

**Raziskava zadovoljstva
članov Društva za marketing Slovenije
marec 2009**

Razlogi za članstvo

Večina anketiranih se je DMS včlanila zaradi:

- prenosa izkušenj in znanj (88 %) ter zato,
- ker članstvo nudi možnost druženja z drugimi marketinškimi strokovnjaki (81 %).
- polovica anketiranih je kot razlog navedla možnost udeležbe na mesečnih srečanjih DMS.
- 45 % anketiranih je motiviralo prejemanje obvestil o dogodkih,
- 35 % pa možnost uveljavljanja popusta na dogodkih, ki so organizirani s strani DMS.

Splošno zadovoljstvo z aktivnostmi DMS

- skoraj vsi (94 %) so zadovoljni z obveščanjem o različnih dogodkih s strani DMS.
- večina poroča tudi o zadovoljstvu z organizacijo dogodkov (80 %) in
- Zadovoljstvo z delovanjem društva kot celote (75 %).
- več kot polovica anketiranih je zadovoljnih s prenosom izkušenj in znanj ter z druženjem z drugimi marketinškimi strokovnjaki.

Zadovoljstvo z dogodki, ki jih organizira DMS

V splošnem so zadovoljni z vsemi tremi dogodki:

- SMK M=3,7
- Marketinški fokus M=3,9
- Mesečna srečanja M=3,9

Delovanje posameznih sekcij DMS

Anketirani so v največji meri zadovoljni s:

- Klubom marketinških direktorjev (57 %),
- sledi Akademska sekcija (50 %).
- 40 % anketiranih je zadovoljnih s Študentsko sekcijo in Sekcijo raziskovalcev.

Potrebno pa je poudariti, da velik del anketiranih **ni poznal** posameznih sekcij. Anketirani v prihodnosti v največji meri **razmišljajo o vključitvi v Sekcijo raziskovalcev** (34 %), kateri sledi Akademska sekcija (18 %). Zanimalo nas je tudi, ali anketirani vidijo potrebo po organizaciji novih sekcij. Med tistimi, ki so na to vprašanje odgovorili, približno polovica te potrebe ne zaznava.

Sekcija raziskovalcev

Večino anketiranih (86 %) zanima področje tržnih raziskav. Le-te zanimajo vse predlagane tematike, pri čemer njihov interes v največji meri pritegnejo **študije primerov** (89 %).

Razlogi za članstvo v Društvu za marketing Slovenije in splošno zadovoljstvo z aktivnostmi DMS

Dogodki, ki jih organizira DMS

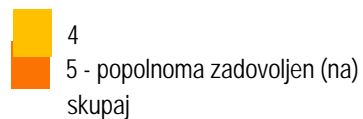
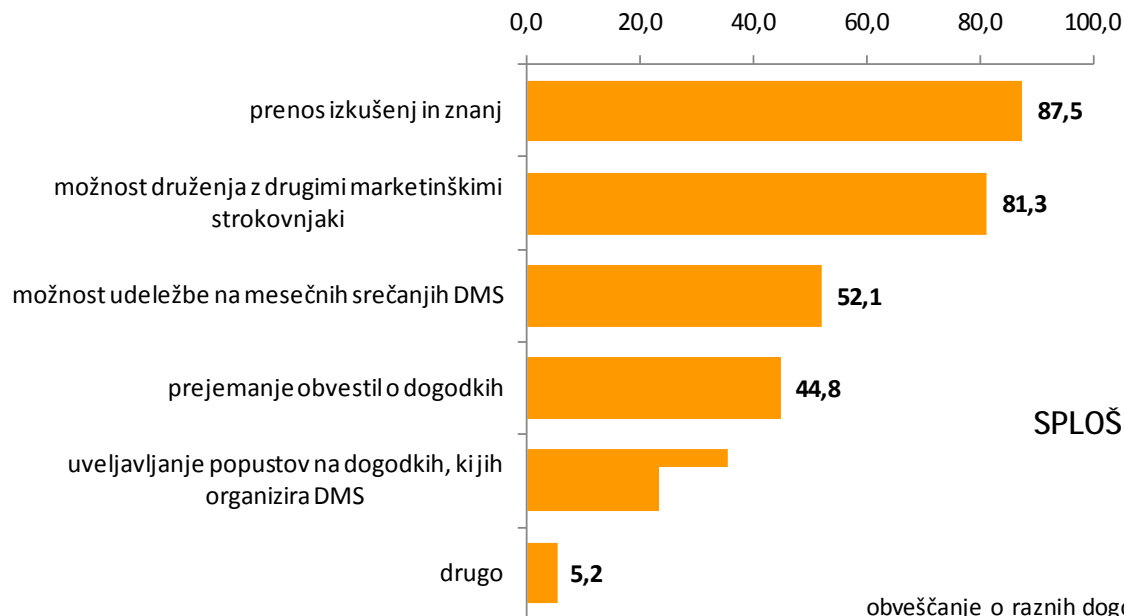
Delovanje posameznih sekcij DMS

Sekcija raziskovalcev

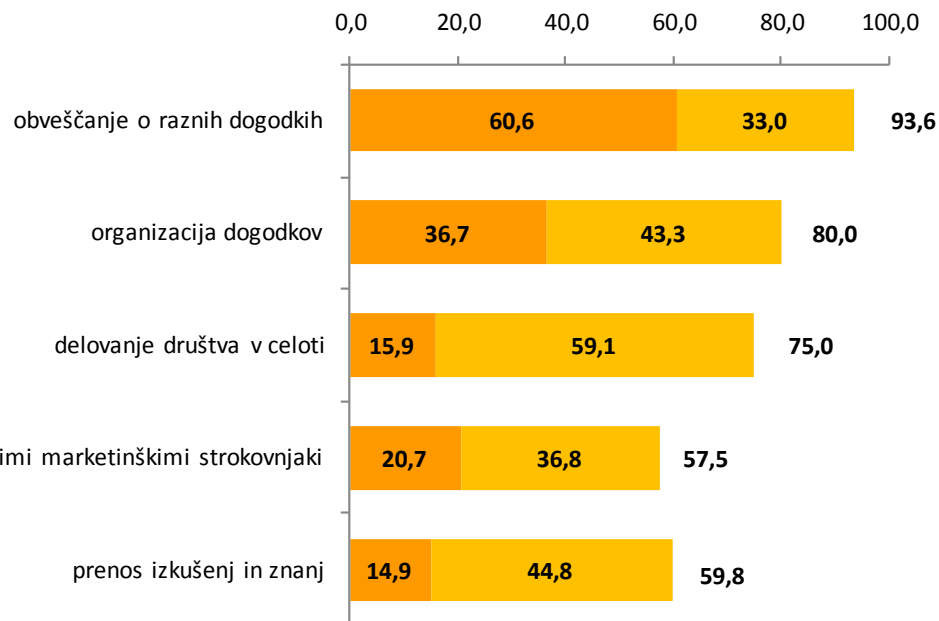
Predlogi za izboljšanje delovanja DMS

RAZLOGI ZA ČLANSTVO V DMS:

(N=96)

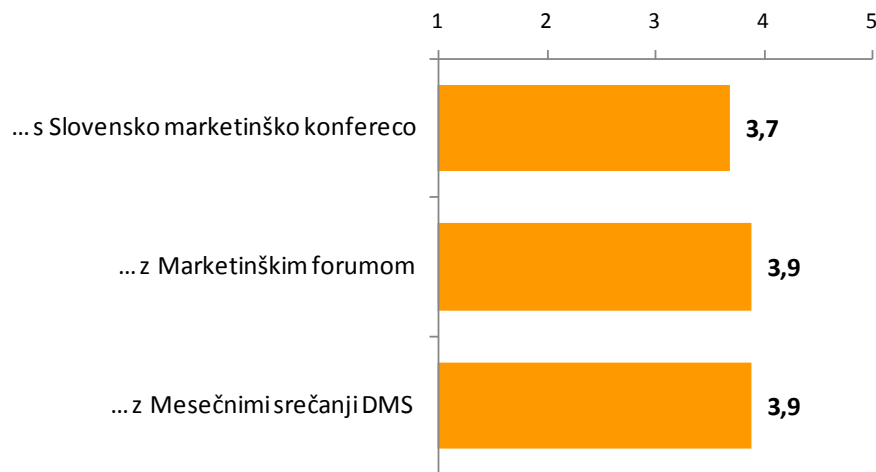


SPLOŠNO ZADOVOLJSTVO Z AKTIVNOSTMI DMS:



Kako bi ocenili vaše zadovoljstvo

(lestvica od 1-sploh nisem zadovoljen do 5 –popolnoma zadovoljen)

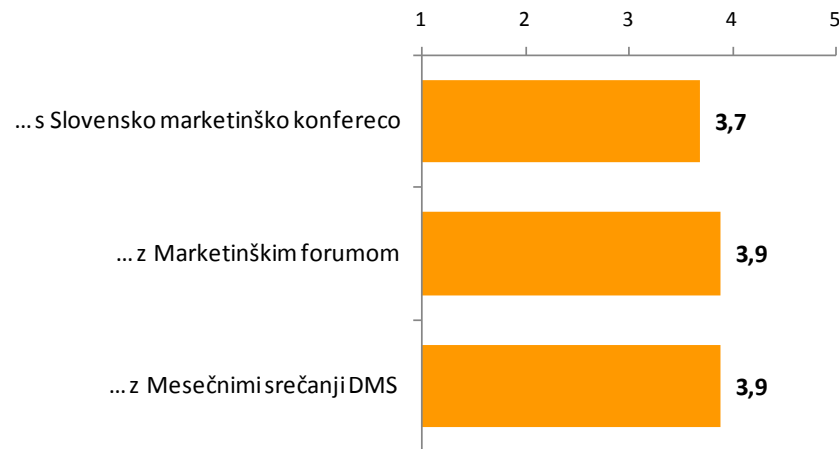


Ali bi pri SMK želeli kaj izboljšati? (N=19)

- manj samopromocije podjetij (n=6)
- več primerov iz prakse (n=5)
- predavanja oblikovana bolj interaktivno (n=3)
- več delavnic (n=2)
- predavatelji iz tujine (n=2)
- prikaz različnih industij (n=2)
- spremenitev zaporedja predavanj (izogib prekrivanju) (n=2)
- drugo (n=4)

Kako bi ocenili vaše zadovoljstvo

(lestvica od 1-sploh nisem zadovoljen do 5 –popolnoma zadovoljen)

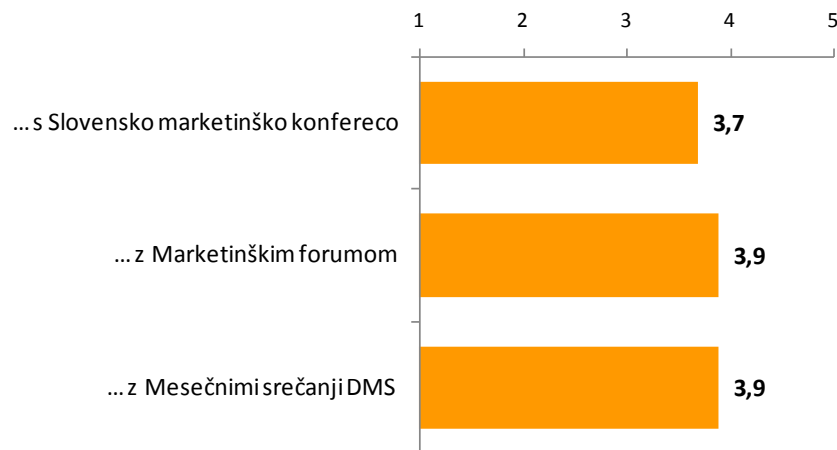


Ali bi pri Marketinškem fokusu želeli kaj izboljšati? (N=11)

- predavanja oblikovana bolj interaktivno (n=3)
- manj samopromocije s strani podjetij (n=1)
- več primerov iz prakse (n=1)
- delavnice (n=1)
- več primerov iz tujine (n=1)
- brezplačnost MF (n=1)
- potrebno je privabiti naročnike (n=1)
- drugo (n=2)

Kako bi ocenili vaše zadovoljstvo

(lestvica od 1-sploh nisem zadovoljen do 5 –popolnoma zadovoljen)

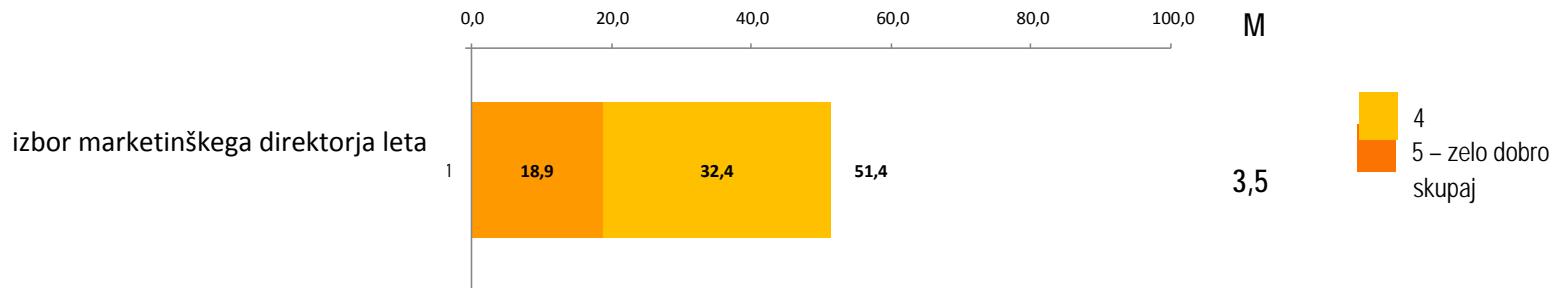


Ali bi pri Mesečnih srečanjih DMS želeli kaj izboljšati? (N=14)

- več primerov iz prakse (n=7)
- predavanja oblikovanja bolj interaktivno (n=3)
- več primerov iz tujine (n=1)
- več gostov (n=1)
- gradivo s srečanja (n=1)
- seznanjenost s sistemom odločanja o temi (n=1)

Kako bi ocenili izbor marketinškega direktorja leta?

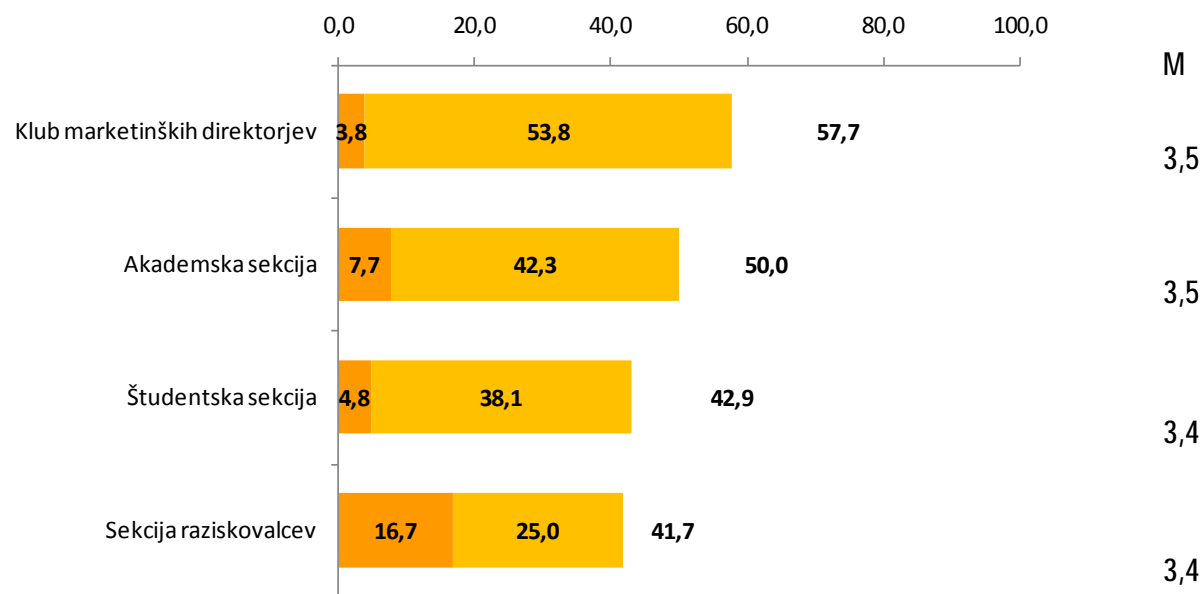
(lestvica od 1-zelo slabo do 5-zelo dobro) (N=74)



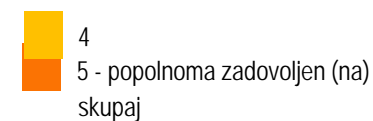
Ali bi bi pri izboru marketinškega direktorja leta želeli kaj izboljšati? (N=7)

- jasna opredelitev kriterijev (n=5)
- širši izbor kandidatov (n=3)
- opredeliti kaj je namen izbora (n=1)

Kako ste zadovoljni z delovanjem posameznih sekcij Društva za marketing Slovenije?
(lestvica od 1-sploš nisem zadovoljen do 5-popolnoma zadovoljen)



Potrebno je poudariti, da velik del anketiranih ni poznal posameznih sekcij.



Ali bi pri delovanju **AKADEMSKE SEKCIJE** želeli kaj izboljšati? ($N=4$)

- večja vključenost v gospodarske probleme ($n=1$)
- več srečanj bi povečalo aktivnost izmenjave znanja ($n=1$)
- intenzivno povezovanje z sekcijo raziskovalcev ($n=1$)
- da bi bili bolj akademski ($n=1$)

Ali bi pri delovanju ŠTUDENTSKE SEKCIJE želeli kaj izboljšati? (N=2)

- povezovanje z akademiki in sekcijo raziskovalcev (n=1)
- povezovanje univerz (n=1)

Ali bi pri delovanju KLUBA MARKETINŠKIH DIREKTORJEV želeli kaj izboljšati? ($N=5$)

- več dogodkov, več aktualnosti, tuji primeri ($n=1$)
- povezati marketinške direktorje ne glede na panogo in spodbujati njihovo proaktivnost ter povezavo z drugimi sekcijami ($n=1$)
- organizacija srečanj, predavanj tudi na celjskem področju ($n=1$)
- morda forum za člane, ki bi omogočal hitrejšo izmenjavo informacij, predlogov ($n=1$)
- več povezovanja ($n=1$)

Ali bi pri delovanju SEKCIJE RAZISKOVALCEV želeli kaj izboljšati? (N=12)

- ne, sem zadovoljen (n=4)
- povečanje aktivnosti delovanja (n=4)
- proaktiven nastop sekcije za ustvarjanje zdravega konkurenčnega okolja (n=1)
- brezplačni seminar ali forum o raziskavah v marketingu in možnost dostopa do SPSS (n=1)

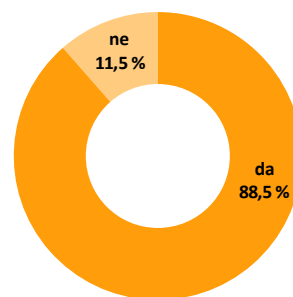
Anketirani v največji meri razmišljajo o vključitvi v **Sekcijo raziskovalcev** (34%), kateri sledi **Akademsko sekcija** (18%).

Ali menite, da bi morali v okviru DMS organizirati kakšno novo sekcijo? (N=37)

- ne vidim potrebe (n=16)
- sekcijo, ki je namenjena majhnim podjetjem (n=2)
- sekcija za trženje (n=2)
- PR sekcija (n=1)
- sekcija za upravljanje oblikovanja (dizajn management) (n=1)
- mednarodna sekcija (n=1)
- bolj splošna sekcija (npr. sekcije vodij marketinga, projektnih vodij) (n=1)
- sekcijo strateških planerjev, marketinških svetovalcev, direktorjev projektov (agencijska stran) (n=1)
- sekcijo praktikov (n=1)
- sekcijo oglaševalcev in oglaševalskih agencij (n=1)
- sekcijo brand managerjev, marketinških strokovnjakov (n=1)
- sekcija za direktni marketing (n=1)
- pedagoška sekcija (n=1)

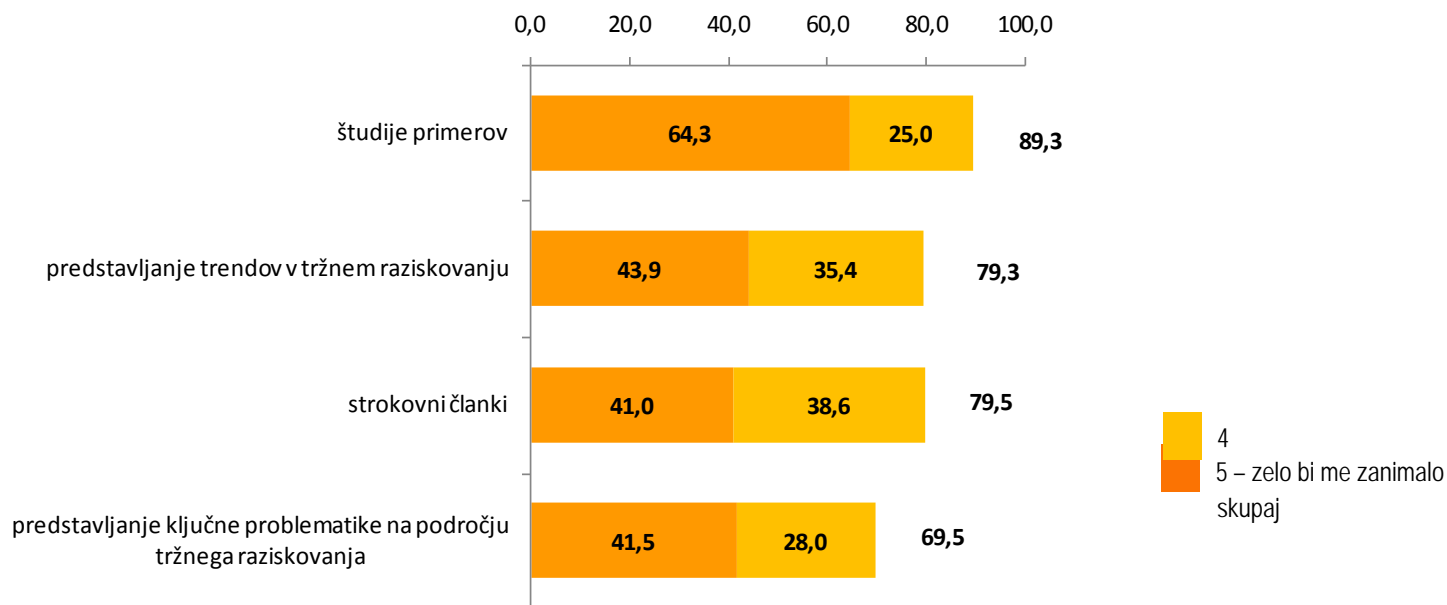
Večino anketiranih (86%) zanima področje tržnih raziskav. Le-te zanimajo vse predlagane tematike, pri čemer njihov interes v največji meri pritegnejo študije primerov (89%).

Ali vas zanima področje tržnih raziskav? (N=96)



SEKCIJA RAZISKOVALCEV se ukvarja z različnimi področji. V kolikšni meri bi vas delo Sekcije raziskovalcev zanimalo, če bi obravnavala naslednje tematike? (N=85)

(lestvica od 1-sploh ne bi zanimalo do 5-zelo bi me zanimalo)



Kako bi po vašem mnenju lahko Društvo za marketing Slovenije omogočilo boljše **MEDSEBOJNO POVEZOVANJE** članov?

- obstoječih načinov medsebojnega povezovanja je dovolj (n=11)
- povezovanje s pomočjo interaktivno oblikovane spletne strani (npr. forum, pisanje blogov) (n=18)
- več neformalnih druženj (n=10)
- objava seznama članov (n=4)
- pogostejša srečanja / izobraževanja (n=3)
- organizacija dogodkov na različnih lokacijah (n=2)
- več skupinskega dela (n=2)

Katere DOGODKE si želite v organizaciji Društva za marketing Slovenije?

- neformalna druženja (n=3)
- obiski uspešnih podjetij (n=3)
- predavatelji / strokovnjaki iz tujin (n=3)
- več delavnic / seminarjev (n=3)
- brezplačni seminarji (n=2)
- jih je dovolj (n=3)
- drugo (n=10)

Na kakšen način bi lahko v Društvu še izboljšali **INFORMIRANJE ČLANOV?**

- obstoječi način informiranja je dober (n=34)
- interaktivna spletna stran (npr. forum, blogi) (n=9)
- publikacije / časopis (n=3)
- sms obveščanje (n=1)
- drugo (n=5)

Imate še kakšne dodatne predloge za izboljšanje delovanja Društva za marketing Slovenije?

- nadgradnja www s strokovnimi vsebinami (n=3)
- na izobraževanjih več primerov iz prakse (n=2)
- več sodelovanja z drugimi institucijami, organizacijami (n=2)
- interaktivna spletna stran (n=1)
- neformalna srečanja (n=1)