



Zarząd ASM

P. Małgorzata Walczak,
Dyrektor Generalny, Członek Zarządu

P. Agnieszka Urbaniak,
Członek Zarządu

Szanowni Państwo,

W okresie od kwietnia do maja 2006 realizowaliśmy wspólnie z ASM - Centrum Badań i Analiz z Kutna projekt badań marketingowych, wykorzystując technikę badawczą zwaną „Conjoint”.

Celem badania było określenie idealnego portfela produktów w kanale cementu workowanego, o optymalnych cechach i poziomach atrybutów, jak również ustalenie relatywnej ważności każdego z tych atrybutów przy podejmowaniu decyzji przez klientów.

W rezultacie, badanie pozwoliło nam określić, jakie cechy cementu workowanego klienci uważają za najważniejsze, które są bardziej, a które mniej istotne oraz jakimi cechami produktu klient kieruje się przy jego zakupie. Dodatkowymi cennymi informacjami otrzymanymi w trakcie badania były przewidywane udziały produktów w portfelu, jak również możliwość dokonania segmentacji klientów pod względem potrzeb i decyzji zakupowych.

To wszystko pozwoliło nam określić docelowy portfel produktów i wstępnie określić politykę cenową w zakresie wprowadzanych produktów na rynek (pod względem skłonności klientów do akceptacji różnych ofert).

Realizacja badania przebiegała profesjonalnie i bardzo sprawnie, a otrzymany materiał ma bardzo kluczowe znaczenie w praktycznym zarządzaniu rozwojem produktów w firmie Lafarge Cement.

Z poważaniem

Grzegorz Kusina

Dyrektor Marketingu