



Tržne raziskave niso več moja edina zadolžitev

KAKO OHRANITI UČINKOVITE TR?

Načrt poti...

- Razvoj tržnih raziskav v Petrolu
- Spremembe
- Odločitveno drevo in +/-
- Zaključek

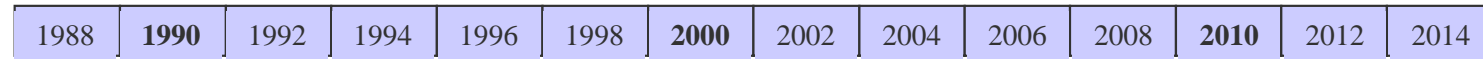


Načrt 15 minutne poti...

- Razvoj tržnih raziskav v Petrolu
- Spremembe
- Odločitveno drevo in +/-
- Zaključek



Razvoj tržnih raziskav v Petrolu



Delo in usmeritve marketinga

Izvedba promocijskih aktivnosti

Preoblikovanje

Komunikacije in raziskave

BI, DM, CRM

Usmeritev tržnih raziskav

Izdelek, promocija

Korporativne komunikacije

Potrebe in zadovoljstvo deležnikov

Standardizacija in združevanje

Zgodovina raziskovanja

- Razvoj imena
- Poznanost izdelka
- Image izdelka
- Pozicija
- Vedenje potrošnikov (omejeno)
- Priklic oglasov

- Zadovoljstvo potrošnikov
- Segmentacija potrošnikov
- Zadovoljstvo zaposlenih
- Organizacijska klima
- Blagovne znamke

- Ugled podjetja
- Interne komunikacije

- Spremljanje spletnih komunikacij
- Kontinuirane raziskave
- Standardizacija raziskav



Načrt 15 minutne poti...

- Razvoj tržnih raziskav v Petrolu
- **Spremembe**
- Odločitveno drevo in +/-
- Zaključek



Spremembe so konstantne



www.dilbert.com



Prej v Petrolu

Raziskave **vodi raziskovalna hiša** v sodelovanju z marketingom

PETROL

- naroča
- potrjuje
- komentira

Raziskovalna hiša

- predlaga
- izvaja
- analizira
- povezuje
- predstavlja
- izobražuje



Potem v Petrolu

Raziskave **vodi interni raziskovalec** znotraj marketinga

PETROL

- naroča
- potrjuje
- komentira
- sodeluje v izvedbi
- **povezuje raziskave**
- izvaja analize
- izvaja prezentacije
- izvaja delavnice

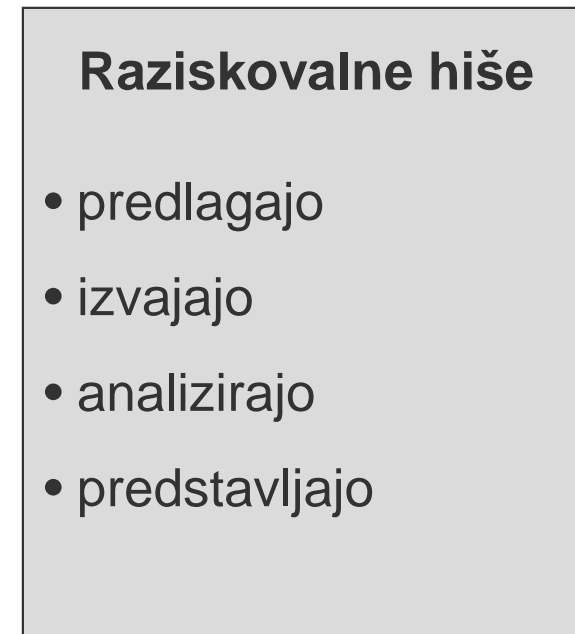
Raziskovalne hiše

- predlagajo
- izvajajo
- analizirajo
- predstavljajo



Zdaj v Petrolu

Raziskave so **del nalog Oddelka strateški marketing** znotraj Področja marketing v sodelovanju z **zunanjim svetovalcem**.

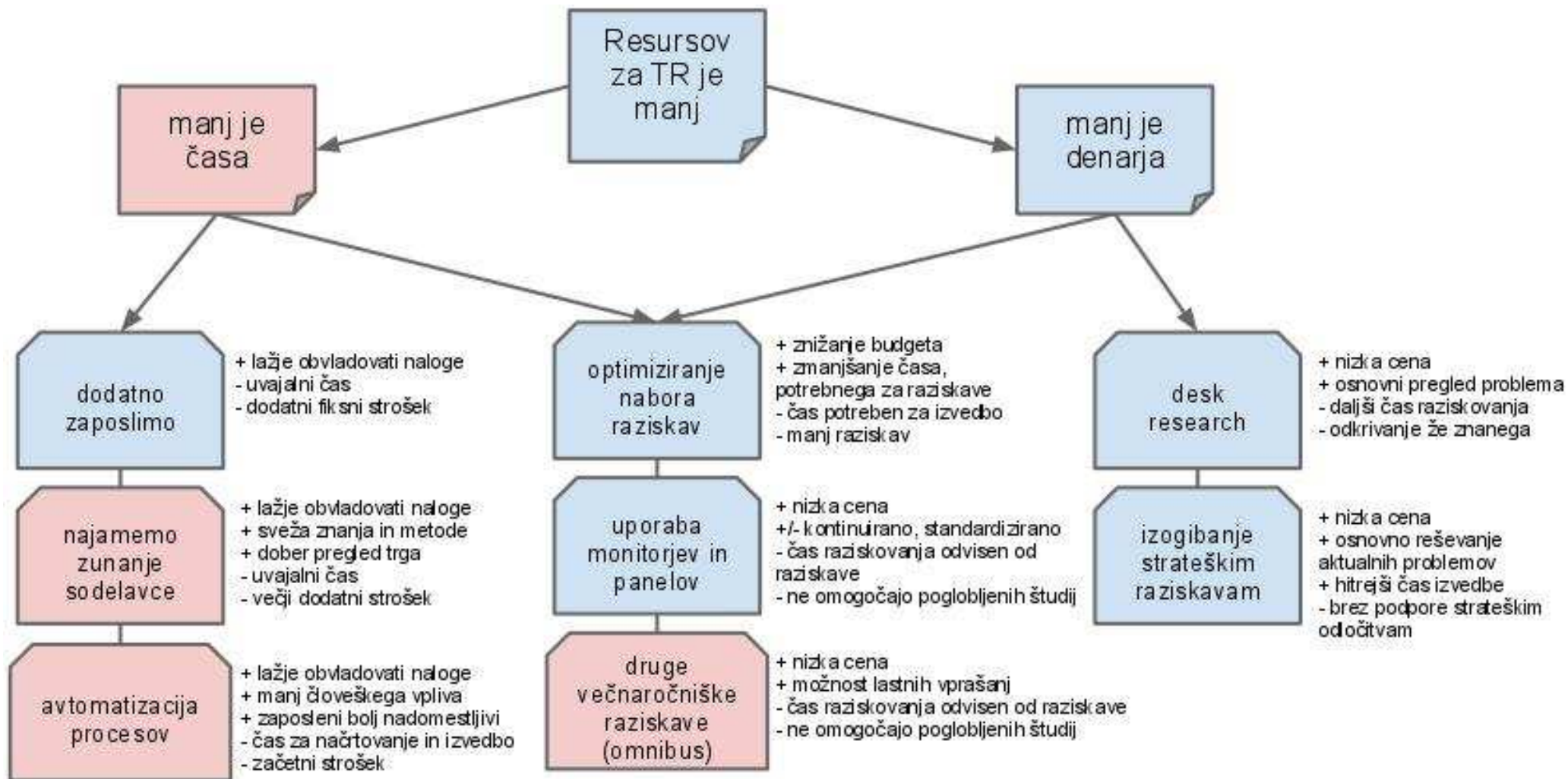


Načrt 15 minutne poti...

- Razvoj tržnih raziskav v Petrolu
- Spremembe
- **Odločitveno drevo in +/-**
- Zaključek



Kako do odločitve?



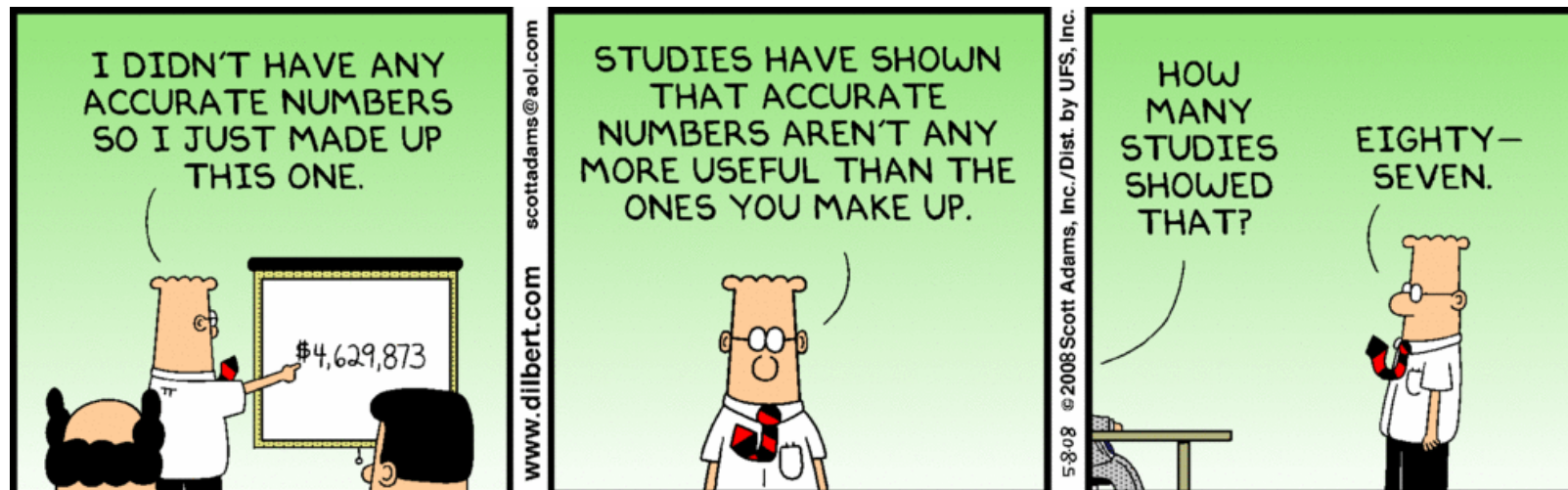
Načrt 15 minutne poti...

- Razvoj tržnih raziskav v Petrolu
- Spremembe
- Odločitveno drevo in +/-
- **Zaključek**



Tržne raziskave lahko ključno pripomorejo k dokončni uveljavitvi marketinga v podjetju, saj mu zagotavlja verodostojnost in objektivnost.

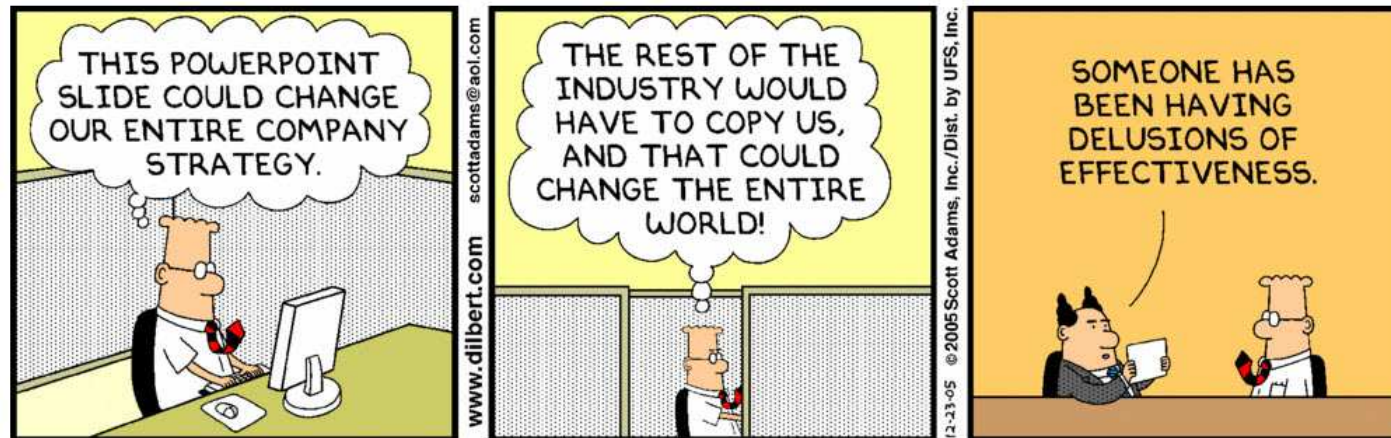
Direktor Petrol marketinga, Toni Balazič @ SMK 2002



www.dilbert.com



Hvala. Vprašanja?



www.dilbert.com

klemen.gersak@petrol.si
raziskave@petrol.si
[www@petrol.si](http://www.petrol.si)
[facebook@petrol.si](https://www.facebook.com/petrol.si)

