

Inovační vouchery 2016 Případová studie projektu

Příjemce:

NOVITERA, a.s.

Adresa: www.novitera.cz

Obor podnikání: Výroba dechových hudebních nástrojů a příslušenství (pouzder a povlaků)

Profil společnosti: společnost NOVITERA, a.s. je výhradním distributorem automatických kotlů na pevná paliva značky TEKLA pro ČR a SR. Svou činností se společnost snaží přispět ke zlepšení ovzduší, životního prostředí a zdraví obyvatel. Zákazníkům tak nabízí efektivní technologická řešení s nízkou spotřebou paliva, vysokou účinností a šetrným dopadem na životní prostředí.

Poskytovatel znalostí:

Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, katedra marketingu, obchodu a služeb

Adresa: www.kmm.zcu.cz

Profil: Vědecká činnost katedry se zaměřuje na problematiku aplikací nových technologií do marketingu, obchodu i služeb cestovního ruchu, což je podpořeno i dostupnou technologií pro eyetracking. Stejně tak se akademičtí pracovníci zaměřují na marketingové analýzy a průzkumy pro firmy a další subjekty. Na katedře jsou úspěšně řešeny projekty aplikovaného a smluvního výzkumu, např. inovační vouchery. Významnou část vědeckovýzkumných a projektových aktivit katedry tvoří přeshraniční (většinou česko-německá) tematika, např. v oblasti nákupního turismu apod.

Odpovědná osoba: Ing. Jarmila Ircingová, Ph.D.

Předpokládání spoluřešitelé: doc. Ing. Jiří Skalický, CSc., Ing. Lenka Šimová, Ing. Jan Tluchoř, Ph.D., Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

Název projektu: Inovace strategického marketingového plánu společnosti NOVITERA a.s. pro vybrané trhy ČR a SR

Hodnota vouchery: 170.000 Kč

Výchozí situace: Společnost NOVITERA a.s. nemá personální ani odbornou kapacitu na zpracování marketingové analýzy trhu tohoto rozsahu s následným odborným doporučením pro inovaci strategického marketingového plánu firmy. Společnost se rozvíjí a roste spíše organicky než plánovaně. Současné řízení a strategie jsou vedeny spíše intuitivně a zkušenostním přístupem – nejedná se o systematické strategické řízení. Firma si uvědomuje velký potenciál trhu automatických kotlů, proto potřebuje zmapovat a vyhodnotit prostředí pro inovaci současného marketingové plánu.

Cíle projektu: Cílem projektu je inovace strategického marketingového plánu k vybraným trhům ČR, SR, Srpsko. Bude zpracováno několik analýz (analýza vnitřního prostředí společnosti, analýza vnějšího prostředí, PEST analýza, Analýza zákazníků, analýza konkurence, benchmarking).

Výstupy a přínosy projektu: Cíle projektu byly naplněny. V rámci projektu vznikla rozsáhlá analýza, která byla spolu s doporučeními v souladu s metodikou BSC převedena do strategického marketingového plánu společnosti. Metoda umožnila stanovit vyvážené strategické cíle a ty převést do specifických dílčích cílů včetně metrik, a při jejich realizaci měřit výkonnost organizace. Došlo tak k propojení strategického řízení s operativním, což zvýšilo efektivnost řízení organizace jako celku. Vznikl tak moderní strategický nástroj pro plánování, rozhodování a řízení v horizontu 5 až 7 let.