

# **VLOGA IN POMEN TRŽNIH RAZISKAV V PODJETJU**

**mag. ROBERT ERZIN**

**e-mail: [robert.erzin@marketing.telekom.si](mailto:robert.erzin@marketing.telekom.si)**

**Ljubljana, 24. januar 2001**

# Vloga tržnega raziskovanja v podjetju

- odvisna od sposobnosti podjetja, da rezultate raziskav sprejme in se po njih ravna oziroma jih učinkovito uporabi za izboljšanje svojega tržnega položaja
- povezovanje internih podatkov o naročnikih/strankah v internih inf. sistemih podjetja in njihovo nadgrajevanje z analiziranjem vedenja, stališč in vrednot ciljne javnosti
- zveza podjetja z okoljem oziroma deležniki; orodje za zbiranje, prenos in interpretacijo tistih informacij iz okolja, ki so pomembne za uspešno poslovanje podjetja

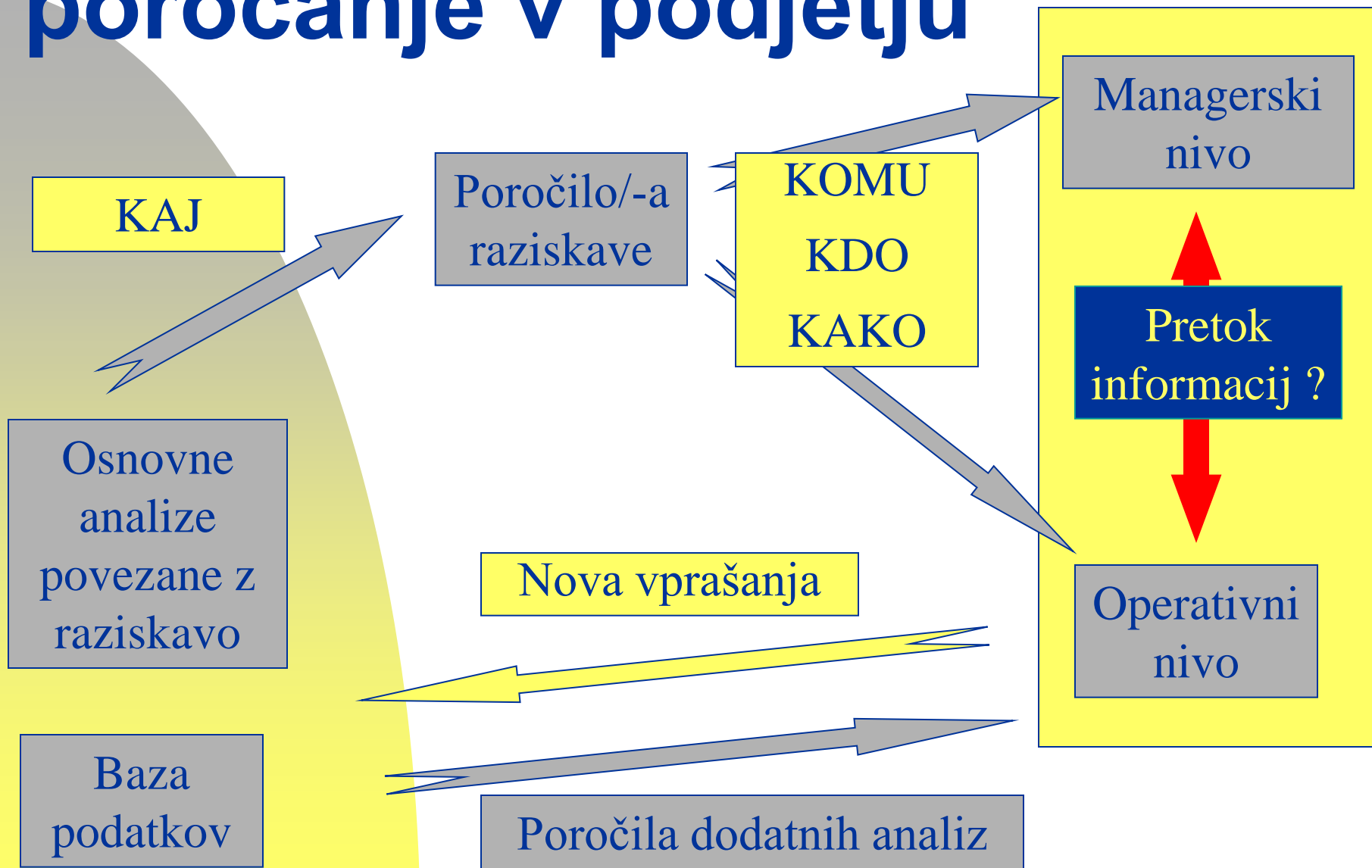
# Vloga in pomen raziskav v podjetju

- zakaj raziskovanje
- vloga raziskovalcev v procesu spoznavanja trga
- pomembna delovna področja za razvoj tržnega raziskovanja v podjetju
- obvladovanje podatkov v podjetju

# Tržno raziskovanje kot vir informacij,

- ki jih podjetje potrebuje za identifikacijo in definiranje tržnih priložnosti in problemov,
- ki pomagajo generirati nove ideje,
- s pomočjo katerih primerjamo doseženo z načrtovanim, da bi lahko v prihodnje delo opravili še bolje,
- ki so potrebne za razvoj, izboljšanje in razumevanje tržnih procesov.

# Tržno raziskovanje in poročanje v podjetju



# Raziskovalci v podjetju

## Podjetje, panoga in karakteristike trga

- združevanje eksternega raziskovanja in internih analiz
- poznavanje in obvladovanje poslovnega procesa
- kakovost definarja problema in oblikovanja ciljev
- kakovost in hitrost pridobivanja podatkov
- kakovost poročanja (različnim segmentom v podjetju, upošteva interne razmere)

# Kaj je pomembno pri razvoju raziskovalnega dela v podjetju

- definiranje **ključnih informacij** za uresničevanje strategije in spremljanje poslovanja podjetja
- uveljavljanje učinkovitega internega **informacijskega sistema**
- definiranje **ključnih uporabnikov** raziskav in odnosov z njimi
- **uveljavljanje rezultatov** tržnih raziskav pri sprejemanju odločitev
- **zaščita** pomembnih informacij in podatkov

# Obvladovanje podatkov v podjetju

- zbiranje podatkov o kupcih in trgu
- obvladovanje in poznavanje podatkov v informacijskih sistemih
- uvajanje novih informacijskih sistemov in novih aplikacij
- sodelovanje z informatiki

# Raziskovalni oddelek v podjetju

- učinkovito vključevanje informacij iz poslovnih informacijskih sistemov
- optimalna organiziranost procesa raziskovanja in sodelovanja z zunanjimi agencijami
- povezovanje raziskovalnega dela z ostalimi poslovnimi funkcijami v podjetju
- možnost dostopa do informiranja najvišjega vodstva in vplivanja na odločanje

# Raziskave v Telekomu Slovenije

- raziskovalni oddelek od leta 1995
- povezovanje primarnih in sekundarnih raziskav, obvladovanje informacijskih sistemov
- eksterne tržne raziskave - hitro in učinkovito
  - ◆ kontinuirane raziskave
    - segmentacija, zadovoljstvo uporabnikov, ugled
  - ◆ merjenja učinkovitosti trženjskih aktivnosti
  - ◆ testiranje trga (elastičnost povpraševanja, tržni potenciali ...)
- uveljavljanje rezultatov tržnih raziskav

# Seznam raziskav v IS za leto 2000

- Zadovoljstvo uporabnikov Telekoma Slovenije, letno poročilo 1999
- Raba interneta v Sloveniji 1999, letno poročilo
- Raba interneta v Sloveniji 1999, Telekomunikacije – mobilna telefonija.
- Tržni potencial paketov ISDN
- Telefonski imenik Slovenije 2000, rezultati raziskave o rumenih straneh
- Ocena ponudnikov dostopa do interneta, kdo so in kakšno je zadovoljstvo z njimi
- Zadovoljstvo uporabnikov Telekoma Slovenije, prvo trimesečje 2000
- Raba interneta v slovenskih podjetjih
- Elektronski telefonski imenik Slovenije, elastičnost povpraševanja po ETISu
- RIS poletje 2000, raziskava o rabi interneta v Sloveniji, s poudarkom na elektronskem nakupovanju, bančništvu in predstavitev top www strani pomladi 2000
- Javne telefonske govorilnice, segmentacija že obstoječih in potencialnih uporabnikov javnih telefonskih govorilnic Telekoma Slovenije in tržni potencial novih storitev
- ☞ Zadovoljstvo 1995-2000, pregled stopenj zadovoljstva med leti 1995 in 2000
- ☞ Všečnost Škrjančka
- ☞ Zadovoljstvo obiskovalcev Teletrgovin Telekoma Slovenije, informativni rezultati maj 2000
- ☞ Zadovoljstvo testnih uporabnikov ADSL
- ☞ Zadovoljstvu uporabnikov Telekoma Slovenije, polletno poročilo 2000
- ☞ Kakovost zvoka pri običajnih telefonskih linijah
- ☞ Oglaševalski odmev “Nova ISDN izbira”
- ☞ RIS 2000, Elektronsko nakupovanje končnih potrošnikov v Sloveniji
- ☞ ADSL info, seznanjenost potencialnih uporabnikov z ADSL tehnologijo
- ☞ Ugled 2000 (poslovni in rezidenčni uporabniki)
- Zadovoljstvo uporabnikov Telekoma Slovenije, tretje četrtletje 2000 z dodatno obdelavo zadovoljstva novih ISDN naročnikov
- Zadovoljstvo obiskovalcev Teletrgovin Telekoma Slovenije, končno poročilo
- TOP www strani, jesen 2000, najbolj obiskane spletne strani na internetu
- ADSL info, seznanjenost potencialnih uporabnikov z ADSL tehnologijo
- ADSL trženje, katere medije spremljajo potencialni uporabniki ADSL tehnologije in kateri mediji se jim zdijo najprimernejši za informiranje o novostih na področju telekomunikacij
- ADSL paketi, tržni potencial dveh paketov ponudbe ADSL storitev
- Segmentacija trga telekomunikacijskih storitev