



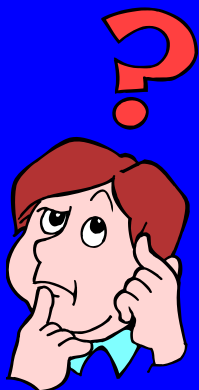
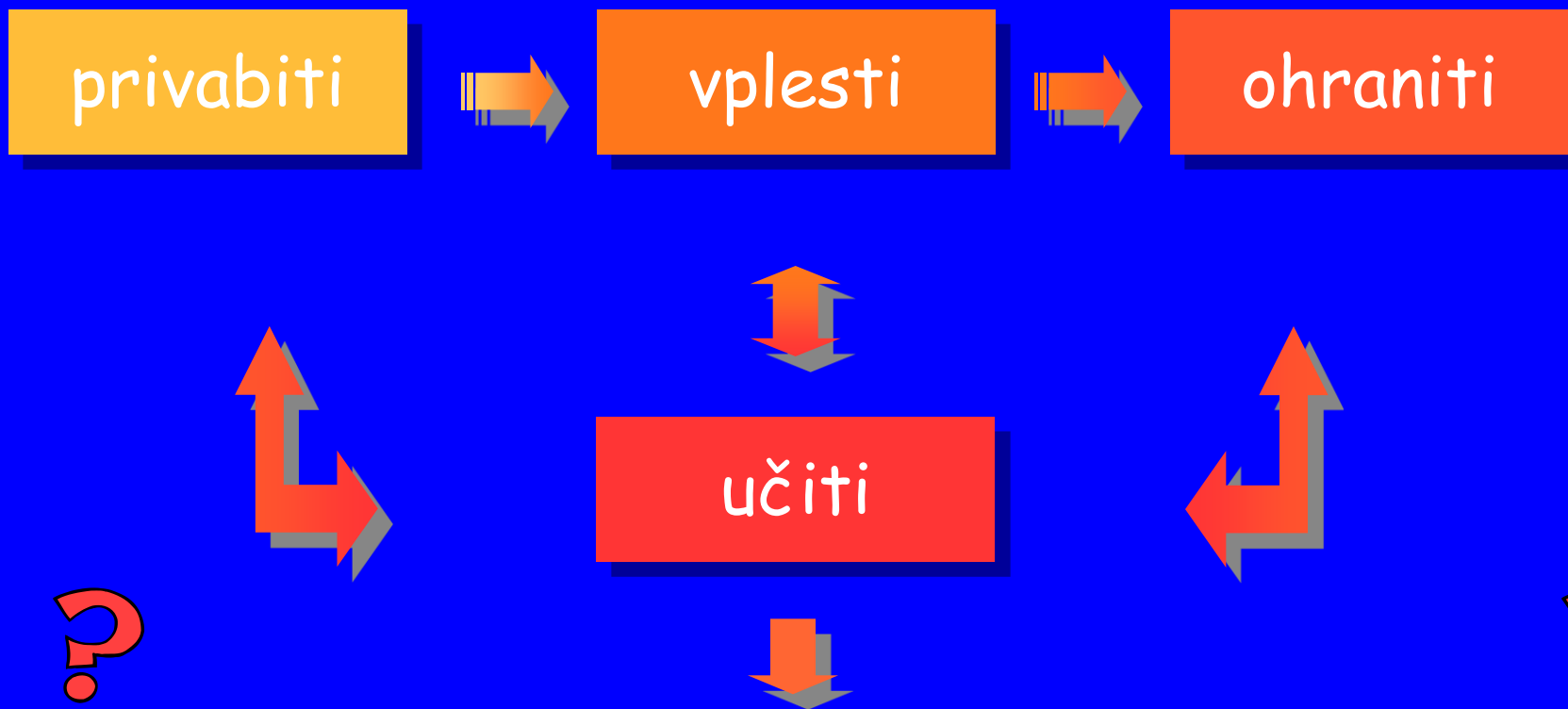
KAKO ZLESTI POD KOŽO NAŠIM INTERNETNIM OBISKOVALCEM (primer Renault)

Lenka Žlajpah

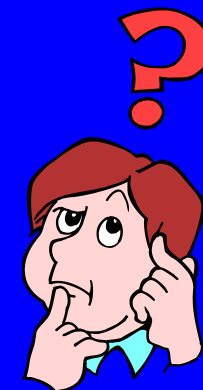
17. januar 2002



Spletna stran



Čim bolj podrobno spoznati svoje obiskovalce!





Vsebina raziskave za Renaultove spletne strani

- ZNAČILNOSTI OBISKOVALCEV
- OCENA SPLETNIH STRANI
- MOŽNOSTI ZA IZBOLJŠAVE
- KONKRETNI PREDLOGI ZA IZBOLJŠAVE



Metodologija raziskave

Kvantitativna raziskava



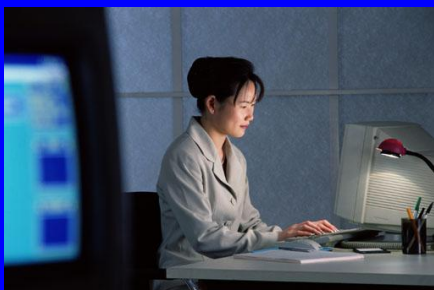
Številčni rezultati o zadovoljstvu
Odgovor na vprašanje "KOLIKO?"

Kvalitativna raziskava

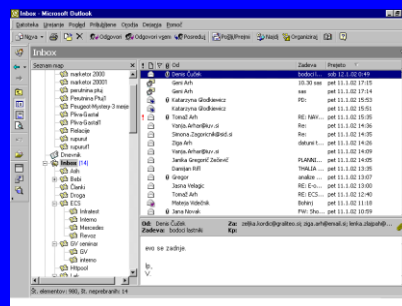


Vzroki za določeno prepričanje,
motivacije, stališča
Odgovor na vprašanje "ZAKAJ?"

Kvantitativna raziskava - "on-line" anketa



**POP UP
anketa na
Renaultovih
straneh**



**E-mail
povabilo
obiskovalcem
Renaultovih
strani**

Anketa

UVODNI NAGOVOR
Spoštovani,
upoznite avto in sodelujte v tekmovanju za lepe nagrade. Vaše mnenje za naslo boljše storitvi!
Z anketo želimo ugotoviti, kako ste zadovoljni z obiskom naših spletnih strani in kaj bi v prihodnje morali izboljšati. Vaše mnenje je za nas zelo pomembno, saj bomo tako lahko splošne strani učinkovitejše in vam, ki jih uporabljate.
Anketa traja 5 minut. Med tistimi, ki bodo sodelovali v anketi, bomo izbrali tri nagradince, ki bodo dobili nagrado iz Renault butik. Vsi podatki v anketi so zaupni in bodo uporabljeni samo za namene te raziskave.

A. UPORABA INTERNETA

1. Kako pogosto uporabljate internet? Izberite en odgovor.

večkrat dnevno
 skoraj vsak dan
 nekajkrat tedensko
 nekajkrat mesečno
 manj kot enkrat na mesec

2. Od kod vse dostopate do interneta? Izberite lahko enega ali več odgovorov.

od doma
 iz službe
 iz šole/fakultete
 iz knjižnice
 od prijateljev, sorodnikov, znancev
 iz klubov, Cybercafejev
 od drugod: _____

3. Ali ste v preteklih 12 mesecih preko interneta opravili kak nakup?

Da
 Ne

**+
Nagradna igra**

Skupno je bilo anketiranih 1690 OSEB.



Kvalitativna raziskava - skupinske diskusije



Pogovor o internetu,
avtomobilih in
Renaultovih spletnih
stranah



On-line ogled in
ocenjevanje
Renaultovih spletnih
strani

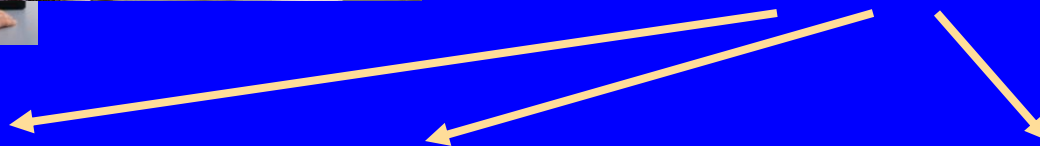
Skupno sta bili izvedeni 2 **SKUPINSKI DISKUSIJI**
z obiskovalci Renaultovih spletnih strani
(sedanji in bodoči kupci vozil znamke Renault).



Obiskovalci Renaultovih spletnih strani



Kdo so obiskovalci
Renaultovih spletnih
strani?



SOCIO
demografija

INTERNETNA
demografija

AVTOMOBILSKA
demografija

Kaj iščejo in kaj pričakujejo od Renaultovih spletnih strani?

Kateri je naš ciljni segment?



Zadovoljstvo z Renaultovimi stranmi

3 področja

Vsebina

Izgled

Tehnične
lastnosti

Ustrezna vsebina

Izgled strani

Prijaznost uporabniku

Informativnost

Originalnost strani

Hitrost nalaganja

...

...

...

Vsako področje smo ponazorili z različnimi trditvami,
ki opisujejo to področje.



Zadovoljstvo z Renaultovimi stranmi

Za vsako trditev so anketiranci ocenili:

Pomen

V kolikšni meri je ta lastnost pomembna pri spletnih straneh

Zadovoljstvo

Kako zadovoljni so s to lastnostjo pri Renaultovih spletnih straneh

Indeks zadovoljstva

Pomen : Zadovoljstvo



Indeks zadovoljstva

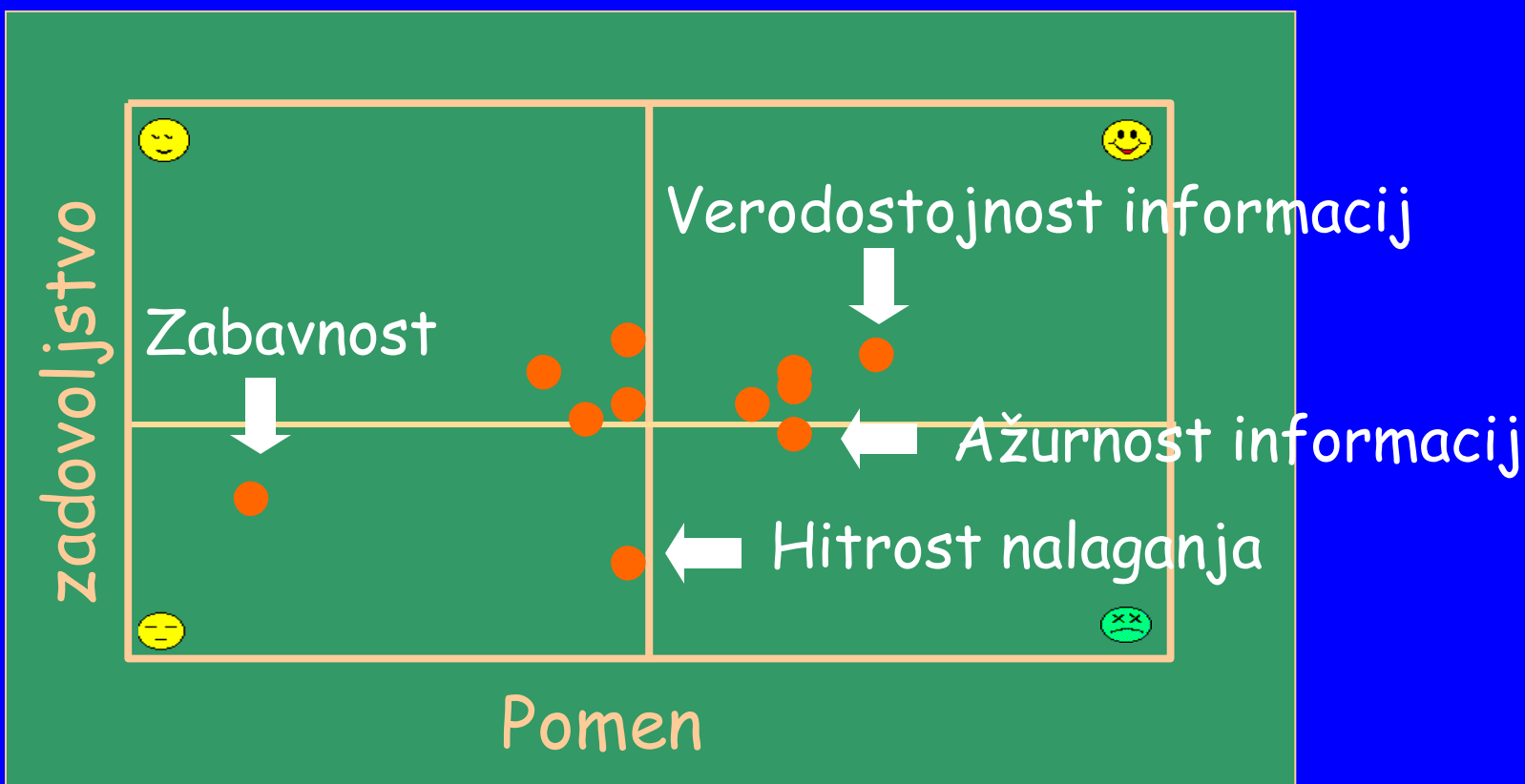
- Število z vrednostmi od 0 do 100.
- Pove, kako so potrebe obiskovalcev zadovoljene - upošteva pomen in zadovoljstvo.
- Lahko se primerja med različnimi segmenti obiskovalcev, v času, s konkurenco,...





Primerjava ocen pomembnosti in zadovoljstva

Visok pomen, nizko zadovoljstvo → Možnosti za IZBOLJŠAVE





Predlogi za izboljšave

... "Na internetu pa je bila opcija, da si odključal radio, pa se je cena povečala za ceno radia, ampak ta vrednost je že bila v osnovni ceni" ...

... "Nikjer ni informacij o novih modelih, ki bodo prišli na trg" ...

... "Recimo določene spletne strani imajo tudi galerijo. Sliko svojih avtomobilov. Tukaj pa tega ni" ...

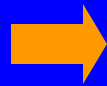
... "Pri Pišite nam zelo manjka možnost posredovanja splošnega mnenja. Lahko komentiraš spletne strani, lahko komentiraš vozilo, poizveduješ, ne moreš pa dati splošnega mnenja. Jaz sem hotel napisati nekaj o Cliu RS" ...



Predlogi za izboljšave

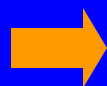
Vedno je **POTREBNO UPOŠTEVATI**:

Ciljni segment



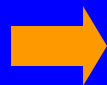
Pogosti obiskovalci Renaultove spletne strani

Želje ciljnega segmenta



Spletna stran je več kot samo spisec informacij

Usmeritve postavitelja strani



Strategija spletnih strani, stroški sprememb