



МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ
WWW.TECHART.RU

Практический семинар по маркетингу

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ, МЕТОДОЛОГИЯ, ФОРМАТЫ

АННА ПЕЧЕНИНА

Маркетинговая группа «Текарт»

17 / 03 / 2016

01 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ТИПОВАЯ СИТУАЦИЯ

Выход на рынок / выбор
направления
инвестиций

Решение проблем
существующего бизнеса

Планирование
изменений, связанных с
расширением бизнеса

ТИПОВЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Оценка спроса, прогнозирование объема продаж
Анализ конкурентной среды
Определение объема инвестиций
Анализ потребительских предпочтений, выбор целевой аудитории

Определение причин падения продаж / прибыли
Исследование удовлетворенности потребителей
Анализ каналов сбыта продукции
Корректировка ассортиментной, ценовой, сбытовой и маркетинговой политики

Оценка объема рынка / сегмента
Конкурентный анализ
Анализ тенденций рынка
Определение факторов развития рынка
Прогнозирование объемов рынка и изменения конкурентной среды

01 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ТИПОВАЯ СИТУАЦИЯ

Необходимость
реагирования на
изменения в бизнес-
среде

Стратегическое
маркетинговое
планирование

Аутсорсинг
маркетинговых и
аналитических задач, в
т. ч. на постоянной
основе

ТИПОВЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Прогнозирование изменений на рынке в связи с действием какого-либо фактора (например, выход на рынок нового игрока, изменения в законодательстве и т. п.)

Построение прогнозов развития рынка
Форсайт технологий

Проведение ценовых, отраслевых и других мониторингов
Аудит закупок и коммерческих предложений
Анализ внешнеторговых операций

02 МЕТОДОЛОГИЯ И ВИДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ



03 МЕТОДОЛОГИЯ «ТЕКАРТ». АНАЛИЗ ВТОРИЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ



Работа с открытыми данными СМИ, отраслевых и деловых изданий, отраслевых ассоциаций и проч.



Работа с материалами компаний (веб-сайты, каталоги, прайс-листы и т. д.)



Обработка официальной статистики ФСГС РФ



Работа с государственными ресурсами: сайты и издания министерств, региональных и местных администраций и т. п.



Работа с ресурсами и базами данных статистических комитетов зарубежных стран и международных организаций (ВОЗ, ООН и т. д.)



Анализ баз данных ФТС РФ, ТС, РЖД



Работа с базами данных компаний, включающими экономические и финансовые показатели (СПАРК, FIRA и т. д.)



Работа с данными других аналитических компаний (как правило, зарубежных)



Использование внутренних данных «Текарт»

04 МЕТОДОЛОГИЯ «ТЕКАРТ». ПОЛУЧЕНИЕ ПЕРВИЧНЫХ ДАННЫХ



Экспертные опросы: личные глубинные интервью, телефонные интервью, анкетирование.



Опросы на собственных отраслевых порталах (VashDom.ru)



Легендированные опросы (авторская методология «Текарт»)



Опросы по Картотеке Экспертов «Текарт»



Опросы потребителей: телефонные интервью, легендированные опросы



Mystery Shopping («Тайный покупатель»)

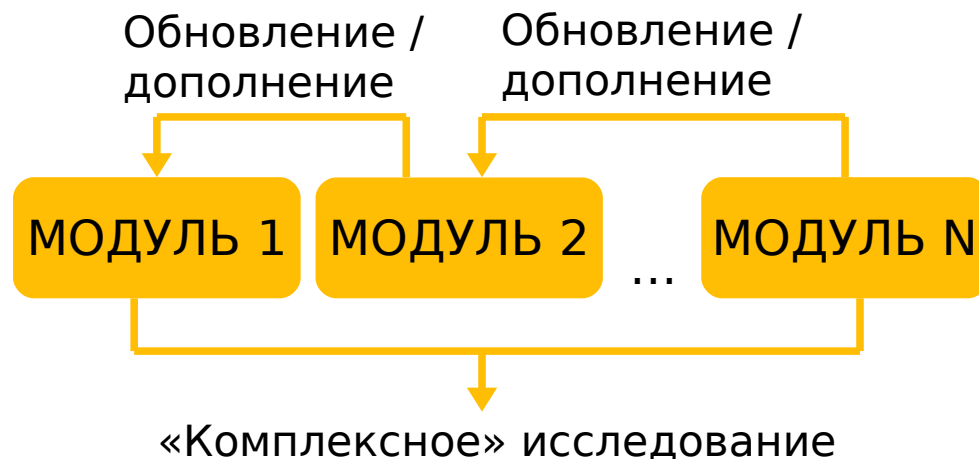


Опросы с помощью онлайн панелей

05 СТАНДАРТНЫЕ ФОРМАТЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

	ГОТОВЫЕ	ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	
	АНАЛИТИЧЕСКИЕ ОТЧЕТЫ	«ТОЧЕЧНЫЕ»	«КОМПЛЕКСНЫЕ»
Результат	Получение кратких сведений о рынке	Решение 1-2 конкретных задач (конкурентный анализ, ценовой и ассортиментный анализ, анализ внешнеторговых операций и т. п.)	Получение обобщенной информации о рынке с учетом поставленных задач
Плюсы	Низкая стоимость Быстрое получение данных	Четкая ориентация на задачи Заказчика Средняя стоимость	Более высокая точность и обоснованность выводов за счет «комплексного» подхода
Минусы	Фиксированное содержание Не решает индивидуальные задачи	«Однобокость» подхода В большей степени подходит компаниям, хорошо осведомленным о рынке	Высокая стоимость Сложности с подбором исполнителя
Методология	Преимущественно кабинетные методы	Зависит от задачи	Сочетание различных методов
Сроки	До 3 рабочих дней	10-15 рабочих дней	От 20 рабочих дней
Бюджет	От 30 до 90 тыс. руб.	От 90 до 150 тыс. руб.	От 180 тыс. руб.

06 ПРОЦЕССНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (KNOW-HOW «ТЕКАРТ»)

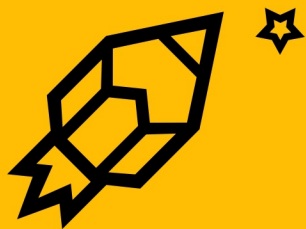


ОПИСАНИЕ МОДЕЛИ:

- «комплексное» исследование разбивается на модули (наборы задач)
- продолжительность работы над модулем — **3-4 недели**
- оплата — отдельно за каждый модуль (**от 60 тыс. руб.**)

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- низкая стоимость входа, возможна постоплата
- снижение риска для Заказчика (возможность завершить проект через 3-4 недели)
- управление проектом: возможность корректировки «вектора» исследования, изменения приоритетов
- обновление / дополнение собранной ранее информации
- удобство использования полученной информации: агрегация данных «по задачам»



МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНСАЛТИНГ
И АУТСОРСИНГ
WWW.TECHART.RU

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ! ПОЖАЛУЙСТА, ЗАДАВАЙТЕ ВОПРОСЫ.

АННА ПЕЧЕНИНА,
Маркетинговая группа «Текарт»

☎ (495) 790-75-91

✉ info@techart.ru

🌐 www.techart.ru

📱 <http://twitter.com/techart/>

📺 <http://www.facebook.com/techartgroup>

Research

Datasense

Promo

Advert

PR&Event

Web

Design

Photo

Branding