2016

Продать все

2016. Прогноз Сергей макшанов

1. **Устойчиво закрепляются компании, которые усиливают зону контакта с потребителями** online и offline, инвестируют в создание будущего и непрерывно подкрепляют интерес клиента к себе и к своему продукту. Суть в том, чтобы удерживать отличие своей стратегической позиции в отношении конкурентов, быть в контрасте.

2. **Сейчас начинают лопаться барьеры, когда по разным причинам российский бизнес не договаривается друг с другом,** опасаясь, иногда по собственному опыту, что их обманут.

3. **Перераспределение отраслей. Пир-ту-пир.**

4. **Крауд-менеджмент.**

2016. Прогноз Алексей Черняк

1. Все мобильное
2. Все подключено к интернет
3. Больше локального. Больше ниш
4. Децентрализация валюты.
5. Локальное производство, доступное каждому.
6. Индекс помады. Ниша развлечений.
7. Дизайн и упаковка.

Перспективные клиентские ниши

Ищем нового клиента

Оборонная и атомная промышленность

Биотехнологии, IT, энергетика, гринфилд

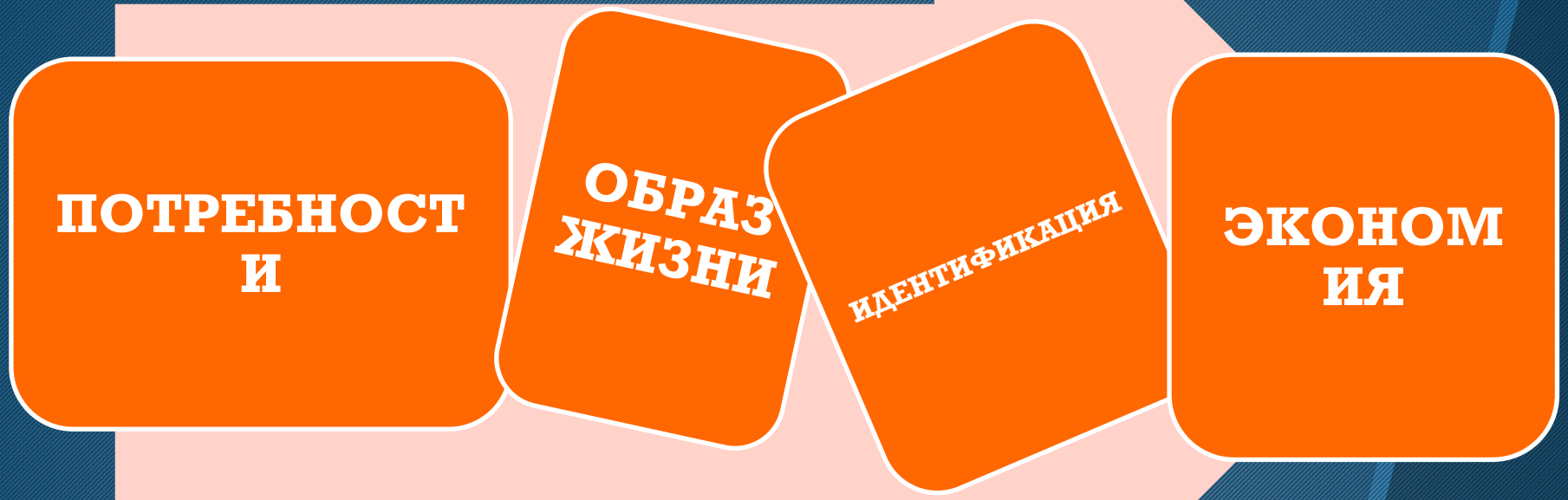
Регионы с финансированием

Районы, сельское хозяйство

Ненормальные для ненормальных

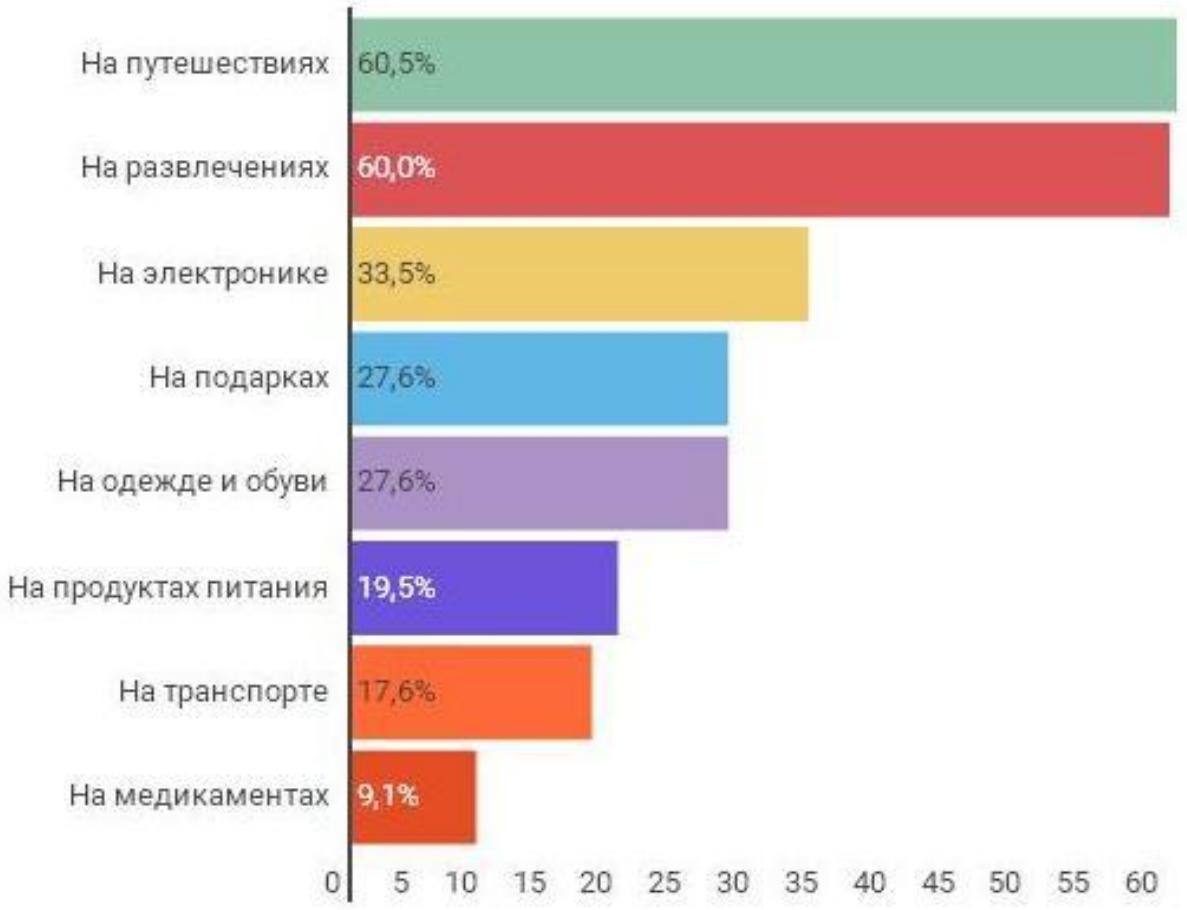
ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

- МЫ ИЗМЕНИЛИСЬ



ЦЕННОСТИ

Как вы экономите бюджет?



ЭКОНОМИЯ

promokodabra.ru

promokodabra.ru

ЭКОНОМИЯ

АГЕНТСТВО РЫНОЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ и КОНСАЛТИНГА «МАРКЕТ»
ПРИМЕР: АКЦИЯ «ПРАЗДНИЧНЫЕ БУДНИ» В СЕТИ «МАГНИТ»
Бодрый понедельник
20% скидка
Весь чай, кофе
Сочный вторник
20% скидка
Все соки, воды, напитки
Свежая среда
15% скидка
Все овощи и фрукты
Рыбный четверг
20% скидка
Вся рыба и рыбные товары
Сладкая пятница
20% скидка
Все сесоные конфеты, печенье, вафли, пряники, бисквиты
(495) 506-4125, (496) 613-4431
www.market-agency.ru

ЭКОНОМИЯ

Другой магазин

Покупать реже

Смена корзины

ЭКОНОМИЯ

ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КОРЗИНЫ
Стоимость продовольственной корзины
Выросла более, чем в 2 раза
Не изменилась
Пассионарии
11%
Нос по ветру
10%
Растерянные гурманы
12%
Спокойные Плюшкины
16%
Паникёры
16%
Бывшие транжиры
10%
Затянули пояса
25%
Не изменили корзину
Изменение потребительской корзины
Сократили корзину
24
Стоимость продовольственной корзины – самооценка изменения стоимости типичной продовольственной корзины потребителей за последний год
Изменение потребительской корзины – фактическая реакция потребителей на кризис: стали меньше/реже покупать категории продуктов, перешли на более дешевые марки, отказались от некоторых категорий (средние по 28 продовольственным категориям)

ЭКОНОМИЯ

РАЗВОРОТ

2015

Рацио

- Акции
- Демпинг
- Антилояльность
- Не работает эмоциональный маркетинг
- Поисковое

2016

Эмо

- Сервис
- Лояльность
- Плотный контакт
- Эмоциональность маркетинга
- Стабильность связей

СЕРВИС

У	Средний в Экономе
Ожидания	Затраты

Ко мне обратились поискать покупателя на два «придомовых» магазинчика.
Привел к владельцу покупателя Валеру.
После встречи, владелец-продавец тихонько меня спрашивает – «А он справится?»
А как не справится!?
Валера, как тот старый солдат, не знает слов…. коворкинг, стартап, а за слово коллаборация может и оскорбиться…
Но, когда-то, купив маленький магазинчик возле пл. Калинина, Валера увеличил там выручку в 3 раза.
А знаете, чем Валера гордится?
Тем, что пенсионеры с дома напротив, каждый день, что-то покупают, благодарят и говорят, «чтобы мы без вас делали!», когда Валера сам доносит пакет до подъезда.
У Валеры полки на каждом свободном дециметре стены, каждая полочка подсвечена неоном, из маленьких динамиков негромкая музыка.
Тесновато, но есть все, что местные жители спрашивают!
У него получится!
Если, конечно, его проверками не задолбают… Образцы берут, справки, документы требуют…. Ничего не находят, но вереницей идут. Хотя, говорит, прокурорша молодая, симпатичная ….

СЕРВИС

2016. Прогноз
Анна Нестеренко

1. Производители, развивайте розницу!
2. Мобилизируйтесь.
3. Укрепление сервиса: стандарты обслуживания, обучение персонала, «фишки» антикризиса – ценовая аргументация.
4. Личный бренд
5. Контрастный бренд
6. Продвижение через внимание: обучение, видео, разговоры с клиентами, репутация.
7. Отношения
8. Локальный маркетинг

НОВОЕ ВРЕМЯ 2016