

BRIEF

CASE STUDY COMPETITION 2018

PODUZEĆE: INA – INDUSTRIJA NAFTE, d.d.

KOORDINATOR: Petar Dželalija (petar.dzelalija@estudent.hr)

KATEGORIJA POSLOVNOG SLUČAJA: Trendovi budućnosti, Marketing

NAZIV POSLOVNOG SLUČAJA: INA – prodajno mjesto budućnosti

OPIS TEME POSLOVNOG SLUČAJA:

INA – INDUSTRIJA NAFTE, d.d. (INA) je vertikalno integrirana naftna kompanija koja ima vodeću ulogu u naftnom poslovanju u Hrvatskoj te značajnu ulogu u regiji u istraživanju i proizvodnji nafte i plina, preradi nafte te distribuciji nafte i naftnih derivata. ININU maloprodajnu mrežu čine 494 benzinske postaje u Hrvatskoj te susjednim zemljama Bosni i Hercegovini, Sloveniji i Crnoj Gori.

Suvremeni trendovi u razvoju tehnologija, promjene u navikama potrošača te nametanje novih trendova od strane regulatora kontinuirano stavljaju nove izazove pred ININU maloprodajnu mrežu i dovode u pitanje ulogu benzinske postaje u gradu budućnosti.

Potrošači razvijaju nove navike u kojima značajnu ulogu igra digitalizacija. Naglasak se stavlja na ekološku prihvatljivost, zdravlje, ekonomiju dijeljenja, personalizaciju proizvoda/ usluga, doživljaj kupovanja, brzinu i ostale trendove suvremenog društva. Zakonodavci nameću sve strože propise i inzistiraju na značajnom smanjenju onečišćenja okoliša (smanjenje emisije CO₂, NO_x, ...), subvencioniraju razvoj novih tehnologija i upotrebu alternativnih goriva, potiču razvoj i upotrebu ekološki prihvatljivih prijevoznih sredstava. Znanstvena zajednica i proizvođači vozila prihvaćaju izazove nametnute od strane regulatora i potrošača te razvijaju vozila na alternativna goriva (battery electric vehicles, fuel cell electric vehicles, ...), nove vrste usluga (car sharing), autonomna vozila...

Novim tržišnim trendovima, kao preduvjet profitabilnog poslovanja i stjecanja komparativnih prednosti u odnosu na konkurenciju, traži se transformacija benzinskih postaja iz mjesta na kojima se prodaju naftni derivati u uslužne centre u kojima će kupcima biti ponuđena široka lepeza proizvoda i inovativnih usluga. Diverzifikacijom prodajnog asortimana cilj je privući širu bazu kupaca te se pozicionirati kao njihov primarni izbor.

Zadatak poslovnog slučaja je osmisлити koncept benzinske postaje (uslužnog centra) budućnosti, uzevši u obzir aktualne i buduće tržišne trendove. Naglasak se stavlja na uslugama koje trenutne ne postoje na ININIM benzinskim postajama, koje po svojoj prirodi možda nisu one koje bi se u prvi mah mogle povezati s benzinskim postajama, a za koje ipak postoji potreba i koje bi kupcima uvelike mogle olakšati obavljanje svakodnevnih aktivnosti i obveza.

Bez obzira na to što se kroz ovaj poslovni slučaj želi kreirati novi koncept benzinske postaje s različitim novim uslugama, u spomenuti je potrebno sinergijski inkorporirati i trenutne osnovne INA proizvode (naftne derivate) kao i druge usluge koje su primjeri dobre prakse i za kojima kod kupaca postoji potreba u budućnosti.

Istovremeno, INA je zainteresirana iskoristiti veliki potencijal postojećih i novih kupaca za kreiranje inovativnog sustava nagrađivanja vjernosti kupaca (Loyalty program) koji će se temeljiti na uslugama kreiranim kroz novi koncept benzinske postaje. Dok je Loyalty program dodana vrijednost za kupce, velika baza kupaca može biti značajna dodatna vrijednost za INU, budući da inovativni sustavi komunikacije s kupcima mogu omogućiti gotovo svakodnevno komuniciranje korporativnih poruka kroz koje će se u najvećoj mjeri nuditi različite nove usluge.

Prilikom kreiranja koncepta natjecateljima se daje sloboda da ideju razvijaju bez ograničenja u bilo kojem smjeru i sagledaju mogućnosti implementacije različitih inovativnih rješenja, proizvoda, usluga, sadržaja, strategija. Natjecatelji se pozivaju da u koncept uključe prijedloge s odmakom od postojećih rješenja raspoloživih na tržištu.

DODATNE INFORMACIJE:

<http://www.oxygenenvironmental.com/index.php/blog/12-the-gas-station-is-in-for-a-major-overhaul>
<https://www.motoring.com.au/service-stations-to-be-smarter-in-the-future-107962/>
<https://www.autonews.com/assets/PDF/CA92618116.PDF>
<https://www.bloomberg.com/gadfly/articles/2017-07-27/shell-earnings-smelling-the-coffee-and-burgers>
<http://www.micfood.com/blog/fill-your-tank-8212-and-your-foodie-cravings-8212-at-the-gas-station/>
<http://digitaloilgas.com/what-will-fuel-retailing-look-like-in-the-future/>
<https://www.youtube.com/watch?v=yNK7WJOj5I4>

FORMAT RJEŠENJA: PPT/maketa/video

OBAVEZNE STAVKE RJEŠENJA: Idejno rješenje s detaljnim opisom koncepta uslužnog centra

Idejno rješenje treba sadržavati:

- detaljan opis proizvoda, usluga i sadržaja koji bi se nudili u uslužnom centru, pri čemu nema ograničenja da se usluga nudi i kroz sve dostupne forme IT tehnologija (web aplikacija, mobilna telefonija...)
- obrazloženje izbora usluga/proizvoda/sadržaja te navođenje usluga/proizvoda/sadržaja, koji nisu uzeti u razmatranje uz navođenje razloga
- kratki prikaz sinergijskih učinaka postojećih (starih) i predloženih (novih) usluga
- prijedlog inovativnog sustava nagrađivanja vjernosti kupaca (Loyalty program) koji će se temeljiti na uslugama kreiranim kroz novi koncept uslužnog centra
- prijedlog korištenja baze podataka kupaca kroz inovativne modele komunikacije s kupcima u svrhu „svakodnevnog“ komuniciranja korporativnih poruka kroz koje će se u najvećoj mjeri nuditi različite nove INA usluge

KRITERIJ BODOVANJA:

Kriterij	Ocjena	Doprinos ukupnoj ocjeni	Ukupno
Cjelovitost rješenja - posjeduje sve obvezne stavke rješenja	0-5	20 %	
Kreativnost i inovativnost rješenja	0-5	40 %	
Izvedivost i održivost rješenja	0-5	30 %	
Kvaliteta prezentacije rješenja	0-5	10 %	
		UKUPNO:	

DODATNE POGODNOSTI: mogućnost prakse