

Príloha 4 Hĺbkový rozhovor so spoločnosťou Partner 3

1. časť Predstavenie

- **Vaša pozícia vo firme:** Som konateľom spoločnosti.
- **V akej oblasti podniká Vaša firma a ako dávno?** Firma sa zaoberá predajom železiarskeho tovaru.
- **Funguje ako maloobchod, veľkoobchod alebo oboje?** Sme maloobchod.
- **Aké máte preferencie pri výbere svojich dodávateľov (označte prosím číslami 1-5, kde 1= najdôležitejšie, 5= najmenej dôležité):**
 - **Spol'ahlivosť** - 1
 - **kvalita dodávaných produktov**- 1
 - **cena**-1
 - **flexibilita dodávok**-1
 - **vzdialenosť sídla dodávateľa**-5
- **Uprednostnili by ste univerzálneho dodávateľa pre celý sortiment Vašich produktov, alebo Vám viac vyhovuje odber od rôznych dodávateľov?**- Celkovo univerzálneho dodávateľa by sme si nemohli dovoliť kvôli rôznorodosti nášho sortimentu, no pre určité časti či kategórie sortimentu by sme si vedeli predstaviť univerzálneho dodávateľa.
- **Udržiavate dlhodobé obchodné vzťahy so svojimi partnermi?** Áno, jednoznačne.

2. časť Marketing firmy

- **Disponuje Vaša firma marketingovým oddelením? V prípade, že áno, aké sú jeho kľúčové aktivity?** – Nemáme marketingové oddelenie.
- **Aké špecifiká má Vaša marketingová komunikácia na B2B trhu?**- Na tomto trhu sa neprezentujeme.
- **Aké komunikačné kanály používate? (online, outdoor, TV, email, direkt marketing, PR, rádio, letáky, ďalšie reklamné materiály**
- **V akej forme používate uvedené komunikačné nástroje?**- Používame letáky, reklamné predmety, e-mail a internet.
- **Akú cieľovú skupinu oslovujú Vaše marketingové aktivity?**- Oslovujeme koncových spotrebiteľov.
 - **Charakteristické rysy vybraného segmentu**- Keďže je náš sortiment široký, nemáme charakterizované cieľové segmenty jednotlivo.
 - **Charakteristické rysy cieľovej skupiny**-Našou cieľovou skupinou je koncový zákazník so svojimi požiadavkami na konkrétny tovar a cenu danej komodity v požadovanej kvalite.
 - **Akým spôsobom budujete vzťahy so svojimi zákazníkmi?**- Ponukou širokého sortimentu, rýchlym a kompletným vybavením požiadaviek zákazníka.

3. časť Marketing partnerov

- **Cez aké marketingové kanály sa k Vám dostali Vaši dodávatelia?** – Vzhľadom k tomu, že sme na trhu už veľmi dlho, tak sme sa v začiatkoch hľadali navzájom. Dnes majú poväčšine veľkoobchody obchodných zástupcov a oni vyhľadávajú svojich potencionálnych zákazníkov.
- **Čo považujete za zbytočnú, nedôveryhodnú reklamu?** Nevieť sa k tomu vyjadriť, nakoľko z každého kúta na nás 24 hodín vyskakuje nejaká reklama.
- **Aké reklamy na vás naopak pôsobia dôveryhodne v oblasti Vášho podnikania?**- Možno by sme tu uviedli osobný kontakt, s danou stranou.

4. časť Konkurencia

- **Ktoré firmy sú Vašími hlavnými konkurentmi v oblasti predávania hadíc a príslušenstva?**- V dnešnej dobe sa hadice predávajú aj v záhradníctvách, železiarstvách, ale aj v supermarketoch. Naša výhoda je v tom, že predávame hadice na metre, čiže zákazník ak potrebuje 5m tak ich u nás dostane, v supermarkete nie.