

Firma - příjemce voucheru

Název: Nelan, s.r.o.

Adresa: Třebeň – část Horní Ves 1, Cheb 350 02,
www.nelan.cz

Velikost firmy: Malý podnik

Obor podnikání: Výroba a montáž plastových oken, dveří a dalších stavebních prvků

Profil: Společnost Nelan se více než 20 let řadí mezi přední a osvědčené výrobce a dodavatele plastových oken, dveří, výplní a dalších produktů jako jsou např. zimní zahrady. Základem jsou kvalitní výrobky firem GEALAN (profily), MACO (kování), PERITO (dveřní výplně), Van Breeven (celohliníkové konstrukce) a dalších. Jako přímý výrobce zaručuje společnost po celou dobu výroby plnění těch nejvyšších standardů.

Poskytovatel znalostí

Název: Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická

Adresa: Univerzitní 8, 306 14 Plzeň, www.fek.zcu.cz

Profil: Fakulta ekonomická (dále jen FEK) byla založena v roce 1990 a v současnosti je jednou z osmi fakult Západočeské univerzity v Plzni. Fakulta poskytuje vysoko-školské vzdělání ekonomického zaměření, prohlubuje spolupráci s praxí a absolventy fakulty. Podporuje vědeckou činnost se zaměřením na regionální problematiku a orientuje studenty a učitele na mezinárodní spolupráci, a to zejména v rámci EU. Fakulta realizuje vzdělávací, vědeckou a další spolupráci v rámci ZČU v Plzni a Chebu i s ostatními subjekty v ČR i v zahraničí.

Zodpovědní výzkumníci: Ing. Jan Tluchoř Ph.D.,
Ing. Jarmila Ircingová, Ph.D.

Spolupráce na projektu

Hodnota voucheru: 150 000 Kč

Doba realizace: 2. 5. 2012 – 27. 9. 2012

Předmět projektu: Analýza trhu a návrh vhodných marketingových strategií na základě průzkumu jednotlivých prvků vnějšího prostředí a navazujícího dotazníkového šetření mezi stávajícími a potenciálními zákazníky firmy.

Popis projektu: Projekt byl zaměřen především na zvýšení konkurenceschopnosti, rozšíření obsluhovaných segmentů trhu a pochopení potřeb a požadavků zákazníků. Zpracovaná analýza poskytla firmě nové informace a znalosti o jejich vybraných zákaznických segmentech a ukázala potenciální skupiny zákazníků/trhů. Firma nemá přístup k relevantním údajům o nákupních preferencích spotřebitelů, proto byl tento projekt významnou šancí k získání nových znalostí a informací.

Využití a přínos: Získané znalosti firmě pomohly k lepší orientaci na zákazníky, vylepšení marketingové komunikace a mohou případně i napomoci objevit nové trhy. V konečném důsledku by pak získané znalosti měly přispět ke zvýšení (či alespoň zachování) tržeb firmy, které bude mít dopad na případné zvýšení (či alespoň udržení) počtu zaměstnanců a investic do rozvoje výrobních technologií.

Zhodnocení spolupráce: Díky řešenému projektu došlo k navázání úzkého kontaktu a k zahájení spolupráce v oblasti výzkumu a vývoje, k propojení teoretických znalostí a know-how poskytovatele s praktickými zkušenostmi žadatele a také k transferu získaných poznatků. Závěrečným výstupem projektu byly navrhované strategie a adekvátní marketingové aktivity.