

Rešeršní služby v komerčním sektoru

Martin Mlčoch

květen 2013

Obsah

Cíle řešeršních služeb v komerčním sektoru

Příklady typů řešeršních služeb a výzkumu v komerčním sektoru

Proces zpracování požadavku

Prezentace výsledků

Školení, komunikace v týmu, zpětná vazba

Cíle rešeršních služeb a výzkumu v komerčním sektoru

Orientace v oblasti trhu a zákazníků

- Podíly na trhu, informace o produktech, konkurenci, segmentace klientů...

Identifikace nových příležitostí

- Nové produkty a zákaznické skupiny

Včasné varování ohledně aktivit konkurence

- Novinky z tisku, informace z trhu

Lepší interakce se zákazníkem

- Zákaznická zkušenost

Rychlejší, levnější a více efektivní sdílení informací

- Vytvoření efektivního knowledge management systému

Příklady řešeršních a výzkumných služeb v komerčním sektoru

MEZINÁRODNÍ PORADENSKÁ FIRMA

- Dotazy různého druhu od dílčích informací po komplexní zpracování
- Rychlý termín dodání v řádu hodin až několika dnů
- Rozdělení funkcí podle oboru
- Propracovaný systém znalostí, mezinárodní síť
- Pracovníci s knihovnickým i ekonomickým vzděláním

TELEKOMUNIKAČNÍ FIRMA

- Pravidelné publikování dovnitř firmy
- Mapování trhu, predikce, ad hoc dotazy
- Čtvrtletní prezentování výsledků na představenstvu
- Pracovníci s ekonomickým vzděláním, tým doplněn IT pracovníkem získávajícím data z vnitřních informačních systémů

MEZINÁRODNÍ PORADENSKÁ FIRMA V OBLASTI REALIT

- Publikace na zakázku
- Delší termíny dodání
- Pracovníci s ekonomickým zaměřením specializovaní na realty, výhodná zkušenost z trhu
- Mezinárodní provázanost

Výběr zdrojů komerčních informací

Externí

- Tisk
- Výroční zprávy
- Zprávy analytiků
- Ministerstva
- Statistický úřad
- Asociace
- Výzkumné agentury
 - Mystery shopping
 - Segmentace trhu
 - Testování produktů
 - Zákaznická zkušenost
 - Podíly na trhu

Interní

- Detailní zprávy o interních výsledcích
- Prodej
 - Konkureční nabídky zjištěné na trhu
 - Informace o plánovaných akcích konkurence
 - Informace o úspěšnosti nebo neúspěšnosti kampaní konkurence
- Marketing
 - CRM system
 - Historická data ohledně úspěšnosti nebo neúspěšnosti jednotlivých kampaní
- Knowledge management
 - Interní knowledge portal

Proces zpracování požadavku

Zadání

- Elektronicky standardizované, zpětně dohledatelné v databázi.
- Nutné přesné vyjasnění dotazu nejlépe na bázi osobního nebo telefonického rozhovoru

Zpracování

- Zpracovává jeden pracovník podle odbornosti
- Rozdělení oborů
- Komunikace se zadavatelem o průběhu práce

Dodání

- Ohodnocení práce
- Zpětná vazba

Prezentace výsledku

Odkaz na Internetovou/ Intranetovou sumarizační stránku

- Používána pro základní orientaci a odpovědi na často kladené dotazy
- Základní popis oboru a terminologie, odpovídající dokumenty pomáhající uvést laiky do problematiky
- Kontaktní osoby
- Informace
- Často kladené otázky

Rešerše s následujícím obsahem

- Sumarizace
- Výsledek často ve formě power pointu nebo excelovské tabulky
- Možná distribuce periodických materiálů
- Výsledek uchován v databázi dotazů

Příklad sumarizační stránky

The image shows a screenshot of a website titled "Guide to Knowledge". The page features a world map in the background and a navigation menu on the right. Several blue callout boxes are overlaid on the page to highlight specific features:

- Kontakty (obecný telefon, zodpovědní pracovníci)**: Located in the upper right area of the page.
- Formulář el. zadání**: Located in the top right corner.
- Nové přírůstky do knihovny, konference**: Located in the middle right area.
- Základní dokumenty**: Located in the lower middle right area.
- Databáze**: Located in the bottom right area.
- Nejnovější články a publikace**: Located in the lower left area.
- Často kladené dotazy**: Located in the bottom left corner.

The website content includes a "Sector" dropdown menu, an "Overview" section, and a "Practice Day" event listed for "Feb 13 - 14 New York".

Příklady dotazů

Trh s volně prodejnými léky

- Dají se léky bez předpisu koupit i mimo lékárny ?
 - 2) Pro typické léky proti bolesti, můžete nám prosím pomoci s cenou za : Značkové negenerické léky OT, Značkové generické léky, Neznačkové generické léky
Prosím uveďte kolik má každé balení pilulek, takže můžeme vypočítat porovnatelnou cenu
 - 3) Náš klient se zajímá o to, zdali by se daly distribuovat jeho značkové léky v malých baleních v netradičních distribučních kanálech, například ve vlacích. Existuje tento business model v České republice ?

Trh s nábytkem

- Jaká je velikost tohoto trhu v České republice ? Jak se vyvíjel za posledních pět let ? Existuje zde firma, která se nejprve zaměřila na výrobu levného nábytku a postupem času přešla k výrobě značkových produktů s vysokou přidanou hodnotou ?

Přehled trhu s komerčními realitami v Liberci

- Jaké jsou současné a plánované projekty komerčních nákupních prostor v Liberci a jaká je celková situace na tomto trhu ?

Příklad odpovědi (1)

PROJECT	EXISTING		STATUS	PLANNED		PROPOSED		SCHEME TYPE	UNITS	PARKING
	GLA	Year		GLA	Year	GLA	Year			
Centrum Babylon Liberec	6,000	2000	Open					SC	63	n/a
Forum Liberec	43,950	2009/2010	Open					SC	117	838
Globus Liberec (Géčko)	29,900	2007	Open					SC	66	1,420
Liberec Plaza	19,500	2009	Open					SC	115	490
NC Nisa Liberec	47,392	1999/2008	Open					SC	165	1,800
OC Delta	5,000	2006	Open					SC	46	0
RP Liberec Sever	11,400	2008	Open/Planned	6,200	2012			RP	13	570
RP Saller Liberec	12,876	1995	Open/Proposed			4,000	n/a	RP	3	600

The difficult competitive environment in the oversupplied retail market of Liberec has been fully exposed during 2009, when the Plaza shopping centre opened only with a fraction of units being leased to tenants. The city has currently three main retail destinations including the retail park zone in the north of the city, SC Nisa and the city centre, which is represented mainly by Forum Liberec. The somewhat unfortunate timing and refurbishment of SC Nisa in 2008 has reshuffled the competitive landscape in Liberec and the situation has become even more complex with the opening of Forum Liberec in 2009 and 2010.

The influx of new big box retailers such as Decathlon and Bauhaus in the retail park zone around the Globus hypermarket has increased the importance of this destination.

Although the city has seen several attempts of developers to create high street style projects or smaller shopping centres in the city centre (Syner Palác, OC Delta), the competition from large scale shopping centres has significantly reduced the chances of these projects to compete in other than convenience and service segments.

Due to the difficult competitive environment in Liberec, developers have largely abandoned plans for new retail projects in the city, with the only exception being the extension of existing projects.

New retail development in Liberec can only be sustainable, when focusing on the retail park/warehouse segment.

Příklad odpovědi (2)

Announcement						Enterprise value	Enterprise Value (Multiples)			Margin Analysis		Transaction Value	Stake	Exchange rate at the date of announcement
Date	Target	Notes	Target Country	Acquiror	(EUR MM)	EV / Net Sales	EV/EBITDA	EV / EBIT	EBITDA	EBIT	(USD MM)		USD/EUR	
Deals with stake above 50%														
6.08 1.08	Anheuser-Busch Cos LLC		USA	Anheuser-Busch InBev NV	34 905	3,3	14,1	18,9	23%	17%	60 829	100%	0,6430 Bloomberg	Source
	Scottish & Newcastle Ltd		UK	SUNRISE ACQUISITIONS LTD	12 168	3,0	21,7	28,7	14%	10%	18 748	100%	0,6824 Bloomberg	
6.11	Foster's Group Ltd		Australia	SABMiller PLC	8 711	5,5	14,4	16,5	39%	34%	13 140	100%	0,6994 Bloomberg	
12.09	Multi Bintang Indonesia Tbk PT		Indonesia	Asia Pacific Breweries Ltd	535	4,0	10,2	11,7	40%	34%	236	69%	0,6733 Bloomberg	
2.07	Lakeport Brewing Income Fund		Canada	Anheuser-Busch InBev NV	96	0,9	7,9	9,5	11%	9%	144	100%	0,7713 Bloomberg	
7.09	South African Breweries Ltd/The		South Africa	SABMiller PLC	8 034	1,9	10,0	13,5	19%	14%	97	100%	0,7100 Bloomberg	
7.08	Turk Tuborg Bira ve Malt Sanayii AS		Turkey	Central Bottling Co	146	1,8	29,3	-85,4	6%	-2%	80	96%	0,6294 Bloomberg	
4.08	Pyramid Breweries Inc		USA	Independent Brewers United Inc	22	0,7	-61,8	-12,4	-1%	-6%	33	100%	0,6396 Bloomberg	
11.07	Koninklijke Grolsch NV		Netherlands	SABMiller PLC	878	3,5	25,4	124,7	14%	3%	1 198	100%	0,6822 Reuters	
8.07	Eichhof Beverages		Switzerland	Heineken NV	176	1,4	9,9	17,3	14%	8%	277	100%	0,6354 Reuters	
Deals with stake below 50%														
7.09	South African Breweries Ltd/The		South Africa	Broad-Based Black Economic Empowerment Consortium	8 034	1,9	10,0	13,5	19%	14%	750	10%	0,7100 Bloomberg	
1.10	San Miguel Corp		Philippines	Top Frontier Holdings Inc	11 263	3,0	15,7	21,0	19%	14%	525	14%	0,6937 Bloomberg	
5.09	Tsingtao Brewery Co Ltd		China	Private Investor	5 231	2,6	17,0	21,3	15%	12%	234	7%	0,7493 Bloomberg	
3.10	Efes Breweries International NV		Turkey	Anadolu Efes Biraçilik Ve Malt Sanayii AS	806	1,3	6,4	12,8	20%	10%	187	26%	0,7427 Bloomberg	
12.07	Quilmes Industrial SA		Argentina	Cia de Bebidas das Americas	16 407	17,0	42,4	52,0	40%	33%	155	6%	0,6956 Bloomberg	
5.08	Saku Olltehas AS		Finland	Carlsberg A/S	94	1,8	7,9	10,7	23%	17%	38	25%	0,6379 Bloomberg	

Školení a komunikace v týmu

Školení

- Úvodní denní školení pro nováčky (pracovní procesy)
- Určení seniorního kolegy, který se stará a nového kolegu
- Další školení se obvykle zaměřují na analytické schopnosti, detailnější znalost oboru, komunikační schopnosti. Navštěvují se dostupné konference a odbírá odborný tisk.

Komunikace v týmu

- Vedoucí týmu nastaví zodpovědnost za zpracovávání rešerší podle oboru a kontroluje jejich vypracování
- Může stanovit tzv. dispečera, který požadavky pomáhá rozdělovat a kontroluje, že každý má svého zpracovatele.
- Pokud je tým malý, většinou se vyplatí pracovat v open space a případné operativní informace v omezené míře sdílet mezi sebou na pracovišti.
- Jednou týdně by měla proběhnout schůze, kde by se probraly existující projekty, jednou za např. tři měsíce (opět individuální) by se měl vedoucí sejít se svým podřízeným a probrat v osobním hovoru jeho obecnou spokojenost s prací, problémy, návrhy na zlepšení atd ...