connex oferă 20.000 de dolari Asociației române de debateri, oratorie și retorică, pentru educarea și formarea tinerilor cu potențial. Deasemenea organizează cursuri de specializare în cadrul Facultății de Electronică și Telecomunicații din cadrul Universității București.

Din luna iunie încep ofertele promoționale. Serviciul ConnexVox devine gratuit, cartela Kamarad se îmbunătățește cu tarife reduse seara și în weekend, apar noi servicii WAP, abonamente noi la prețuri reduse, oferte speciale și diverse beneficii pentru noii abonați, plus o tombolă cu premii dedicată tot acestora. Este evidentă dorința companiei de a continua să se extindă și de a atrage tot mai mulți clienți încercând să găsească formule cât mai atractive, care să răspundă nevoilor tot mai diverse. Nu uită însă nici cât este de important să își păstreze clienții deja existenți, și își îndreaptă atenția către segmentul de utilizatori cel mai greu de fidelizat, posesorii de cartele reîncărcabile, cu valabilitate limitată. Aceștia le oferă pentru prima oară un bonus în valoare de un dolar sau doi, în funcție de valoarea convorbirilor pe parcursul a trei luni care trebuie să se ridice la cel puțin 18 dolari, și asta doar dacă sunt clienți de cel puțin șase luni.

La 26 iulie, Connex își îndreaptă din nou atenția către tineri și lansează o carte și un concurs. Cartea este un fel de dicționar inedit care propune abrevieri, codificări, ale unor expresii folosite frecvent în SMS-uri, pentru a face comunicarea astfel mai ușoară, mai interesantă, mai amuzantă, personalizată chiar. În ceea ce privește concursul, Connex trimite mesaje codificate celor înscriși, iar ei răspund cu traducerea acestora, în vederea câștigării unei motociclete sau a unor telefoane mobile și pachete de servicii Connex.

Pe 31 august se lansează o nouă campanie de imagine, intitulată „Îndrăznește”, prin care compania se arată deschisă inovației, riscului cu scopul de a atinge idealuri. Încurajează schimbarea, viitorul, depășirea limitelor. Vrea să transmită și să reprezinte o atitudine, una pe care clientul să o împărtășească sau să și-o dorească. Ideea este că nimeni nu trebuie să stea deoparte. Această campanie este însoțită de oferta de acces nelimitat la internet, fără a mai plăti un abonament, plus posibilitatea de a-și construi propria pagină web pe portalul MyX. Trebuie remarcat faptul că, deși este o campanie nouă, se merge pe aceeași linie, rămân oarecum constanți pe formula care le aduce succes, dar și pentru că o schimbare radicală ar putea trăda, leza, dezamăgi, clienții fideli. În schimb chiar și aceștia au nevoie de un suflu nou, compania nu poate intra în monotonicie.

Reușita Connex se vede în faptul că își mențin locul întâi pe piață, ajungând la 1,5 milioane de utilizatori la jumătatea anului, ca până la finalul acestuia să depășească pragul de 2 milioane, plus 150.000 de utilizatori Xnet.

În anul 2002 serviciile Connex continuă să se îmbunătățească, calitatea și întâmpinarea nevoilor consumatorilor, fiind elemente foarte importante în politica lor. Astfel roaming-ul se extinde la 89 de țări și regiuni și devine accesibil și utilizatorilor de cartele pre-

plătite, se extinde de asemenea și raza de acoperire la nivelul țării; se adaugă două jocuri noi în ConnexPlay, o nouă aplicație dedicată oamenilor de afaceri prin Connex WAP, se oferă acces la internet și utilizatorilor de cartele Kamarad și Connex GO și se lansează un antivirus la nivel de rețea.

Compania continuă deasemenea, să fie alături de elevi și studenți oferind premii câștigătorului concursului de creativitate în informatică, organizat de liceul Gheorghe Lazăr, și absolvenților cursurilor de specializare din cadrul Facultății de Electronică și Telecomunicații.

Obșnuiți cu premierele și inovațiile, Connex, data asta par să se depășească pe sine, stabilesc o premieră europeană, introducând serviciul World Wide Number. Acest serviciu pune utilizatorul în legătură cu sediile locale ale companiilor multinaționale prin tastarea numelui acestora, în loc de un număr de telefon. În plus, clienții străini pot tasta EMBASS pentru a fi puși în legătură cu ambasada țării din care provin. Serviciul se adresează mai mult clasei business, dar este util și pentru restul consumatorilor. Oricum este inedit.

Tot la începutul anului apare și un nou plan tarifar atât pentru cartele cât și pentru abonamente, Connex x2, care permite convorbiri cu două numere favorite, la tariful de 1 cent pe minut, în limita a 200 de minute pe lună. În aprilie se lansează serviciul Connex Say, care oferă mesaje vocale pre-înregistrate, pentru a veni în ajutorul clienților mai puțin creativi care vor totuși să trimită un mesaj inspirat unei persoane cu o anumită ocazie. Categoriile în care sunt încadrate aceste mesaje sunt: de dor și de amor, de despărțire, de aniversări, de scuze, de mustrare. Tot în categoria noutății se încadrează serviciul de încărcare electronică a cartelei GSM sau Xnet, astfel clientul are posibilitatea de a-și alege orice sumă dorește între 4 și 25 de dolari. El primește un cod, în urma achitării sumei dorite la orice reprezentanță Connex sau prin bancomatele BCR, pe care îl introduce în telefon și astfel contul său este reîncărcat.

În ceea ce privește serviciul Xnet, Connex găzduiește cele mai multe domenii pe web, lansează serviciul WebMail, care permite crearea unei adrese de e-mail, cu o capacitate de stocare de 5MB ce pot fi extinși, și care permite vizualizarea mesajelor primite și pe alte adrese de e-mail, permițând astfel o mai bună gestionare și organizare a informației. Se lansează de asemenea serviciul myX Licității, care permite vânzarea și cumpărarea de produse on-line, precum și de a primi notificări în timp aproape real. Iar spre sfârșitul anului apare serviciul NetZone, care oferă internet wireless.

Anul 2002 este și anul în care Connex împlinesc 5 ani de existență pe piața românească, iar pentru a sărbători acest eveniment vine cu o gamă largă de oferte promoționale. În luna aprilie pot fi trimise SMS-uri la tariful de 5 cenți, pe 15 aprilie, în urma unei trageri la sorți, 5 dintre clienții Connex vor câștiga un abonament gratuit timp de 5 ani. Cei care se abonează în această perioadă beneficiază de o reducere de 50% la orice abonament, timp de 5 luni. Se lansează un nou tip cartelă pre-plătită, Kamarad x5, care permite alegerea a 5 numere favorite din orice rețea. Aceste promoții sunt completate de cele estivale și de cele de iarnă.

Connex mai face un gest inedit, pune la bătaie un premiu de 1 miliard, organizând concursul „Vrei să fi miliardar?” prin SMS, premiul este acordat persoanei care dă cele mai multe răspunsuri corecte, în intervalul 11 martie – 31 iulie.

Connex rămâne și în acest an leader de piață, fapt dovedit, de cele 2,5 milioane de utilizatori, dar și de faptul că reușește să obțină un împrumut de 300 de milioane de dolari de la o bancă prestigioasă, în vederea dezvoltării.

Anul 2003 poate fi considerat anul „business”, deoarece Connex își îndreaptă atenția mai mult ca de obicei către acest segment de public. Astfel se lansează serviciul myX Job, care reprezintă o piață virtuală de locuri de muncă, o piață unde companiile își pot prezenta ofertele de posturi, iar cei aflați în căutarea unui job pot să-și depună CV-ul. Această ofertă este foarte utilă atât pentru companii cât și pentru persoanele fizice, și întâmpină nevoia tot mai mare a consumatorilor de informare rapidă și facilă.

Apar două oferte speciale pentru companii. Una dintre ele este Connex internațional, care este un serviciu comunicare internațională prin rețeaua fixă. Connex îmbină comunicarea voce, cu comunicarea de date, fiind singurul operator care le poate asigura pe amândouă la un grad ridicat de calitate și eficiență. Acest pachet de servicii include și tarife avantajoase pentru convorbirile interaționale (20 de cenți pe minut în Statele Unite și Canada; 30 de cenți pe minut în Europa, sau tariful unic de 85 de cenți pe minut, oriunde în lume). O altă ofertă este cea numită Connex MeetingCall, lansată spre sfârșitul anului, care permite organizarea de conferințe telefonice între membrii unei companii, adică pot comunica simultan prin telefon, până la 15 membrii. Această convorbire în grup se taxează ca una obișnuită, între două persoane. Astfel companiile pot economisi timp și bani, pot menține mai ușor și mai bine legătura între angajați, și pot transmite eficient informațiile. Connex dovedește din nou că este cu un pas înaintea și că urmărește satisfacerea clienților săi, anticipându-le nevoile. Iar dovada concretă că aceste oferte și-au atins scopul este faptul că, Electrica S.A. semnează un contract, în valoare de 12 milioane de dolari, cu Connex care se angajează să asigure toate serviciile de comunicare necesare companiei, la nivel național. În 2004 Connex încheie contracte asemănătoare cu două ramuri ale grupului A&D Pharma.

Connex nu uită nici de persoanele fizice pe care le întâmpină cu obișnuita ofertă estivală, care presupune reduceri de 50% la abonamente timp de 5 luni pentru noii abonați care sunt înscriși automat în cursa pentru una dintre cele 60 de excursii la Palma de Mallorca. Dincolo de această promoție apar și cele mai mici tarife la SMS-uri prin cartela Connex GO, ofertă dedicată clar tinerilor.

Vorbim de Connex deci vorbim de inovație. În 2003 apare în premieră serviciul myBanking, care permite plata facturii sau reîncărcarea cartelei direct de pe telefonul mobil. Connex arată din nou că își înțelege clienții, și că știe cât e de prețios timpul pentru ei. O altă noutate este posibilitatea de a trimite SMS-uri de pe PC pe telefonul mobil. Mesajele astfel pot fi mai lungi, și trimise simultan la cel mult 100 de persoane, ceva foarte util, care economisește timp, mai ales pentru companii. Tot acum se lansează și serviciul MMS, care permite trimiterea de mesaje multimedia, care pot înbina imagine, sunet și text. Connex rămâne în pas cu tehnologia, cu noutățile.

Tot o premieră pentru România este și conferința pe care Connex a organizat-o pe tema calității serviciului oferit clientului. Scopul acestei conferințe este de a deschide ușile unei colaborări eficiente între companii, care să-și împărtășească metodele prin care

încercă să își satisfacă clienții. Connex vrea astfel să aducă clientul în centrul atenției tuturor companiilor.

Așa cum era de așteptat, spre sfârșitul anului Connex lansează o nouă campanie, „Tu Faci Viitorul”. Se trece de la tema pasiunii și a îndrăzneții, la oameni și visele lor. Se merge în continuare pe atitudine, pe sensibilitate, se promovează ideea de progres într-o societate aflată în schimbare, o societate în care oricine își poate îndeplini visul dacă are încredere în sine. Pentru a menține un strâns contact cu consumatorii, și pentru a putea anticipa în continuare dorințele lor, se lansează site-ul www.tufaciviitorul.ro unde oamenii își pot împărtăși visele.

Anul 2003 se încheie pentru Connex cu peste 3 milioane de utilizatori și cu poziția de leader de piață, de numărul 1 printre brand-urile românești.

În anul 2004 compania își extinde serviciul de roaming, acoperind 112 țări prin colaborări cu 253 de operatori, este prima companie care oferă acest serviciu în Irak, și în alte destinații exotice. Deasemenea apar noi prețurile pentru convorbirile internaționale scad, cele către Moldova și Ungaria beneficiază de tarife speciale, iar prin opțiunea „Minute Internaționale” (dedicată celor care vorbesc între 10 și 20 de minute lunar, în afara țării) costurile acestui serviciu scad până la 36%. O altă îmbunătățire apare la serviciul myBanking, care face posibil transferul între și inter bancar.

Dincolo de aceste îmbunătățiri, apar și două servicii complet noi. Unul dintre ele este cel de localizare, unicul de acest tip în România, Busola Connex. Acesta are două utilități, te informează în permanență unde te afli și permite companiilor, aflate în zonă, să își trimită mesaje cu date despre ofertele lor. Acest serviciu este complet gratuit și vine în ajutorul celor care se află pentru prima oară într-un anumit oraș, celor care călătoresc și celor care vor să știe ce oportunități le oferă locul în care se află. A doua noutate este posibilitatea de a descărca jocuri Java pe telefonul mobil. Connex pune la dispoziția clienților săi peste 100 de astfel de jocuri din categorii foarte variate încercând astfel să se ridice la nivelul preferințelor tuturor vârstelor și gusturilor.

În concordanță cu noua campanie de imagine, „Tu Faci Viitorul”, Connex lansează și un nou pachet de abonamente și extra opțiuni, promovând ideea de împlinire a viselor prin alegeri potrivite. Încearcă să se plieze astfel cât mai bine pe nevoile și stilul de viață al clienților, sau mai bine zis al potențialilor clienți. Apar astfel 4 abonamente de bază, Standard, Standard +20 (care include 20 de minute gratuite), Numere favorite (care oferă tarife speciale pentru trei numere și 50 de minute incluse), și Ore favorite (care oferă tarife speciale seara și în weekend, plus 50 de minute incluse). Extra opțiunile care se pot atasa acestor abonamente sunt: numere favorite, ore favorite, zi favorită și SMS intensiv. Astfel serviciile Connex devin mai flexibile, adaptabile fiecărei persoane în parte, pentru că ei știu că fiecare persoană este importantă. Iar ca aceste idei să fie puse în practică cât mai bine Connex lansează și un program special dedicat elevilor și studenților. Connex Campus este un serviciu pe care tinerii îl pot solicita gratuit, care le oferă posibilitatea de a comunica între ei la tarife preferențiale. Apare astfel cel mai mic tarif la SMS, 3 cenți.

Connex vrea să își arate recunoștința față de clienții fideli pe care vrea să îi mențină, dar încercă în același timp să fidelizeze și alții prin programul de loialitate pe care îl lansează pentru că știe că 80% din venituri sunt aduse de 20% dintre clienți. „Connex în fiecare zi” oferă tuturor abonaților puncte de loialitate în funcție de valoarea fiecărei facturi, aceste puncte pot fi transformate în minute de convorbiri naționale, plata parțială sau totală a abonamentelor, telefoane și accesorii, cartele reîncărcabile. Deasemenea în funcție de vechimea abonamentului clienții primesc bonusuri de minute gratuite lunar și de alte reduceri și facilități în funcție de numărul de servicii utilizate.

Compania nu uită nici în acest an de segmentul business și lansează serviciul Frame Relay International, care permite schimbul de date în timp real, între sediul central al firmei și toate celelalte filiale locale sau de peste hotare. Astfel costurile se reduc, eficiența crește, toate serviciile de comunicații aflându-se într-o singură infrastructură. O rețea unică economisește resursele clientului, atunci când este vorba de comenzi, facturare, instalare, administrarea și remedierea defecțiunilor.

Eforturile Connex se vad în faptul că se menține leader de piață, și că la sfârșitul anului depășește 4 mil de utilizatori, și încheie contracte pentru servicii integrate de comunicații cu peste 1000 de companii, printre care și BCR. Cu toate acestea Connex nu își pierde latura umană, care atrage și fidelizează la rândul ei clienți. Un bun exemplu este oferirea gratuită a serviciului de roaming către Spania timp de 48 de ore, în urma atentatului terorist din 11 martie.

În anul 2005 Connex își îndreaptă atenția către comunitate mai mult ca oricând. Prin campania „Connex pentru viitor”, face apel la clienții săi, dar nu numai, să vină cu inițiative care să susțină o viață mai bună în România. Astfel ia naștere proiectul „Litoral curat” menit să curețe plajele cu ajutorul voluntarilor și să amplaseze coșuri de gunoieri pentru a numai avea un litoral insalubru. Connex vine și în ajutorul victimelor inundațiilor din toată țara, donând bani și participând activ la strângerea de fonduri. Iar ca să fie în concordanță cu orientarea ei spre viitor, compania oferă burse de studii copiilor din mediul rural care nu își permit să meargă la liceu, și investesc în continuare în Facultatea de Electronică și Telecomunicații.

Noutatea acestui an este serviciul 3G, care oferă posibilitatea apelurilor video, astfel poți vedea persoana cu care vorbești, lucru ce părea de domeniul filmelor. Această nouă tehnologie face posibilă lansarea serviciului Connex Play, care este un portal care pune la dispoziția consumatorilor muzică, filme, televiziune mobilă, știri, sport, atât la nivel național cât și internațional. Astfel clienții Connex au la dispoziție o gamă unică de servicii de divertisment. Acestă ofertă atrage clienți de toate vârstele și de toate categoriile sociale, fiind foarte accesibilă ca preț. Conectarea la portal se taxează cu 20 de cenți, iar durata conecării este nelimitată. Doar descărcarea unor informații în telefon costă suplimentar.

Apar servicii noi pentru utilizatorii cartelelor pre-plătite, acestea sunt „Sună-mă” și „Transfă credit” prin care pot solicita unui alt client Connex, printr-un SMS, predefinit, gratuit, să-i sune respectiv să le transfere credit când ei nu mai au. Astfel nimic nu mai poate sta în calea nevoii de comunicare a clienților Connex.

Însă pentru companie, evenimentul anului, trebuie să fie lansarea campaniei „Împreună”, cea care inițiază trecerea de la brand-ul Connex, la Vodafone. Această campanie, care alătură cele două brand-uri, merge pe ideea de pasiune, ambiție și optimism. Promite clienților Connex că nu vor fi dezamăgiți, ba chiar că vor avea mai multe de câștigat sub acoperirea Vodafone, leader de piață mondial. Vodafone promite să fie în continuare alături de comunitate, să sprijine inițiativele acesteia și să facă tot posibilul să se ridice la așteptările utilizatorilor. Această campanie de imagine este însoțită de o nouă ofertă de abonament, Vodafone Family, care oferă avantajul unei singure facturi pentru până la 5 membrii ai unei familii care pot vorbi între ei până la 500 de minute gratuite pe lună. Această companie și această ofertă, sunt menite să introducă treptat brand-ul Vodafone, care să poată fi asociat cu Connex, care este totuși un brand puternic în România, poziție ce trebuie fructificată la maxim de Vodafone pentru a-și atrage în continuare clienți și pentru a nu-i trăda pe cei deja existenți.

Vodafone în lume

Compania Vodafone a fost înființată în anul 1984, în Marea Britanie ca o divizie a Racal Electronics Plc., cunoscută sub numele de Racal Telecomms Limited. Cu sediul într-o clădire din Newbury, compania avea mai puțin de 50 de angajați. Numele compania a fost ales să fie Vodafone de la tipurile de servicii pe care compania le oferea: servicii de voce și date furnizate prin intermediul telefoniei mobile. Rețeaua analogă Vodafone a fost lansată la 1 ianuarie 1985, prima convorbire fiind realizată de la St. Katherine's Dock din Londra către Newbury. Este prima rețea de telefonie mobilă lansată în Marea Britanie. După lansare, rețeaua s-a dezvoltat rapid astfel că la sfârșitul anului 1985 ajunge la un număr de 19000 de clienți, iar 3 ani mai târziu, în 1988, Racal Telecomms ajunge să înregistreze o treime din profitul total al Racal Electronics pe un an. În anul 1991 rețeaua Vodafone primește recunoașterea calității serviciilor sale prin premiul British Standard Awards for Quality, primul premiu de acest gen oferit unei companii de telefonie mobilă din Marea Britanie. În luna septembrie a aceluiași an Racal și Vodafone se despart definitiv. Vodafone, ca și companie independentă este cotelată la bursa din Paris și New York. Un an mai târziu, Vodafone și Telecom Finlanda semnează primul acord internațional de roaming GSM din lume. Pentru a supraveghea interesele internaționale sunt încheiate parteneriate cu țări precum Germania, Australia sau Grecia. Se formează astfel Vodafone Group International. În 1996, compania aduce o nouă premieră pe piața de telefonie mobilă din Marea Britanie și anume serviciul analog Pre-pay, fără contract. În urma fuziunii dintre Vodafone Group Plc. din Marea Britanie și AirTouch Communications Inc. din Statele Unite la 30 iunie 1999, este creată Vodafone AirTouch. Înaintea fuziunii, Vodafone și AirTouch erau deja lideri în furnizarea de servicii de telefonie mobilă pe piețele naționale respective. La sfârșitul lunii noiembrie, firma înregistrează o capitalizare a pieței de peste 90 de miliarde de lire sterline, fiind o doua companie majoră în topul FTSE, și a treia în Euro Top 300. Compania ocupă locul 25 printre cele mai importante companii din întreaga lume, cu un număr de clienți de peste 31 de milioane și participări în 24 de țări pe toate cele cinci continente. În aprobării primite de la acționari, la data de 28 iulie 2000, se revine la vechea denumire a companiei, de Vodafone Group Plc. Tot în anul 2000 Vodafone testează și dezvoltă GPRS - General Packet Radio Service, iar anul se încheie pentru Vodafone cu realizarea primei convorbiri din lume în roaming 3G între Spania și Japonia. Anul 2002 vine și el cu alte elemente de noutate lansate de Vodafone pentru clienții săi și anume: serviciul european comercial de roaming prin GPRS, serviciul Vodafone live și Mobile Office precum și serviciul de mesaje multimedia - MMS. În anul 2004, serviciul 3G este introdus și în Europa. La începutul anului 2006, Vodafone lansează primul serviciu convergent de muzică pe mobil - Radio Dj, după ce cu un an înainte introdusese serviciul Mobile TV, oferind o gamă largă de emisiuni sportive, de divertisment și documentare ale unor televiziuni de succes precum MTV, HBO, Eurosport sau Discovery. La 16 martie 2006, compania anunță un număr de 10 milioane de clienți Vodafone live 3G, ceea ce vine să confirme succesul deosebit al acestui nou serviciu. În prezent, Vodafone este cea mai mare comunitate mobilă din lume cu divizii în 25 de țări de pe toate cele cinci continente și rețele partenere în alte 39 de țări, o gamă completă de servicii de voce și date fiind oferită către 241 milioane de clienți din întreaga lume.

Vodafone se lansează oficial în România pe 27 aprilie 2006, când atinsese un nivel de notorietate de 95% și pornește o nouă campanie, „Trăiește fiecare clipă”, care merge pe ideea că fiecare secundă este importantă și că trebuie profitat de ea, că timpul este prețios și că nu trebuie pierdut. Vodafone își ține promisiunea de a fi alături de comunitate. Astfel investește pentru mai multă siguranță pe partii, și organizează SkyFest, un festival de sporturi de iarnă la care oferă premii câștigătorilor. Continuă programul „Litoral curat”, continuă să ofere burse de studii pentru liceu și să sprijine absolvenții Facultății de Telecomunicații. Ca și Connex, acordă o mare importanță tinerilor, care reprezintă viitorul, progresul, idei ce stau la temelia politicii lor. Pentru a putea gestiona mai bine aceste acțiuni umanitare, se înființează Fundația Vodafone, pe 12 iulie 2006, iar primul proiect pe care aceasta îl inițiază este acela „Fă un copil fericit”, menit să stângă fonduri pentru copii defavorizați.

Noutatea cu care Vodafone vine în 2006 este portalul Vodafone Live!, care include servicii de muzică, TV mobil, permite vizualizarea evenimentelor sportive din țară dar și din străinătate, prezintă un conținut mare de știri, dar și de videoclipuri, jocuri, tonuri de apel, imagini. Oferă posibilitatea de a-ti crea propriul post de radio, de a-ti descărca melodii preferate pe telefonul mobil. Acest serviciu se adresează tuturor, diversitatea ofertei poate mulțumi toate gusturile, pentru iubitorii de sport de exemplu oferă în exclusivitate interviuri și meciuri importante, iar pentru iubitorii de muzică, tot în exclusivitate, transmite conferințe de presă, concerte. Mai mult Vodafone aduce în România, în 2006, trupa Depeche Mode și cântăreața Shakira.

Vodafone îmbunătățește oferta de roaming, astfel se văd avantajele de a se afla în comunitatea internațională Vodafone. Până la sfârșitul anului costurile serviciului de roaming se reduc cu 27% la sută. Apare oferta Vodafone Europe care vine cu tarife speciale pentru convorbirile către țările din Uniunea Europeană. O altă ofertă este Vodafone Passport, premiat de GSM Association pentru „Cel mai bun serviciu de roaming în 2006” care permite efectuarea apelurilor internaționale la prețuri naționale, în schimbul unei taxe de conectare. Astfel costurile se reduc substanțial. Vodafone încheie anul cu peste 7 milioane de utilizatori.

În 2007 compania își îndreaptă din nou atenția către tineri. Organizează două concerte, Rolling Stones și Beyoncé, transmite pe Vodafone Live! Concertul internațional Live Earth, tot pe Vodafone Live! Lansează o nouă secțiune, „homemade”, un videoblog, unde

utilizatorii pot posta clipuri realizate de ei, le pot vota pe cele care le plac, iar clipurile cu cel mai mare număr de voturi sunt premiate. Vodafone susține astfel în continuare inovația și creativitatea. Se lansează și revista ON, o revistă de divertisment care ține tinerii la curent cu toate noutățile, ea este distribuită gratuit în magazinele Vodafone, și în instituțiile de învățământ. Tot pentru tineri apare și o nouă ofertă de comunicare, „Grup 26”, care face posibile apeluri și trimiterea de SMS-uri la între tineri, la tarife scăzute; oferă și minute gratuite, și diverse bonusuri. Compania își atrage astfel tot mai mulți clienți, înțelegând și satisfăcând nevoile lor de comunicare.

Vodafone se adresează și segmentului business printr-o ofertă de telefonie fixă, cu tarife avantajoase, internet wireless de un înalt grad de calitate, precum și aplicații și telefoane noi. Astfel sistemele informatice ale companiei devin accesibile de pe telefonul mobil, în timp real, dând astfel oamenilor de afaceri o mai mare posibilitate de mișcare, mai multă flexibilitate.

Noutatea tehnologică a anului 2007 este serviciul GPS, pe telefonul mobil. Acest serviciu aduce hărți digitale care facilitează navigarea pe rute naționale și internaționale. Dispositivul GPS costa 79 de dolari, iar serviciul lunar costă până la 13 dolari. Alte noutăți sunt serviciul de telefonie fixă pentru persoanele fizice și un program de reciclare a telefoanelor mobile, centrele de colectare ale acestora sunt toate reprezentanțele Vodafone. În 2007 Vodafone aniversază 10 ani de telefonie mobilă în România, cu această ocazie oferă minute gratuite în rețea clienților fideli și organizează un concurs cu premii de până la 100.000 de dolari oferite lunar între aprilie și iulie. Anul se încheie cu peste 8 milioane de utilizatori și o acoperire de 97% din populație și 81 % din teritoriul țării cu 81 de reprezentanțe Vodafone în toată țara. Compania continuă să fie leader de piață.

Connex și mai târziu Vodafone, au înțeles cât este de important clientul, cât este de importantă satisfacerea lui prin servicii de calitate, inovatoare, care să răspundă cât mai bine nevoilor sale. Compania știe că pentru a reuși acest lucru trebuie să mențină o legătură stânsă cu clienții, astfel are centre de asistență, de relații cu clienții, în toată țara, pentru a putea fi cât mai aproape de ei. Au o bază de date complexă, în care sunt înscrși toți utilizatorii lor. Pentru o cât mai bună administrare a nevoilor clienților această bază de date cuprinde numeroase categorii în funcție de care sunt clasificați. Astfel compania știe care sunt clienții cărora trebuie să le acorde o atenție deosebită, facilități suplimentare pentru că ei aduc cel mai mare profit. Știu care sunt cei nesatisfăcuți, cărora le prezintă oferte noi încercând să răspundă nevoilor acestora.

Dincolo de centrele din teren, pagina web a companiei asigură și ea o legătură stânsă cu utilizatorii. Aceasta este bine organizată, are o hartă detaliată a site-ului care face ușoară și rapidă navigare. Întâmpină vizitatorii cu toate noutățile legate de ofertă, le oferă o grilă cu ajutorul căreia își pot găsi telefonul și pachetul de servicii care li se potrivește cel mai bine. Oferă soluții la problemele sau nedumeririle cel mai des întâlnite. Oferă clienților posibilitatea de a-și deschide un cont personal pe pagină cu ajutorul căruia pot fi la curent cu date despre factură și cu serviciile care îi stau la dispoziție. Orice client este invitat să facă sugestii, să-și spună nemulțumirile, dorințele. Astfel compania le poate rezolva, pentru că își dorește să satisfacă așteptările clienților lor.

Vine tot timpul cu oferte noi, este prima care face disponibile inovațiile tehnologiei, pe care le prezintă la expoziții de profil pentru a vedea reacția clienților la ele, pentru a le putea perfecționa ca să-i mulțumească. Au tot timpul privirea îndreptată spre viitor, lucru care reiese din toate campaniile lor, atât cele publicitare cât și cele umanitare.

De ce face Vodafone campanii umanitare, de ce vrea să ajute societatea să progreseze? Deoarece dacă societatea progresează, la fel face și compania. Dar gesturile umanitare au și un scop ascuns, acela de a emoționa și de a atrage și fideliza clienții nu doar rațional, prin calitate, ci și sentimental. Compania pentru a-și menține clienții trebuie să ajungă să le fie dragă. Trebuie să îi facă să simtă că le este aproape în orice situație. De aceea Vodafone oferă bonusuri cu ocazia aniversărilor clienților fideli, trimite mesaje de sărbători, mesaje cu ofertele lor. Vrea să arate că le pasă, că se gândesc constant și că nu uită niciodată de clienții săi.

Document Info

Accesari: 483

Apreciat: 

Comenteaza documentul:

Nu esti inregistrat

Trebuie sa fii utilizator inregistrat pentru a putea comenta

[Creaza cont nou](#)

A fost util?

Daca documentul a fost util si crezi ca merita sa adaugi un link catre el la tine in site

Copiază codul

in pagina web a site-ului tau.

```
<a href="http://www.scribte.com/economie/business/De-la-Connex-la-Vodafone1217131714.php" target="_blank" title="De la Connex la Vodafone -
```