

בניית תוכנית לחדירה לשוק עדשות מגע בפולין

סופלקס עדשות מגע
אנה מוררו
בהנחיית: מר שמעון בכר

מודיעין עסקי הוא איסוף וניתוח של מידע על השוק שבו פועל תאגיד מסוים, כבסיס לקבלת החלטות עסקיות. מודיעין עסקי כולל איסוף מידע על מוצרים ותהליכי עבודה של מתחרים וכן מציאת דפוסי התנהגות במידע שנאסף.

לאחר פעילות של 40 שנה בשוק המקומי, החליטה חברת Soflex להפוך לבינלאומית ולצאת לשוק בפולין.

מטרות העבודה הן: 1: אפיון רגע פוליטי וכלכלי של פולין, 2: סקר שוק עדשות מגע בפולין, 3: יצירת קשר עם ארגונים בפולין לקבלת מידע בנושא שוק עדשות מגע.

העבודה התחלקה ל 3 חלקים: 1: איסוף מידע על החברה ומוצריה, 2: איסוף מידע על שוק עדשות מגע בפולין, 3: ניתוחים ותכנונים.

התוצרים הסופיים: 1: דוח על שוק עדשות מגע בפולין, 2: תוכנית אסטרטגית לחדירה לשוק עדשות מגע בפולין.

התרומה העיקרית לאירגון היא שבעתיד עבודה זאת תוכל לשמש כמדריך להחלטות יצוא למדינות אחרות. התרומה העיקרית לתחום הנימו"י הינה בתכנון שיווקי אסטרטגי המאפשר להשיג יתרונות עסקיים באמצעות יישום מודיעין תחרותי וניהול נכון של מידע זמין לארגון.

מסקנות והמלצות: על החברה להשקיע משאבים רבים במודיעין עסקי על מנת להיות מסוגלת לקבל החלטות נכונות בזמן הנכון וכך להשיג יתרונות על המתחרים.