

ÖSSZEFOGLALÁS

Marketingstratégia felépítése és céljai a Magyar Telekom Nyrt.-nél

Barabás Réka

Nappali / Gazdálkodási és menedzsment / Kis-és közép vállalkozások specializáció

Záró dolgozatomban a Magyar Telekom Nyrt. marketingstratégiájának felépítésének bemutatására, elemzésére törekszem. Azért választottam ezt a témát, mert jelenleg is a vállalatnál dolgozom, és úgy éreztem, hogy egy multinacionális cégnél lehetőségem van a marketingstruktúrát részletesen elemezni főleg, ha belső vállalati forrásaimat is fel tudnom erre a célra használni.

Az internet, a digitalizáció növekedésével, az embereknek már több kell, mint egy reklám a TV-ben. Sokkal több információhoz jutnak hozzá online, tehát a vállalatoknak figyelniük kell, milyen tartalmat raknak ki, vagy milyen cikket írnak róluk.

Egyre nagyobb a kereslet, vele együtt nő a kínálat is. A kínálat növekedésével, egyre több szervezet jön létre, és egyes piacokon kialakul a versenyhelyzet. Eddig a Magyar Telekom vezette a piacot az integrált (mobil és vezetékes szolgáltatások igénylése egyszerre) területen, viszont a versenytársak összeolvadása veszélybe sodorta ezt a pozíciót. Bár még így is nagy előnye van a Telekomnak, további kedvezményekkel szilárdította meg az első helyét: létrehozta a Flip márkát, ami egy hűségidő nélküli TV, internet és telefonszolgáltatást kínál ügyfeleinek a versenytárs szolgáltatásoknál alacsonyabb áron.

Főleg nagyobb vállalatoknál fontos a marketingstratégia elkészítése, ugyanis itt több körülmény, hatás éri a szervezetet, mindegyik máshogy érinti a vállalatot. Ezeket a körülményeket kell vizsgálni, elemezni, majd ennek alapján tervet készíteni és végül végrehajtani a marketingstratégiát.

Ebben az évben főleg a gazdasági területen lesznek problémái a Telekomnak, bár szerencsés piacon vannak, hiszen szükségesek az otthoni munka vagy tanulás érdekében, így is számítható a bevétel csökkenése.

Az ügyfél elégedettségi elemzések eredményei szerint visszatérő problémák közé sorolhatjuk a hosszú várakozási időt és a hálózattal, weboldallal kapcsolatos problémákat ezekre érdemes lenne több figyelmet fordítani az ügyfélélmény növelése érdekében. Az digitalizáció gyorsulásával a távközlési szektorokban azonnal kell válaszolniuk. Az új eszközök gyors piacra dobása rendkívül fontos, valamint a hálózat naprakésztsége is lényegbevágó. A nagyobb méretű vállalatoktól sokkal több támogatást (fejlődés, digitalizáció) vár el a társadalom, a digitalizációt elősegítő, nélkülözhetetlen partnernek tekintenek őket az ügyfelek.

A távközlési szektor a digitalizáció erősödésével, több szolgáltatással bővíti a palettáját, viszont ennek következtében az ügyfelek számára ez egyre bonyolultabb lesz, valamint a hálózatok is terheltebbé válnak.

A vezetékes szolgáltatások lassan pusztuló tendenciát mutatnak, egyes szerződések lejáratát követően az előfizetők megtartása rendkívül fontos, ők pedig kedvezményekkel hajlandók maradni, ez visszaesést okoz a szervezetnek, ha viszont a szolgáltató az informatika által nyújtott lehetőségeket figyelembe veszi, több bevételt szerezhet, így bővíti a szolgáltatásait.

A jövőben három nagyobb célt tűztek ki maguk elé, az ügyfél igényekhez viszonyítva: első hely megtartása az integrált versenyben, helytől független digitális ügyfélélmény kidolgozása, megújuló, szeretett márkát építeni.

Ehhez alakította ki a Telekom is az agilis működést. Az agilitás egy gondolkodásmód: a rugalmasságról szól, és a szervezetnek arról a képességéről, hogy gyorsan tudjon alkalmazkodni a környezetéhez és ez alapján irányt változtatni. Minimálisra csökkenti a munkafolyamatok átadását, a bürokráciát. A cél, hogy erősebb, kiegyensúlyozottabb szakemberekké tegyék a szervezet munkavállalóit. Ez a marketingre is hatást gyakorol: a lakossági termékek és portfólió egyszerűsítés miatt az életciklusuk menedzsmentje, az árazási stratégia részeinek elkészítése, portfólió használatának (megrendelés, módosítás, meghosszabbítás) gördülékennyé tétele: az ehhez szükséges portfólió és kiszolgálási elvek meghatározása, egyszerűsítési, kivezetési tervek kialakítása és végrehajtása az elsődleges feladat.