



---

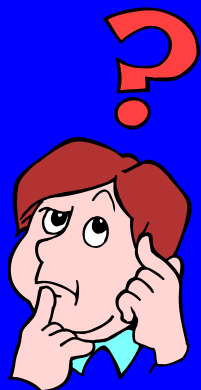
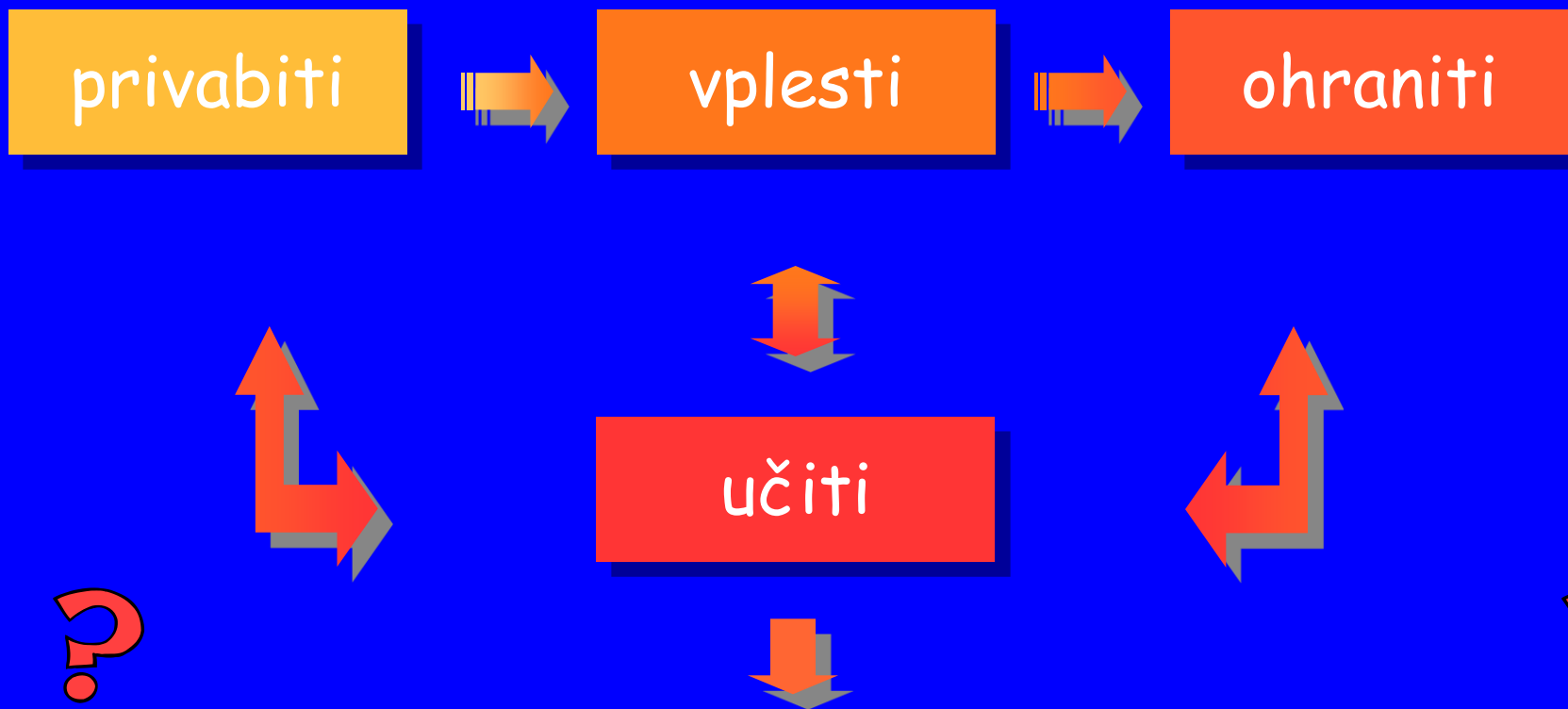
# KAKO ZLESTI POD KOŽO NAŠIM INTERNETNIM OBISKOVALCEM (primer Renault)

Lenka Žlajpah

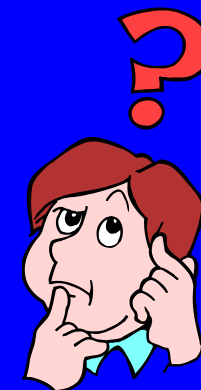
17. januar 2002



# 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



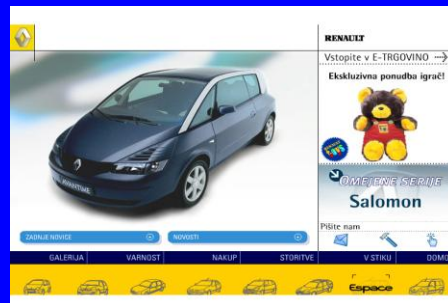
Številčni rezultati o zadovoljstvu  
Odgovor na vprašanje "KOLIKO?"

Kvalitativna raziskava

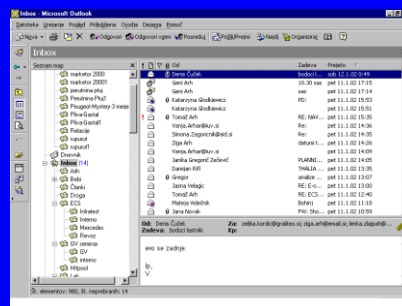


Vzroki za določeno prepričanje,  
motivacije, stališča  
Odgovor na vprašanje "ZAKAJ?"

# 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 sboljšati. 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  
straneh



On-line ogled in  
ocenjevanje  
Renaultovih spletnih  
strani

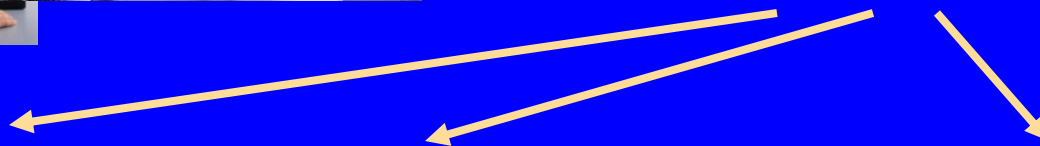
Skupno sta bili izvedeni 2 **SKUPINSKI DISKUSIJI**  
z obiskovalci Renaultovih spletnih strani  
(sedanji in bodoči kupci vozil znamke Renault).



# 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

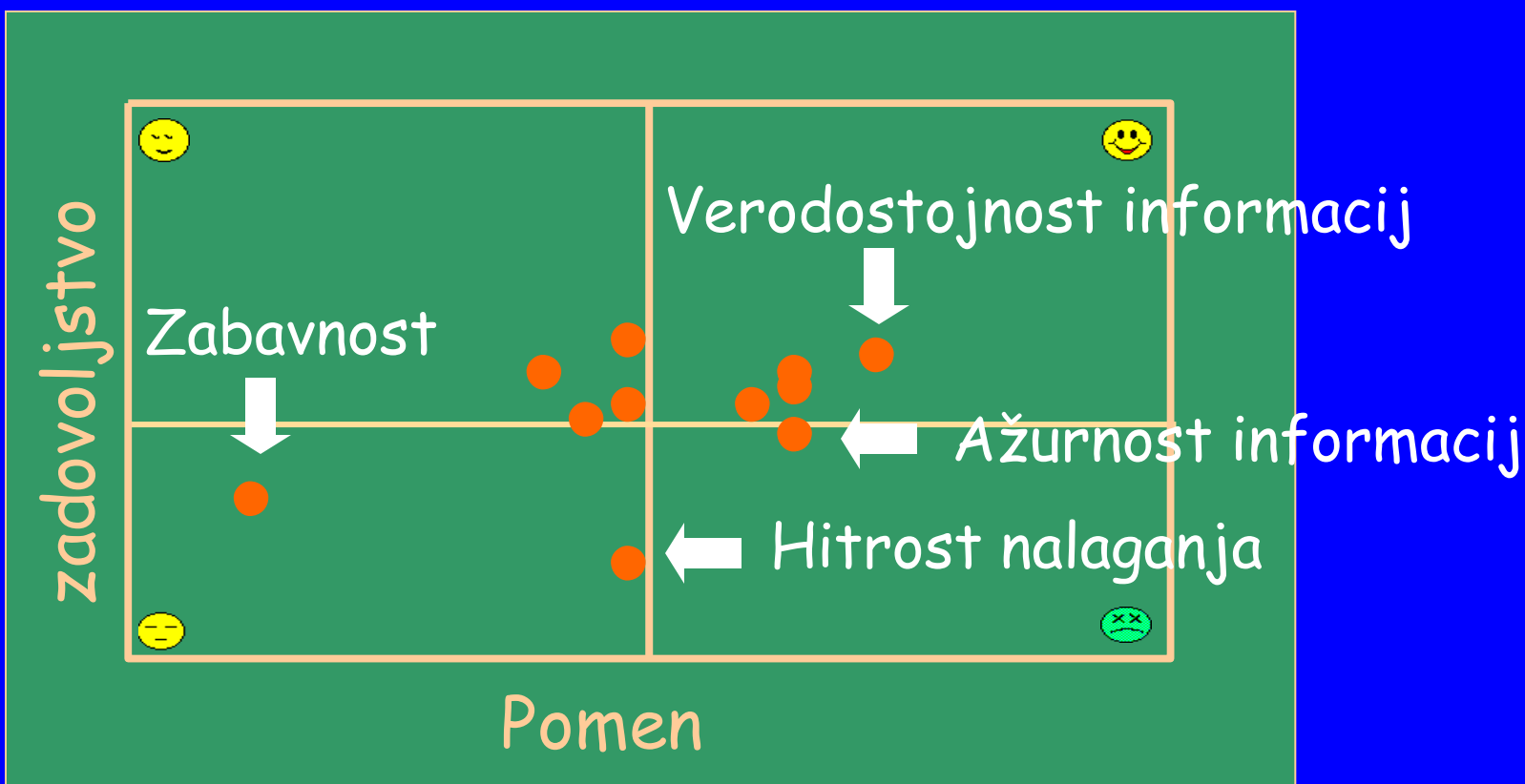
- Število z vrednostmi od 0 do 100.
- Pove, kako so potrebe obiskovalcev zadovoljene - upošteva pomen in zadovoljstvo.
- Lahko se primerja med različnimi segmenti obiskovalcev, v času, s konkurenco,...





# 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" ...*

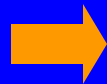
*... "Pri Pišite nam zelo manjka možnost posredovanja splošnega mnenja. Lahko komentiraš spletne strani, lahko komentiraš vozilo, poizveduješ, ne moreš pa dati splošnega mnenja. Jaz sem hotel napisati nekaj o Cliu RS" ...*



# Predlogi za izboljšave

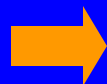
Vedno je **POTREBNO UPOŠTEVATI**:

Ciljni segment



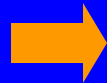
Pogosti obiskovalci Renaultove spletne strani

Želje ciljnega segmenta



Spletna stran je več kot samo spisek informacij

Usmeritve postavitelja strani



Strategija spletnih strani, stroški sprememb