



УСЛУГИ АМГС  
презентация

2009



КУРС - СРЕДСТВА - ЦЕЛЬ



«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»

## Что такое AMGC

Advertising & Marketing Group COMPASS (AMGC) - группа специалистов и компаний, с 2007 года объединяющих усилия для решения конкретных практических задач маркетинга Клиентов под руководством управляющего партнера, специалиста высшей квалификации - доктора Романа Колядюка

AMGC является последователем передовых международных и пользователем собственных стандартизированных технологий в области исследований, брендинга, нейминга, стратегического планирования и рекламных коммуникаций.

Все они разработаны в ходе решения маркетинговых проблем (кризисов) на рынке Украины в рамках Advertising & Marketing Technologies Bureau "Roman Kolyadyuk & Ko"/ "KOLYADYUK & PARTNERS " и Ark Thompson (украинская часть крупнейшей международной рекламно-коммуникационной корпорации JWT)

Под каждый проект под флагом AMGC формируется оптимальная по составу высоко профессиональная команда из ведущих специалистов в своих областях или, при необходимости, надежных компаний-партнеров. Этим достигается: гибкость обслуживания, высокое качество работ в сочетании с доступностью стоимости для Заказчиков. Цены доступны благодаря отсутствию "балласта" незадействованных в проекте, но оплачиваемых штатных специалистов.

Все ключевые работы производятся по технологиям и стандартам международного уровня

WWW.AMGCOMPASS.  
COM.UA

T: +380 (050) 999 17 07



1. Усиливать отделы маркетинга компаний профессиональной помощью, делая доступными по стоимости технологии международного уровня в сфере ИССЛЕДОВАНИЙ, БРЕНДИНГА и СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ в маркетинге
2. Находить решения различных проблем и отдельных кризисов в области маркетинга с помощью самых информативных исследований - количественно-качественных (и др. - по целесообразности)
3. Помогать компаниям создавать успешные бренды, названия, фирменный стиль (в т.ч ребрендинг, рестайлинг), продающие упаковки на основе исследований мнения потребителей и тестирования
4. Комплексно решать задачи компаний по завоеванию доли рынка с помощью стратегического планирования пути развития (создание стратегий маркетинга/рекламы на 3 и более лет на основе комплексных маркетинговых исследований)
5. Помогать компаниям увеличивать продажи маркетинговыми средствами

«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»



КУРС - СРЕДСТВА - ЦЕЛЬ



«Мы всем клиентам предлагаем партнерство, надежное и результативное, как компас в пути»

## Квалификация управляющего партнера AMGC

Управляющий партнер AMGC – доктор Роман Колядюк. Специалист в области исследований, стратегического планирования и интегрированных маркетинговых коммуникаций

### Образование

В 1990 году, в 27 лет, защитил первую в Украине диссертацию по маркетингу (маркетинг и дизайн обуви) на соискание ученой степени кандидата технических наук. Имеет Международный сертификат Международной Кадровой Академии (Совет Европы/ ЮНЕСКО) приравнивания ученой степени к.т.н. к Ph.D (доктору философии в технических науках).

### Наиболее успешно работал:

- директором по маркетингу всеукраинской сети ресторанов АВТО-ГРИЛЬ "Мисливець" семьи "КОЗЫРНАЯ КАРТА",
- управляющим партнером Advertising & Marketing Technologies Bureau "KOLYADYUK & PARTNERS«/ "Роман Колядюк & Ко", (ТМ Геркулес, ТМ Златогор, ТМ Мелочи Жизни, ТМ Reynaers, P&G, ТНК, ТМ Енран Акрос, ТМ Булкин, сеть магазинов Будмакс и т.д.),
- директором по исследованиям и стратегическому планированию украинского филиала крупнейшего международного агентства JWT для транснациональных компаний KJB, Unilever и мн.др.

### Участник и докладчик на многих конференциях

по рекламе, исследованиям, маркетингу. Например - всемирной конференции Международной Ассоциации Рекламы (IAA, Budapest, 1995), по вопросам интегрирования посткоммунистических стран в международное коммуникационное пространство и продвижения международных брендов на новых рынках. Участник международной конференции по вопросам розничной торговли: Adam Smith Conferences "Ukrainian FMSG & Retail Forum (Киев, 2006)

### Примеры достижений

Сотрудничество с торгово-производственной компанией Эрголайн/Эргопак (ТМ "Мелочи Жизни") в течение 3-х лет обеспечило компании рост продаж от 50% до 100% ежегодно. Все работы одобрены совладельцем - международной инвестиционной компанией «Horizon Capital». Комплекс исследований под стратегию развития на 3 года позволил сети из 16 ресторанов АВТО-ГРИЛЬ "Мисливець" семьи ресторанов "Козырная Карта" увеличить средний чек посетителя даже в условиях кризиса

WWW.AMGCOMPASS.COM.UA

Т: 0 (050) 999 17 07





КУРС - СРЕДСТВА - ЦЕЛЬ



## Квалификация управляющего партнера AMGC

Сейчас доктор Роман Колядюк – опытный антикризисный менеджер, умеющий на практике выполнять большинство процессов в рекламе и маркетинге (от рядовых до стратегических). Увеличивает продажи средствами маркетинга.

**Автор более 150 публикаций и интервью** в области рекламы, спонсорства, PR, брендинга, стратегий продвижения брендов, исследований, маркетинга, сегментации потребителей, покупательского поведения и эффективности коммуникаций

**Владелец журналов:** бесплатного цветного журнала для потребителей "Шопинг-Мания" (целевая PR и рекламная коммуникация к различным сегментам потребителей) и бесплатного глянцевого журнала для VIP "Podium HALL", о жизни класса люкс (на время кризиса деятельность журналов приостановлена)

**Автор Рейтинга** популярности рекламы года в Украине "ЗІРКА РЕКЛАМИ" (инструмент PR в форме паблисити)

**Разработчик новых методов исследования** имиджа товара (марки), изучения стиля жизни и психографии потребителей, а так же комплексных количественно-качественных исследований под решения ключевых задач маркетинга

**Автор современной системы сегментации/стратификации** украинских потребителей/общества переходного периода

**Создатель маркетинговых стратегий** на 3 и более лет для ряда компаний/ТМ: Козырная Карта (ТМ АВТО-ГРИЛЬ "Мисливець"), ТМ Reynaers, Харьковская Бисквитная фабрика, ТМ ТНК (джобер Ариона) и др.

**Непосредственный участник создания и продвижения многих международных и национальных брендов на рынок Украины:** ТМ Timotei, ТМ Tic Tac, ТМ Parmalat, ТМ Golden Telecom GSM, ТМ Кава Якобз, ТМ Гелабене, ТМ Heineken, ТМ Киндер Сюрприз, ТМ Ferrero, ТМ Nutella и мн. др. Приверженец маркетинговых школ Дж.Р.Росситера и Л.Перси, Дж.Траута

**Опытный тренер-консультант.** В основе обучающих навыков - почти 10 лет работы преподавателем в ВУЗе и 9 лет консалтинга специалистов и ТОП-менеджеров. По результатам обслуживания клиентов подготовил несколько практикумов: по маркетинговым исследованиям силами компании, брендингу и стратегическому планированию в маркетинге, по техникам холодных продаж, как создать продающую упаковку, системному антикризисному маркетингу и др.

В совершенстве владеет вопросами маркетинга, брендинга, исследований и стратегического планирования.

«Мы всем клиентам предлагаем партнерство, надежное и результативное, как компас в пути»

WWW.AMGCOMPASS.COM.UA

Т: 0 (050) 999 17 07

## Опыт работ



TM Veronika Jeanvie & Paco Rabbane, TM LG, TM VICHИ, TM KOOKAЇ, TM Reebok, TM Challenge Aero, TM «Магнат», TM Strada dell Vino , TM MacCofee, сеть DC и Procter&Gamble, TM Геркулес, TM Давній Рецепт/ТМ Златогор, TM DIO (сеть магазинов), TM Энран Акрос (концерн и магазины Энран), сеть магазинов Будмакс, TM Reynaers (стройматериалы), ЭКСИМ Групп (презервативы), SunInterbrew (пиво), Лизинговая компания «Хліб України» (ТМ Булкин), сеть АЗС ТНК (джобер ООО Ариона), КОНТИНИУМ УКРРЕСУРС (Луцк-кондитер), торгово-производственная компания Эрголайн/Эргопак (ТМ Мелочи Жизни и др.), TM Ferrero, TM Heineken, TM Американская химчистка, TM Organics, TM Timotey, TM Shik/Wilkinson, TM Parmalat, TM Троянда Экспресс, TM Новопассит, TM Golden Telecom GSM, TM Jacobs (кофе), TM Indesit/Merloni, TM Gallina Blanca, TM Козырная Карта (сеть ресторанов), TM Nissan и др.

«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»

### Доктор Роман Колядюк - издатель двух журналов



**"Шоппинг-мания"** (Shopping mania) - бесплатный цветной рекламно-информационный журнал в виде брошюры. распространяется из рук в руки или в автомобиле или по почте. Предназначен для информирования потребителей среднего достатка. Представляет собой PR коммуникацию с возможностью нацеливания на различные целевые аудитории: женщин, мужчин, работников офисов, родителей, посетителей определенных заведений, водителей авто определенных марок, определенных возрастных и доходных сегментов, и т.д. Тираж: 40 000 - 100 000 экз. Регистрационное свидетельство КУ № 388-027

В связи с кризисом издается только под заказ (тематический номер о ТМ, оторговых точках, о торгово-развлекательном центре, ассортименте бренда/товаров и т.д. для распространения среди определенной заказчиком целевой аудитории)



**"Podium HALL"** - бесплатный цветной глянцевый журнал с высоко качественной печатью для VIP и потребителей с высоким уровнем достатка. 150 страниц о мировой моде в различных аспектах жизни класса люкс (одежда, яхты, автомобили, дома, отдых и т.д.). Тираж: 10 000 экз. Распространение: чартерные авиалинии, конно-спортивный клуб Магнат, ресторан клуба "5 элемент" и др. престижные точки посещения VIP-потребителей. Регистрационное свидетельство KB № 13579-2553P. Издание журнала временно приостановлено в связи с кризисом (рекламодателей)



## **Изучаем потребителей:**

целевые аудитории, покупательское поведение потребителей, поводы и глубинные мотивы покупок, демографические и психографические портреты сегментов покупателей, стиль жизни. Специализируемся на выделении важнейших для конкретных задач маркетинга психографических характеристик целевой аудитории. Имеем приличный опыт исследования и детской аудитории

## **Исследуем бренды/товары:**

здоровье и имидж ТМ, сильные и слабые стороны конкурентов и т.д по одобренным специалистами США технологиям

## **Тестируем**

упаковки, идеи, рекламную продукцию, новые товары и т.п. различными методами: глубинные интервью, фокус-группы, массовые оценки с пояснениями потребителей, экспертные заключения с расчетом степени согласия экспертов и т.д.

## **Создаем системы мониторинга целевой аудитории потребителей**

(постоянного отслеживания) силами отделов маркетинга предприятия для контроля за структурой покупателей и их мнением потребителей в отношении ТМ/товаров/услуг

«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»






### **К Вашим услугам:**

- на всех стадиях работ участие специалиста высшей квалификации (с ученой степенью), особенно на стадии планирования, что сказывается положительно на соотношении информативности, точности и стоимости работ
- оптимальные исследовательские технологии для решения задачи
- самое пристальное внимание к комплексному решению проблемы – комбинируем методы и технологии
- на стадии анализа привлекаем специалистов с опытом работы на должности директора по маркетингу крупных успешных компаний
- консультируем по вопросам и исследований, и применения результатов
- скорость, информативность, и умеренные цены ( в т.ч. оптовые за комплекс исследований)

«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»

## Примеры комплексных исследований AMGC

- Исследование предпочтений покупателей Kinder Surprise в отношении сладостей для детей и мнения о Kinder Surprise в Киеве и Львов
- Изучение покупательского поведения, имиджа марок, психографии потребителей сладкой выпечки в Украине для разработки стратегии продвижения марки, тестирование упаковок продукции Харьковской бисквитной фабрики
- Изучение имиджа кофейных брендов, потребителей кофе и восприятия упаковки MacCoffee.
- Исследование покупательского поведения, знания марок, потребления и ментальности потребителей городского населения Крыма. Лизинговая компания "Хліб України» (ТМ Булкин)
- Изучение имиджа конкурентов на рынке услуг АЗС. Изучение покупательского поведения и ментальности автоводителей в Хмельницкой и Винницкой областях для разработки стратегии развития для ООО Ариона/ТНК
- Исследование стиля жизни столичных студентов: психографическая, поведенческая и демографическая сегментация для оператора мобильной связи Golden Telecom
- Изучение потребления пива по регионам Украины и целевой аудитории Heineken, определение мотивов потребления, потребительского позиционирования Heineken и конкурентов
- Опрос трех возрастных категорий школьников (6-8 лет, 9-11 лет, 12-14 лет) для выяснения вопросов: потребления соков детьми, мотивы потребления и предпочтения в соках и напитках, мотивов, по которым дети пьют соки, кто покупает соки для детей (кто из родителей и покупают ли дети сами соки), учитывают ли взрослые мнение детей при покупке продуктов для них, знания детьми разницы между натуральными соками и соками из концентратов, насколько нравятся предлагаемые агентством упаковки соков каждой из возрастных групп детей. Киев, глубинное интервью 360 школьников. ТМ Майбел, 1998
- Комплексное исследование потребителей и конкурентов для разработки стратегии развития сети ресторанов АВТО-ГРИЛЬ «Мисливець» для ТМ Козырная Карта



«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»

## Стратегии маркетинга на 3 и более лет

Стратегическое планирование в маркетинге и рекламе проводится на основе оригинальной стандартизированной технологии StrategyTech. Базируется на комплексных маркетинговых исследованиях потребителей и конкурентов:

StrategyTech = ImTech + ShoppingTech + PsiTech, где

PsiTech - технология изучения психологических портретов целевых аудиторий потребителей, глубинных мотиваций;

ShoppingTec - технология исследования покупательского поведения (кто, где, сколько, почему покупает и т.п.);

ImTech - технология измерения имиджа бренда и марок конкурентов, их сильных и слабых сторон, фактического позиционирования марки в сознании целевых аудиторий

Международные стандарты ICC/ESOMAR, EFAMRO

### Стратегическое планирование включает:

1. Стратегию маркетинга на 3 и более лет (планируемое место компании на рынке и характер ее поведения, свод обоснованных маркетинговых целей, путей, средств и графиков их достижения, бюджетирование)
2. Коммуникационную стратегию по достижению целей маркетинга (рекламные + PR + BTL и др. планы)
3. По необходимости, Стратегию ребрендинга/брендинга, или мероприятия по усовершенствованию управления, или структуры бизнеса и т.д. – в зависимости от конкретных проблем и задач Заказчика

Разработчики: специалисты высшей квалификации (с ученой степенью в области маркетинга) и с практическим успешным опытом работ директорами по стратегическому планированию или директорами по маркетингу

Сроки стратегического планирования вместе с исследованиями от 2,5 до 5 месяцев в зависимости от сложности рынков и ситуации. Ценообразование - гибкое



«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»

## БРЕНДИНГ НЕЙМИНГ РЕСТАЙЛИНГ

Производим разработку новых ТМ/брендов, ориентированных на осознанные и подсознательные ожидания потребителей, устойчивые ассоциации

Выдаем: варианты названия ТМ, стратегическое позиционирование будущего бренда, «колесо» бренда, варианты дизайнов логотипа, варианты слоганов и техзадание на креатив или сам креатив

Используем лучшие международные технологии, применяемые для позиционирования таких марок, как, например, ТМ VOLVO

Все предлагаемые варианты бренда тестируются на потребителей

Стилизуем ТМ и заводские марки (производителя), создаем новый фирменный стиль визиток и документации

Тестируем упаковки, выдаем задание на креатив и сопровождаем разработку упаковки (или разрабатываем новый ассортимент)

Помогаем в регистрации прав на ТМ/упаковку/логотип/креатив.

В зависимости от желаний заказчика привлекаем к работе дизайнеров любого уровня, но под авторским надзором за качеством работ со стороны AMGC

С непосредственным участием управляющего партнера Романа Колядюка созданы: ТМ AMG Compass, ТМ Давній Рецепт (бальзамы ТМ Златогор), ТМ Алло! (телефонные карточки междугородней связи), ТМ Що та Де (бесплатная газета), ТМ Uni (мобильная связь), ТМ Svit Online (интернет-провайдер), упаковка и ТМ Мелочи Жизни (товары для дома), ТМ Эргопак (фирменный стиль для завода-производителя товаров для дома), ТМ Технокомфорт (тепло-гидро-аэрооборудование для дома), ТМ Шоппинг-мания (ТЦ и бесплатный журнал для потребителей), и мн. др.

«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»



## Консалтинг и тренинги AMGC



В ходе решения проблем клиентов можем проводить тренинги и консультации VIP и персонала по самым различным вопросам маркетинга, исследований, брендинга, рекламы, стратегического планирования

«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»

[WWW.AMGCOMPASS.COM.UA](http://WWW.AMGCOMPASS.COM.UA)

Т: 0 (050) 999 17 97



КУРС - СРЕДСТВА - ЦЕЛЬ



## AMGC: Комфортное обслуживание

### КОНТАКТЫ И И СЕРВИС

Управляющий партнер AMGC (Киев) доктор Роман Колядюк:

T: (050) 980 17 97

E1: [ok@amgcompass.com.ua](mailto:ok@amgcompass.com.ua)

E2: [adstar@bigmir.net](mailto:adstar@bigmir.net)

По Вашему запросу оперативно составляем предложения или даем ответы по электронной почте. Для экономии Вашего времени, встречи проводим на Вашей территории и в удобные для Вас часы (в Киеве и Украине). При необходимости, можем часть работ делать в Вашем офисе совместно с Вашими специалистами и оперативно проводить совещания/обсуждения/мозговые штурмы. По ходу выполнения работ проводим тренинги и консультации для создания общей понятийной базы. Сохраняем конфиденциальность. Проявляем гибкость в оплате и ценообразовании

Мы всем клиентам предлагаем партнерство, надежное и результативное, как компас в пути

«Мы всем клиентам предлагаем  
партнерство,  
надежное и результативное,  
как компас в пути»

WWW.AMGCOMPASS.  
COM.UA

T: 0 (050) 980 17 97