

# MARKETINGOVÝ INFORMAČNÝ SYSTÉM

(Prípadová štúdia č. 10)

## **1. CIEĽ:**

Mojim cieľom v tejto prípadovej štúdií je zorganizovať tok marketingových informácií smerom k manažérom.

## **2. OTÁZKY A ÚLOHY, KTORÉ SI KLADIEM:**

1. Aký je súčasný stav informačných tokov v spoločnosti?
2. Ktoré sú hlavné okruhy, v ktorých sa nachádzajú informačné potreby firmy?
3. Mám identifikovať, ktoré informačné toky sú potrebné na podporu rozhodovania vo firme.
4. Mám navrhnúť spoločnosti ID spôsob realizácie marketingového informačného systému.
5. Ako funguje navrhnutý marketingový IS?

## **3. RIEŠENIE:**

### **1. Aký je súčasný stav informačných tokov v spoločnosti?**

Súčasný stav informačných tokov v spoločnosti ID by sa dal charakterizovať ako chodenie s otvorenými očami a nastraženými ušami. Podnik v tejto oblasti doteraz nemal žiadnu koncepciu. Okrem sledovania tlače a iných masmédií a pravidelných neformálnych diskusií medzi zamestnancami a majstrom podnik nemal vybudovaný iný informačný systém. Všetci zamestnanci spoločnosti sú zainteresovaní na získavaní informácií o okolí, o trendoch, keďže od toho závisí, či budú mať v budúcnosti zamestnanie. Otázkou zostáva, či tento "informačný systém" je efektívny.

### **2. Ktoré sú hlavné okruhy, v ktorých sa nachádzajú informačné potreby firmy?**

Spoločnosť ID potrebuje informácie v oblasti:

- predaj a marketing (analýza domáceho a zahraničného trhu, poskytnutie výrobkov všetkým potencionálnym odberateľom, analýza konkurencie, správanie sa zákazníkov)
- strategické plánovanie (prieskum trhu, uvažovanie o prieniku na nové trhy, potreba včasných, kvalitných a presných informácií)
- nákup a dodávky (informácie o dodávateľovi, možnosť predísť výpadkom dodávok)

### **3. Mám identifikovať, ktoré informačné toky sú potrebné na podporu rozhodovania vo firme.**

Informačné toky potrebné na podporu rozhodovania vo firme ID:

- informácie od zamestnancov
- informácie zo zahraničných pracovných ciest majiteľa a ekonóma

- informácie od dodávateľov, zákazníkov a odberateľov
- informácie od konkurentov
- informácie z Internetu a masovokomunikačných prostriedkov
- informácie z odborných časopisov
- informácie z výstav a prehliadok
- informácie z interných zdrojov - účtovníctvo, evidencie (cash flow, súvaha, odbyt, objednávky, reklamácie)

#### **4. Mám navrhnúť spoločnosti ID spôsob realizácie marketingového informačného systému.**

Motivácia hľadať, sledovať a zaznamenávať nové trendy v spoločnosti existuje. Zefektívnenie informačných tokov však prinesie aj časovú úsporu. Tu sú navrhované riešenia:

- sledovanie a pravidelné vyhodnocovanie ekonomických ukazovateľov spoločnosti
- sledovanie marketingu a predaja, ich efektívnosti a účinnosti
- objednanie odborného časopisu z oblasti nábytku a bývania a populárneho časopisu Moderné bývanie a ich archivácia
- v pravidelných týždenných neformálnych poradách zotrvať
- majiteľ by si mal zaviesť databázu informácií, ktoré by pretrvali a do ktorých by sa dalo nazrieť aj o dlhšie časové obdobie. Mali by to byť informácie o vývoji ukazovateľov firmy, evidencii objednávok a reklamácií, trendoch vývoja, pohyboch cien vstupov, ekonomickom vývoji v drevárskom odvetví...
- motivovať zamestnancov aby zbierali dôležité informácie
- sledovať a zaznamenávať si dôležité poznatky z komunikácie s dodávateľmi aj zákazníkmi
- každému zákazníkovi v diskusii pri odovzdávaní diela alebo výrobku položiť niekoľko otázok, ktoré by sa v prípade zaujímavých postrehov zaznamenali. Otázky sa môžu týkať spokojnosti s odvedenou prácou, želaní, ďalších požiadaviek

#### **5. Ako funguje navrhnutý marketingový IS?**

Navrhnutý marketingový informačný systém prinesie podniku prehľad o zákazníkoch a o trhu za nízke náklady. Okrem toho spoločnosti pomôže sledovať trendy vo vývoji ekonomiky odvetvia, ale aj trendy v oblasti inovácií. Databáza informácií zase pomôže rýchlo vyhľadať určité údaje, resp. umožní sledovať vývoj za dlhšie obdobie. Zamestnanci zase budú viac zainteresovaní na výsledkoch podniku, keď sami budú sledovať a donášať informácie majiteľovi. Okrem toho marketingový IS pomôže nájsť signály na korigovanie odchýlok od očakávaného vývoja ekonomických ukazovateľov a včas na ne majiteľa upozorniť.

#### **4. ZÁVER:**

Marketingový informačný systém v podniku ID nie je zanedbateľnou záležitosťou, pretože spoločnosti umožní zostať v kontakte s realitou okolo a prispôbiť sa jej ako prvý. Spoločnosť ID si zavedie jednoduchý, ale efektívny informačný systém.