



# ENOTNA ZGODBA HSE

**HSE**

Ana Lapanja, Eva Vojsk, Nuša Perkič, Urška Uršič

**S ČIM  
SMO  
SE  
UKVARJALI?**

Vaš cilj je vstopiti na  
maloprodajni trg s  
**3 blagovnimi  
znamkami.**



# 3 BLAGOVNE ZNAMKE



**MODRA**  
**ENERGIJA**



**MODRI**  
**JAN**



**MODRA**  
**GENERACIJA**



# PROBLEMI PODJETJA

#1

Neprepoznavnost  
blagovnih  
znamk

#2

Nepovezanost  
podjetij znotraj  
skupine HSE

#3

Portfelj BZ ni  
optimiziran



**Modri Jan**

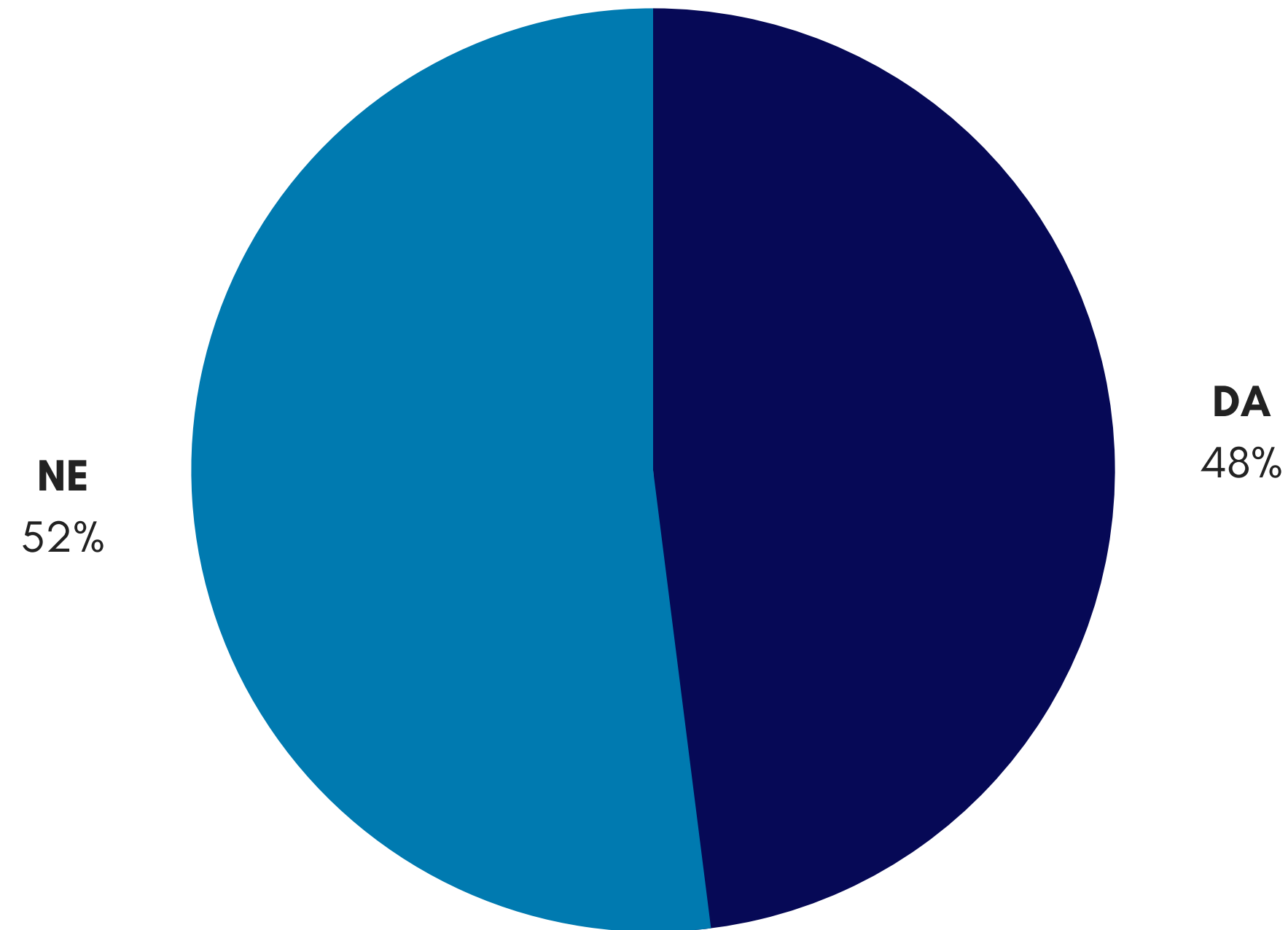


**hse**





Ali poznate podjetje HSE?

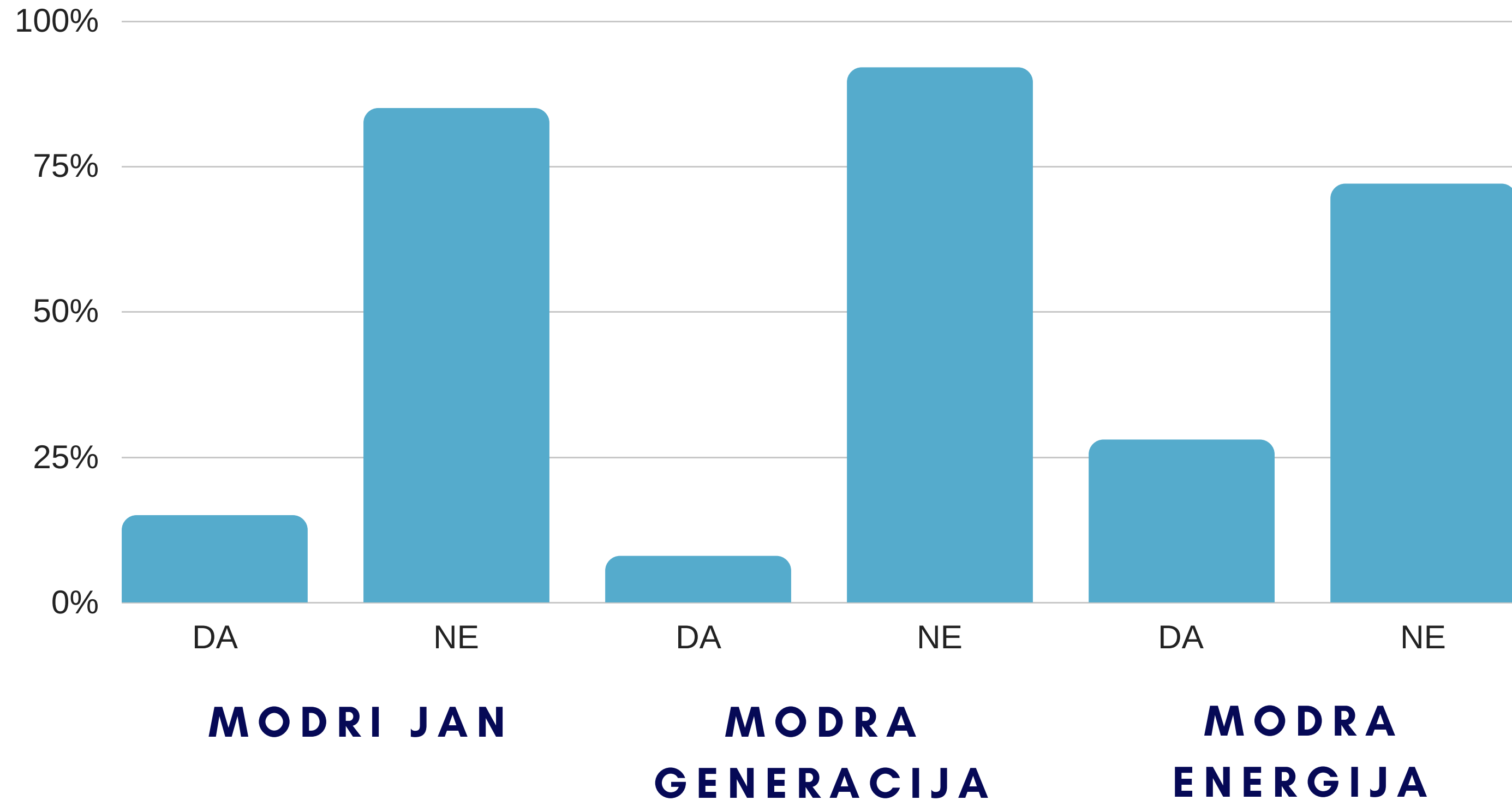


**52%**

**vprašanih ne pozna podjetja HSE.**



# POZNAVANJE BLAGOVNIH ZNAMK PODJETJA HSE







*»Modri Jan je založba za učbenike, a ni?«*



*»Nekje sem že slišal za Modro energijo... nimam pojma kje.«*



*»Modra generacija je verjetno kak mladinski center.«*

NAŠA REŠITEV

**Nastop na maloprodajnem trgu z  
enotno zgodbo**



**#1**  
**ZDRUŽITEV 3V1**

**#2**  
**POENOTENJESTALIŠČ**

**#3**  
**POENOTENJE ZMOTRAJ SKUPINE HSE**

# ZDRUŽITEV 3V1

**MODRA ENERGIJA**

+

**MODRA ENERGIJA**

+

**MODRA GENERACIJA**

=

**MODRA ENERGIJA**

družina

osvežitev vizualne podobe

energija

tradicija

družina





# POENOTENJE STALIŠČ

## **Skrb za okolje**

Z nakupom energije iz obnovljivih virov energije prispevamo k ohranjanju okolja za potomce.

## **Domači izvor energije**

Pridobivanje energije iz objektov, ki se nahajajo v Sloveniji.

## **Močan zaposlovalec**

Podjetje je močan zaposlovalec na trgu in s tem spodbuja domače gospodarstvo.

# **POENOTENJE ZNOTRAJ SKUPINE HSE**

**Poenotenje vizualnih  
elementov logotipov podjetij**

**Okrepitev korporativne kulture  
in interne komunikacije**





# PREDLOGI ZA OSTALE AKTIVNOSTI

- Oblikovanje atraktivnih vizualnih elementov
- Konsistentnost v uporabi grafičnih in slikovnih elementov BZ
- Uporaba segmentacije
- Oblikovanje transparentnih produktov
- Sprotno preverjanje zadovoljstva kupcev

# DOBRA UPORABNIŠKA IZKUŠNJA



SPLETNI PORTAL ZA  
KUPCE



POENOSTAVLJENA  
ZAMENJAVA  
PONUDNIKA  
ENERGIJE



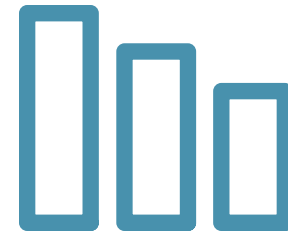
POSODOBITEV  
APLIKACIJE PORABI  
MANJ



POPUSTI, PROGRAMI  
ZVESTOBE,  
POSEBNE AKCIJE



**Večja prepoznavnost  
BZ**



**Rast podjetja**



**Povečanje zadovoljstva  
porabnikov**

---

# **PRIČAKOVANI REZULTATI**

---



**Povečanje  
tržnega deleža**



**Nova  
partnerstva**



**Povečanje  
ugleda podjetja**



**HVALA ZA POZORNOST...**