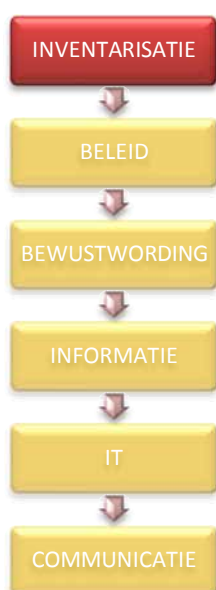


1.3 MARKTONDERZOEK

Doelstelling: Door het uitvoeren van een klanttevredenheidonderzoek, medewerkeronderzoek, concurrentie-analyse en communicatieonderzoek inhoudelijk richting geven aan het ondernemings- en communicatiebeleid.



Door de tevredenheid zowel extern als intern te meten alsmede uw positie te bepalen t.o.v. uw concurrenten ontstaat een beeld dat de basis vormt voor het nieuw te voeren communicatiebeleid. Het marktonderzoek richt zich niet specifiek op de relatie met informatiebeveiliging maar richt een focus op het prijs-, kwaliteit- en service-imago van de onderneming.

Case:

Organisatie X had op basis van haar ISO 9001 normering een goed beeld van de processen binnen haar organisatie. Men had hiermee haar bedrijfsstructuur geïntegreerd maar zocht nog naar sturingsmiddelen om het imago van de organisatie te beheren. Dit bleek echter alleen mogelijk indien het beeld onder haar medewerkers en dat van de markt in kaart was gebracht. TRES PRETIA® werd verzocht dit beeld te schetsen.

Oplossing:

Met behulp van online interview techniek zijn alle medewerkers en een marktaandeel van 500 respondenten verzocht een 30-tal vragen m.b.t. prijs, kwaliteit en service in te vullen.

Uit dit interview bleek dat de prijs/kwaliteit verhouding juist was en dat de medewerkers het juiste beleid kende om op een consistente manier aan deze verhouding te blijven voldoen.

Ook op het gebied van service werd hoog gescoord. Op zich een uitkomst waar men tevreden over kon zijn, echter, de service ging soms zó ver dat er (ter illustratie) teveel informatie van derden werd weggegeven.

Dit zou het imago in relatie tot informatiebeveiliging weer kunnen schaden.

Aanleiding dus om het communicatiebeleid hierop aan te passen.