НАВЧАННЯ ДОРАДНИКІВ та ЕКСПЕРТІВ-ДОРАДНИКІВ

МАРКЕТИНГ ДОРАДЧИХ ПОСЛУГ

MARKETING ADVISORY SERVICES

Кальна-Дубінюк
Тетяна Прокопівна
Зав. кафедри аграрного консалтингу та сервісу
Тел. 527-80-61
E-mail: tatiankd@yahoo.com

ЗМІСТ=CONTENTS

- **1. Поняття маркетингу консалтингових послуг.**
- **2. Мета та зміст маркетингової діяльності в консалтингу.**
- **3. Попит та пропозиція консалтингових фірм в аграрному секторі економіки України.**
- **4. Міжнародний маркетинг**
- **5. Методи просування маркетингових послуг**
- **6. Етапи маркетингу консалтингових послуг та їх зміст.**
- **7. Цінова політика консалтингових фірм.**
- 1 The concept of marketing consulting services.
  2 Purpose and content marketing activities in consulting.
  3 Supply and demand consulting firms in the agricultural sector of Ukraine.
  4 International Marketing
  5 Methods of promotion marketing services
  6 Steps marketing consulting services and its content.
  7 Pricing policy consulting firm.

Поняття маркетингу консалтингових послуг
The concept of marketing consulting services.

- **Маркетинг консалтингових послуг — процес, покликаний допомогти клієнтам дізнатись про послуги, оцінити спроможність консультантів вирішувати управлінські про блеми, а клієнтів — купувати консультаційний продукт.**
- **Консалтингова послуга-інтелектуальний продукт.**

- **Marketing consulting services a process designed to help customers learn about the services of consultants to assess ability to solve management problems, and customers - to buy the consulting.**
- **Consulting service is intellectual product.**

Завдання маркетингової діяльності в консалтингу
Purpose and content marketing activities in consulting

- Головним завданням маркетингу є надання послузі «матеріального» вигляду.
- У цьому разі консультант має продавати не послугу, а компетентність, кваліфікацію і досвід персоналу консалтингової фірми, підкреслюючи вигоди і переваги, які отримує користувач послуги.
- Завдання:вивчення та прогнозування ринку (клієнти, конкуренти, партнери), розробка методів пристосування до ринкових умов (просунення товарів), визначення ефективної цінової політики.
- The main objective of marketing is to provide service "material" form.
  In this case, the counselor should not sell the service and competence, qualifications and experience of personnel consulting firm, emphasizing the benefits and advantages that accrue to the service.
  Task: studying and forecasting the market (customers, competitors, partners), methods of adaptation to market conditions (promotion of goods), the definition of an effective pricing policy.

Мета та зміст маркетингової діяльності в консалтингу
Purpose and content marketing activities in consulting

- **Метою є пошук нового продукту, який міг би зацікавити клієнта.**
- **Змістом маркетингової діяльності в консалтингу є формування системи заходів, покликаних стимулювати продаж консультаційного продукту. Ними можуть бути:**
- **- визначення нинішніх та потенційних покупців послуг фірми;**
- **- визначення змісту рекламного звернення та засобів поширення інформації про фірму тощо.**
- **Результатом маркетингової діяльності є кількість і якість (інноваційний потенціал, профіль та місце фірми в галузі) клієнтів, з якими працюють консалтингові фірми.**
- **The goal is** to find a new product that would interest the customer. **Content marketing** activities in consulting is to develop a system of measures designed to stimulate sales consulting product. **They may be:**
  - Determination of current and potential **customers services** firm;
  - Determine the content of **advertising** appeal and means of disseminating information about the company and so on.
  The result is the number of marketing activities and quality (innovation potential, profile, and a company in the industry) **clients, whth are working consulting firms.**

Попит та пропозиція консалтингових фірм в аграрному секторі економіки України

Supply and demand consulting firms in the agricultural sector of Ukraine

- Нині **більшість вітчизняних консультаційних фірм надають у процесі своєї діяльності консультаційні послуги з управлінського, фінансового, юридичного консультування.**
- **До 40 % консультаційних фірм у свій асортимент включають:**
- **- послуги з маркетингу (маркетинг, управління маркетингом і збутом); .**
- **- консультаційні послуги з питань оцінки ризиків, розміщення, покупці, оцінці цінних паперів;**
- **- консультації з питань оподаткування, зовнішньоекономічної діяльності.**
- **Нині найбільш прибутковою послугою є оцінка майна. Для відновлення свого асортименту 90 % фірм використовують особисті дослідження і розробки, кожна друга вивчає дослідження різних інститутів і університетів.**
- Currently, **most domestic consulting firms** provide in their work with **management consulting services, financial and legal consulting.**
  Up to 40% of consulting firms in its portfolio include:
  - **Marketing services** (marketing, marketing management and marketing); .
  - **Advice on risk assessment**, placement, purchase, evaluation of securities;
  - **Advice on the taxation** of foreign economic activity.
  Currently, the most **profitable services** is the evaluation of the property.
- ***To restore your range of 90% of the firms** use personal research **and development, every second** examines **various research institutes and universities.***

Компании , что представляют консалтинг
Consulting Companies

- **Консалтинговые транснациональные корпорации**, **Consulting multinationals** содержащие более 1000 профессионалов, имеющие разветвленную сеть региональных представительств, что объединены единой корпоративной стратегией и культурой (большая четвёрка).
- **Крупные многофункциональные и многонациональные фирмы**, **Large multifunctional and multinational firms** содержащие несколько сотен профессионалов, имеющие филиалы в разных странах, обслуживающие крупные проекты по полному набору услуг уникальными методами, как правило, они занимаются и исследовательскойдеятельностью.
- **Средние консультационные фирмы, узкоспециализированные**, **Average consulting firms, highly specialized**, содержащие до 100 консультантов, консультирующие мелкие и средние фирмы и действуют в определённом територіальном пространстве.
- Организации, **оказывающие специальные консультационные услуги** в области **Organizations providing specialized consulting services in the field of** математики, информатики, исследования операций и работающие в области моделирования и прогнозирования.
- **Консультационные подразделения внутри предприятий** **Advisory units within enterprises** и организаций для развития навыков внутреннего консультирования.
- **Одиночные консультанты** **single consultants**, универсалы или специалисты - они независимы и гибко реагируют на запросы.
- **Консультирующие профессора**, **Advising professor** работающие и преподающие в вузах.
- **Нетрадиционные, современные источники услуг: Non-traditional, modern sources of services** поставка компьютеров и средств связи, программное обеспечение и т. д.

Особенности становления и развития УК в Украине

Features of formation and development of the consulting management in Ukraine

- Следствием становления консалтинга в Украине стала конкуренция - доказательство *развития* организации.
- Наибольшая конкуренция между фирмами существует в промышленно-развитых центрах страны.
- **Consequence of the formation of consulting in Ukraine became the competition.**
  Most competition between firms exist in the industrialized centers in the country.
- Лидером в конкурентной среде выступае КИЕВ, где находится около **70%** отечественных консалтинговых фирм.
- На рынке консалтинговых услуг (КУ) Украины оборачивается за год более 1,5 – 2,0 млрд. грн. **In the market of consulting services (CS) Ukraine turns per year more than 1.5 - 2.0 billion. UAH.**
- Рынок чётко сегментирован и развиваэтся.
- Стабильная ценау услуг за 1 день работы = $ 300- 500 + премии. **Stable price for the service for 1 day of work = $ 300 to 500 + premium.**
- 26% клиентов интересует качество услуг в первую очередь, а не их стоимость. **26% of customers interested in the quality of services in the first place rather than their cost.**
- Українські фірми мають таку кількість консультантів: до 7 чол. - 65 %, 8-20 чол. - 29 %, понад 20 чол. - 6 %.

Основные этапы развития рынка КУ

1. До 1990 г. *Советский период* (научная оранизация труда)
2. 1990-1995 гг. *Постсоветский период*

   – приход на Укр. рынок крупных консалтинговых компаний: PriceWaterhouse Coopers, Deloitte & Touche, Coopers &Lybrand, Ernst & Young, KPMG, Baker & McKenzie, Barents Group, LLC,Arthur Andersen, Roland Berger & Partners, Dr. Wisselchuber & Partners

- проектов международной помощи USAID, TACIS, Know-how …),
- создание укр. консалт. Центров –специализация на обучении
- 1992 г. ”Укрконсалтинг”,
- 1994 г. „большая 5”: PriceWaterhouse Coopers, Ernst & Young, ArthurAndersen, Deloitte & Touche, Coopers & Lybrand.

3. 1995-2000 гг. *Период становления национального* профессионального консалтинга. Растёт число укр. Консалтинговых компаний.

   Spektor, Sachs & Company, Укрбізнесконсалтинг, ProConsult,”Укрон”, Project Consulting Group, Національне управління ресурсами,”Рубін-Інвест-Консалтинг” тощо.

   Появляются небольшие консалтинговые обьдинения”ОКО” – Об’єднані консультанти – 9 организаций-основателей, “КМК-група” – 4 юридические лица.

   Зарегестрирована УАМК – Українская ассоциация менеджмент-консультантов при поддержке ФДМУ и Мирового Банка.

4. 2000-2005 гг. *Период роста национального* профессионального консалтинга. Идёт чёткая сегментация рынка.

   150 консультаційних фірм из всех стран ЭС открыли свои представительства (1-2 консультанта) в Украине.

   Укр. консалтинговые фирмы: UCPPS(Київ, Дніпропетровськ), WUMC (Львів), INCONS (Київ), EUROCONSULT(Одеса), PCG (Київ), SS&C (Київ), EBS (Київ), M. I. P. (Київ), KCG(Київ), KMC (Київ), INCONSULT (Черкаси), GRAFFITI (Миколаїв), KhMC(Харків), RIC (Вінниця), DCC (Донецьк), ANT-Consult (Кіровоград), UBC(Київ) .

   Работают индивдуальные консультанты.

5. С 2006 г. *Интеграция укр. консалтинга в глобальный* консалтинговый рынок. Растут обьёми консалтинговых услуг., их прозрачности, профессионализма как и иностранных консультантов.

Международные консалтинговые фирмы и услуги, которые они предоставляют в Украине

International consulting firms and the services they provide in Ukraine

Название фирмы	Клиенты	Услуги
Price Waterhouse Coopers	Международные финансовые организации, Министерства Украины, аудиторские фирмы, международные комании, инвестиционные фонды, американские инвесторы и украинские предприятия.	Управленческие, налоговые, аудит в сфере корпоративных финансов
Project Consulting Group	Аудиторские фирмы, международные компании, инвестиционные фонды, американские инвесторы, украинские предприятия и предпринематели.	Инвестиционный консалтинг, менеджмент-консалтинг, риночные исследования.
Roland Berger & Partner	Компании сферы услуг, торговые фирмы, органы государственного управления, инвесторы.	Разработка стратегии, бизнес планирования, реструктуризации, инвестиционный консалтинг .
Dr. Wieselhuber & Partners	Инвесторы	Менеджмент-консалтинг, организация компании, инвестиционный консалтинг, финансовый менеджмент, менеджмент персонала.
Robertson & Blums Corporation	Аудиторские компаниипредприятия.	Внедрение и поддержание программых продуктов.

Міжнародний маркетинг
International Marketing

- **Міжнародний маркетинг - процес, який полягає у кращому визначенні і задоволенні потреб глобального покупця як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках, а також в опануванні певним сегментом міжнародного ринку та в координації маркетингової діяльності з врахуванням обмежень глобального середовища.**
- **International Marketing is** a process that is identifying and meeting the needs of global buyers both in the domestic and international markets **as well as** in the capture of a certain segment of the international market and coordination of marketing activities, taking into **account limitations of the global environment.**

Особливості міжнародного маркетингу
Features of International Marketing

Його організація і методи проведення

повинні враховувати такі фактори, як:

- • незалежність держави;
- • національні валютні системи;
- • національне законодавство;
- • економічна політика держави;
- • язикові, культурні, релігійні, побутові та інші особливості.
- should take into account such factors as:
  - *Independence of the State;*
  - *national currency system;*
  - *national legislation;*
  - *economic policy;*
  - *Language, cultural, religious, domestic and other features.*

Методи просування маркетингових послуг
Methods of promotion marketing services

- **Їх мета — не маркетинг окремих завдань, а пробудження інтересу до консалтингової фірми і її продукції у потенційних клієнтів, створення нових можливостей для контакту з ними, а також пропаганда (ПР)та реклама консалтингових послуг.**
- **Their goal** is to awake of interest in the consulting firm and its products to potential customers, **creating new opportunities** for contact with them, and advertising consulting services.

Найважливішими методами просування консалтингового продукту

The most important methods of promotion consultancy products

- **1. Отримання рекомендацій та обмін інформацією серед клієнтів щодо консалтингових фірм.**
- **2. Професіональні публікації**
- **3. Проведення та участь у семінарах, тренінгах, конференціях та круглих с толах.**
- **4. Участь консультантів у роботі асоціацій, добровільних товариств.**
- **5. Надання добровільної допомоги громадським організаціям, соціальним установам забезпечує фірмі громадське визнання заслуг консультаційних компаній.**
- 1. **Recommendation**s and information sharing among clients for consulting firms.
  2. Professional Publications
  3. **Conducting and participating in seminars**, workshops, conferences and round tables.
  4. Participation of consultants in the **associations,** voluntary associations.
  5. **Provide voluntary assistance** to NGOs, social services firm providing public consulting recognitions.

Етапи маркетингу консалтингових послуг та їх зміст

Stages of marketing consulting services and their content

- **1. Визначення типів Definition of types консалтингових продуктів, що їх може запропонувати фірма;**
- **2. Аналіз кон'юнктури . Analysis of the situation ринку консалтингових послуг, який передбачає визначення:**
- • потенційної місткості ринку, його меж;
- • тенденцій та перспектив розвитку;
- • доступності ринку; • рівня конкуренції;
- • поведінки конкурентів;
- **3. Сегментування ринку Market segmentation , що включає:**
- • регіональне та галузеве сегментування ринку консалтингових послуг;
- • дослідження потреб клієнтів кожного сегмента, виявлення можливостей для задоволення цих потреб;
- **4. Вибір цільової групи споживачів Chose a target consumer group (позиціонування positioning), з якою працює фірма, потребує відповіді на такі запитання:**
- • з якими клієнтами бажає працювати фірма?
- • які їх потреби?
- • у чому полягають конкурентні переваги?
- • яка матриця цін та диференціація запропонованих послуг; у якому сегменті намагається знаходитись фірма?
- **5. Систему просування The system of advancement консалтингових послуг, яка націлена на:**
- • формування попиту та стимулювання збуту;
- • виявлення найбільш припустимих методів стимулювання збуту;
- • організацію рекламних компаній;
- • заходи щодо формування громадської думки;
- • особисті продажі;
- **6. Продаж консалтингової . Sales consulting послуги, а саме**;
- • розробку методів заохочення клієнтів;
- • підготовку консультаційних пропозицій;
- **7. Збереження Save клієнтів, яке передбачає**:
- • забезпечення і підтримку зворотного зв'язку з клієнтом;
- • дотримання конфіденційності

Цінова політика консалтингових фірм
Pricing policy consulting firms

Складається з таких заходів:

- визначення ціни консалтингового продукту,

- систему знижок,

- умови оплати роботи консультанта.

Розрізняють пряму цінову політику (ціноутворення здійснюється залежно від ринкової кон'юнктури) та опосередковану, що базується на визначенні умов оплати і застосуванні цінових знижок.

It consists of the following steps:

- Pricing consulting product
- Discounts,
- Payment terms of the consultant.

There are **direct pricing** (pricing is dependent on market conditions) and **indirect,** based on the definition of terms of payment and **application of price discounts.**

4 форми оплати консалтингових послуг
4 forms of payment consulting services

- **Почасова, поденна, паушальна та оплата за результатом.**
- **Почасова оплата сьогодні є найбільш поширеним способом установлення ціни на консультаційні послуги**
- Hourly, char, and lump-sum, payment for the outcome.
  Hourly pay is now the most common way of setting prices for consulting services

Почасова оплата
Hourly pay

- **Розраховують на основі вартості консультанто-години або дня. Погодинну оплату використовують, коли консультант працює над завданням клієнта неповний робочий день.**
- Calculate cost based **consultant-hour or day.** Hourly rate is used when a consultant working on the task client ***part-time.***

Поденна оплата
Char payment

- **Застосовується, коли консультант виконує роботу для клієнта протягом всього робочого дня. а період консультування триває не менше тижня. Для розрахунку ціни консалтингової послуги за методом поденної оплати консультант має зробити приблизній розрахунок свого часу на виконання замовлення.**
- It is used when the consultant does the work for the customer **throughout the working day**, and ***consultation period lasts at least a week.*** To calculate the price of consulting services for the method of payment by day consultant should make a rough calculation of his time on the order.

Паушальна оплата
Lump payment

- **Фіксована оплата на певний вид консультаційної послуги більш придатна для ринку, що розвивається у тому числі і українського.**
- **Для клієнтів є привабливим метод остаточно зафіксованої вартості послуги.**
- **Fixed payment** for a certain type of consulting services more **suitable for emerging market** including Ukrainian.
  For clients is an attractive method of permanently fixed service cost.

Оплата за за результатом
Payment by result

- Оплата консультаційної послуги **на основі отриманого ефекту.**
- **Оплата у формі відсотків від отриманих результатів роботи консультантів**.
- **формула:**
- ***Ei = Пi * K1i * K2***
- **де *Ei* — економічний ефект від управлінського консультування за і-м показником;**
- ***Пi*— зміни (приріст, зменшення) за *і-м* показником;**
- ***K1i* — частка консультування в результатах робіт за і-м показником;**
- ***K2* — частка консультантів в отриманні ефекту.**

- Payment for **consulting services based on the obtained effect.**
  Payment in the form of % to findings of consultants.

- **formula:**
  EI = Pi * K1i * K2

- where EI - economic effect of management consulting for the i-th criterion;
- Pi - change (increase, decrease) for the i-th criterion;
- K1i - the share of consulting in the results of the i-th criterion;
  K2 - the proportion of consultants to obtain the effect.

Основні фактори ціноутворення

The main pricing factors

- **величина та динаміка попиту і пропозиції консультаційних послуг,**
- **наявність конкуренції і дискримінації,**
- **забезпечення необхідного рівня дохідності та гонорарів консультантів.**
- **Остаточна ціна на консалтингову послугу формується в процесі переговорів консультанта з клієнтом і залежить не тільки від готовності самого клієнта сплачувати запропоновані консультантом суми, але більшою мірою і від уміння консультанта вести переговори і переконувати клієнта в обґрунтованості ціни.**
- **Size and dynamics** of supply and demand consulting services
  Presence of competition and discrimination
  Ensure the profitability and consultants fees.
  The final price for consulting services is formed in the negotiation process with the client and consultant depends not only on the willingness of the client to pay the amount proposed consultant, but more and consultant on the ability to negotiate and persuade the client to the reasonableness of the price.

Варіанти оплати
Payment Options

- **Оплата виконаної роботи за визначений період (щотижнева плата, місячна) за виставленим рахунком.**
- **Авансова оплата всього гонорару,**

Найбільш поширеним варіантом оплати є упорядкований графік платежів, який може бути побудований за такою схемою:

- **30% — під час підписання контракту;**
- **2 внески по 20% — протягом виконання завдання;**
- **30% — через місяць після одержання клієнтом заключного звіту.**
- Payment for work performed during a **certain period** (weekly fee, monthly) for billings.
  Advance payment of all fees,
  The most common payment option is ordered payment schedule that may be constructed as follows:
  30% - **when signing the contract**;
  2 **contributions by 20% - for the task;**
  30% - one month after receipt of the final report by the client.

Питання Questions

- 1. Про що ви дізналися
- 2. Ваші нові ідеї
- 3. Ваші побажання на майбутнє для себе.
- **1.What did you learn**
  2. Your new ideas
  3. Your wishes for the future for yourself.

- **Thank you**.

Дякую за Вашу увагу