

# TRŽENJE RAČUNOVODSKIH STORITEV

2. POSVET SEKCIJE  
RAČUNOVODSKIH SERVISOV  
Januar 2010

Predavatelj:  
Tomaž Glažar

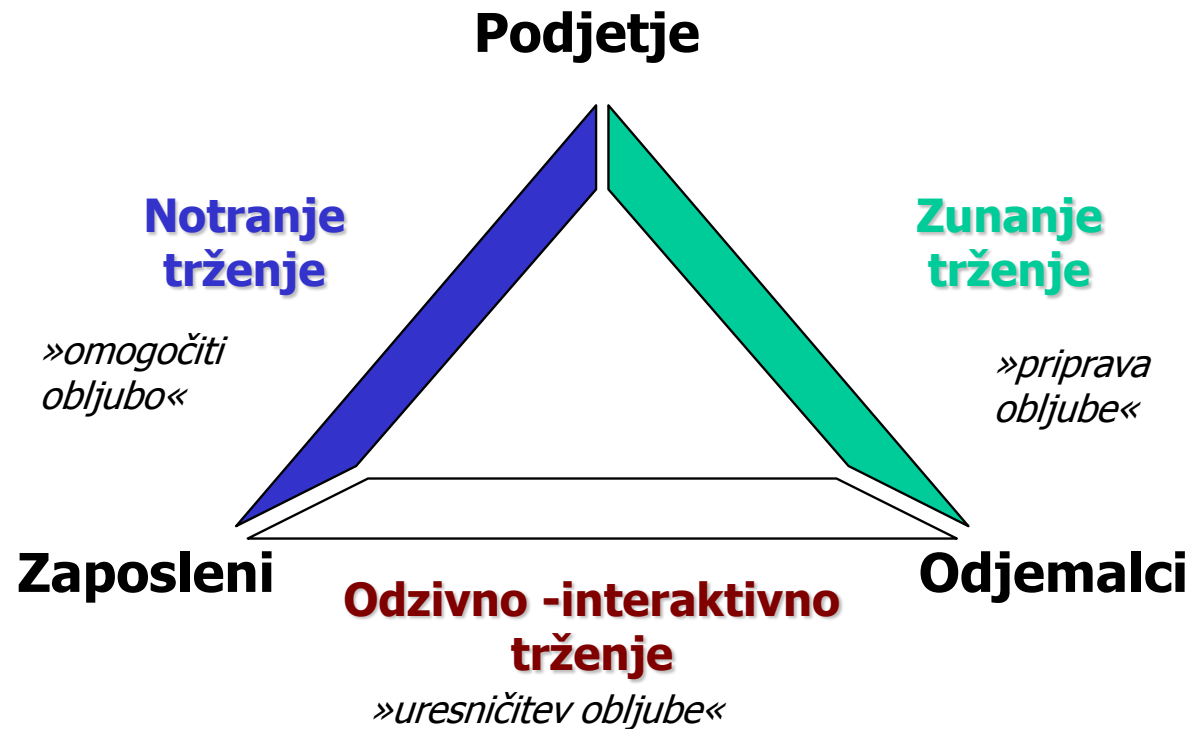
# STANJE TRŽENJA RAČUNOVODSKIH STORITEV

- Pomanjkanje trženjskega pristopa = slabi konkurenčno sposobnost panoge.
- Krivce za stagniranje in nazadovanje računovodski servisi vidijo v:
  - neprimernem odnosu naročnikov
  - plačilna nedisciplina
  - nelojalna konkurenca
  - neusposobljenost naročnikov za izbiro pravega ponudnika računovodskih storitev

# SODOBNI PRISTOP K TRŽENJU RAČUNOVODSKIH STORITEV

- Poslanstvo – vizija – cilji – strategija
- Trženje je posebnost vsakega računovodskega servisa
- Osnovna vprašanja trženja:
  - Kakšne storitve ponuditi in komu?
  - Kako se organizirati, da bi lahko uspešno ponudili storitev?
  - Kako storitve posredovati naročnikom?

# STORITVENI TRŽENJSKI TRIKOTNIK



# ZUNANJE TRŽENJE

- Katere računovodske in druge poslovne storitve je računovodski servis sposoben ponuditi?
- Komu so te storitve namenjene?
- Po kakšni ceni jih lahko računovodski servis ponudi?
- Kako predstaviti ponudbo pravim naročnikom?
- Kje bo računovodski servis izvajal storitve?

# NOTRANJE TRŽENJE

- Kakšne in koliko zaposlenih je potrebnih za izpolnitev ponujenih storitev?
- Kako poskrbeti za izobraževanje in usposabljanje zaposlenih?
- Kakšen sistem notranjega komuniciranja je najbolj primeren?
- Kakšno opremo bodo potrebovali zaposleni pri opravljanju svojega dela?

# ODZIVNO TRŽENJE

- Kako bo organizirano notranje pokrivanje izvajanja storitev?
- Kakšno storitveno kulturo bo računovodski servis razvijal?
- Kako naj se zaposleni vedejo do ponudnikov?
- Kako bodo naročniki vključeni v izvajanje storitev?
- Kakšen bo vpliv drugih naročnikov na izvajanje računovodskih storitev?

# RAZPRAVA

