



**ПОМОЩЬ
В МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЯХ**

Мы уверены,
что Вам не нужны
исследования
сами по себе



Вам необходима
поддержка
в принятии
управленческих
решений

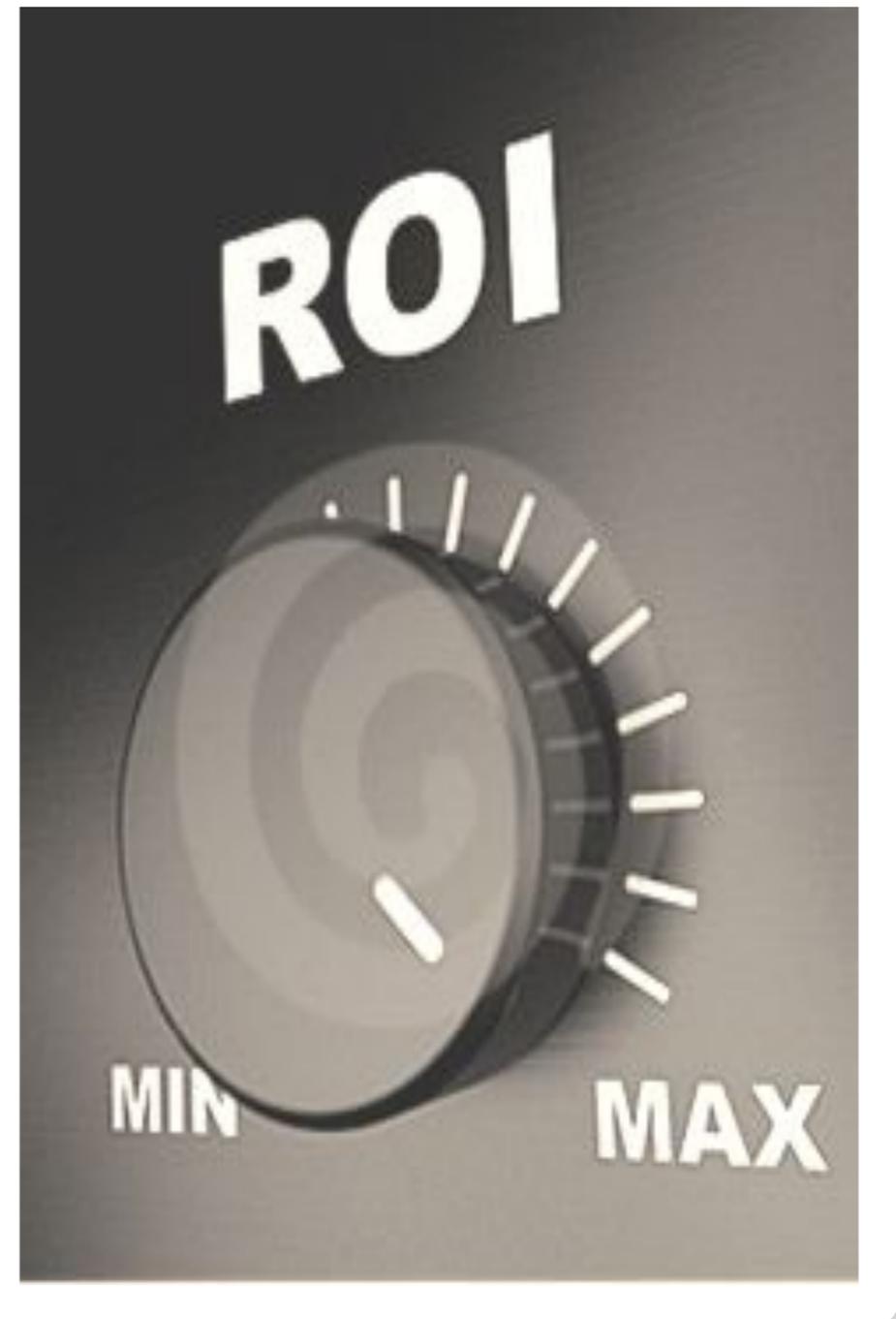


которые увеличат
оборот и прибыль
Вашей компании

**МЫ СУЩЕСТВУЕМ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ
ОКАЗЫВАТЬ ВАМ ТАКУЮ ПОДДЕРЖКУ!**

Action Research & Consulting существует для того, чтобы наши клиенты могли принимать эффективные маркетинговые решения, которые позволят достигнуть необходимых показателей ROI и повысить ценность их компании среди всех заинтересованных лиц

**МАРКЕТИНГОВЫЕ
РЕШЕНИЯ ДОЛЖНЫ БЫТЬ
ЭФФЕКТИВНЫМИ**



Заказчики исследований говорят:

«Исследования часто не приносят пользы в принятии эффективных решений, а мы не нуждаемся в исследованиях как таковых, нам нужна помощь в решении проблем (данные сами по себе не значат ничего)...»

ПОЧЕМУ ТАК? ПРИЧИНЫ НЕУДОВЛЕТВОРЕННОСТИ:

- Тривиальность рекомендаций
- Ощущение «заброшенности» до следующего проекта
- Исследования – это «черный ящик»
- Исследования - это конвейер стандартных подходов для всех
- Ситуация «сейчас», а не взгляд в будущее
- «Вещь в себе» - это сложно использовать для реальной работы

Специалисты в исследованиях с 15-летним опытом, которые хотят изменить эту ситуацию и сделать исследования реальным инструментом поддержки Ваших решений

Наша философия

Мы уверены, что исследования существуют только для того, чтобы принимаемые с их помощью решения позитивно влияли на финансовые и иные бизнес-показатели наших Клиентов. И вся наша деятельность построена для достижения этой цели

**ПОЭТОМУ МЫ СДЕЛАЛИ «ДРУГУЮ»
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКУЮ КОМПАНИЮ**

Чем мы отличаемся?

- ✓ Мы находим истинные мотивы потребителей
- ✓ Смотрим в будущее, а не описываем настоящее
- ✓ Комплексно анализируем ситуацию
- ✓ Даем результаты, удобные для реальной работы



**Обычная
практика**

- «Потребителям не нравится реклама»
- «Потребители хотят, чтобы в рекламе было больше продукта»
- «Они хотели бы убрать неприятную ситуацию из рекламы»

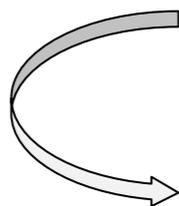


**РЕШЕНИЕ УБРАТЬ НЕПРИЯТНУЮ СИТУАЦИЮ,
«ДОБАВИТЬ ПРОДУКТА»**

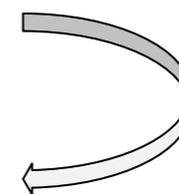
**Практика
Action**

Ценности потребителей:
show-off, ориентация на
мнение других

Ценности рекламы:
индивидуализм,
собственный взгляд



Несоответствие ценностей –
истинная причина отторжения и
непонимания рекламы



**РЕШЕНИЕ ОБ ИЗМЕНЕНИИ СТРАТЕГИИ
КОММУНИКАЦИИ**

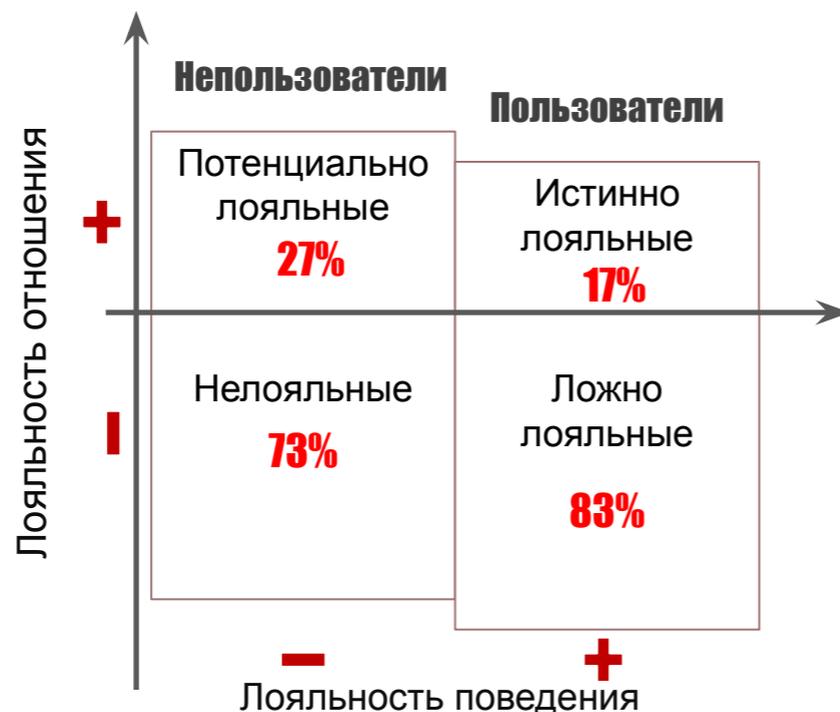
Обычная практика

76% потребителей удовлетворены услугами компаний и не собираются менять свою компанию



ВСЕ ХОРОШО. НИЧЕГО МЕНЯТЬ НЕ НАДО

Практика Action



Усиление конкуренции может привести к оттоку потребителей



**НЕОБХОДИМЫ МЕРЫ
ПО УСИЛЕНИЮ
УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ И
ЛОЯЛЬНОСТИ**

Обычная практика

- «Реклама доносит необходимое сообщение»
- «Потребителям не нравится реклама, она раздражает их»



РЕШЕНИЕ ПОМЕНИТЬ РЕКЛАМУ

Практика Action

Высокая вовлеченность
Низкая вовлеченность

Информационный мотив покупки

Трансформационный мотив покупки

**Продукт X
Реклама X**

- Анализ комплекса факторов:
- ✓ информационный мотив покупки
 - ✓ низкая вовлеченность потребителей
 - ✓ планируемые медиапоказатели (1400 GRP)
 - ✓ уровень известности марки



РЕКЛАМА МОЖЕТ БЫТЬ ИСПОЛЬЗОВАНА

- ✓ Индивидуальные решения
- ✓ Поддержка всегда
- ✓ Помощь в формулировке проблемы
- ✓ Отсутствие «черных ящиков»



**Обычная
практика**

- Работа по «накатанным», стандартным, «удобным» исследовательским схемам для всех клиентов
- Для решения «нестандартных» задач привычные исследовательские схемы часто не работают



**ИССЛЕДОВАНИЯ, СДЕЛАННЫЕ «НА КОНВЕЙЕРЕ»,
ЧАСТО НЕ РАБОТАЮТ**

**Практика
Action**

Каждая задача уникальна!



**УНИКАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ
ДЛЯ КАЖДОЙ ЗАДАЧИ**

**Обычная
практика**

Проект сдан = проект забыт. Переходим к следующему



**ЭФФЕКТ «ИСПОРЧЕННОГО ТЕЛЕФОНА»
(потеря или изменение важной информации
в процессе работы, разночтения сторон)**

**Практика
Action**

Поддержка Вас не только во время проекта, а все время:

- ✓ необходимые встречи и прояснения после проекта
- ✓ участие во встречах с третьими сторонами (РА и другие)
- ✓ участие во внутренних встречах



**ОДИНАКОВОЕ ПОНИМАНИЕ ЗАДАЧИ ВСЕМИ
СТОРОНАМИ. ОТСУТСТВИЕ ЭФФЕКТА
«ИСПОРЧЕННОГО ТЕЛЕФОНА»**

**Обычная
практика**

Получен запрос – пишется предложение,
без более глубокого погружения в реальную проблему



**ИЩУТСЯ ОТВЕТЫ «НЕ НА ТЕ» ВОПРОСЫ.
ПОЛУЧАЮТСЯ «НЕ ТЕ» ОТВЕТЫ**

**Практика
Action**

- ✓ «Правильность» вопроса определяет «правильность» ответа
- ✓ Помощь в формулировке проблемы и вопросов к исследованию
(в том числе, внутренние фокус-группы)
- ✓ Всегда вопросы Вам



**ИЩУТСЯ ОТВЕТЫ НА «ПРАВИЛЬНЫЕ» ВОПРОСЫ.
ИЗУЧАЕТСЯ ИМЕННО ТО, ЧТО НУЖНО**

**Обычная
практика**

- «У нас есть уникальные знания/методики»
- «Для их понимания нужно много лет, а так их не понять»
- «И вот какой результат получится»



**НЕПОНИМАНИЕ ПРОЦЕССА ПРИХОДА К ВЫВОДАМ.
НЕВОЗМОЖНОСТЬ ПРОВЕРИТЬ ВАЛИДНОСТЬ
РЕЗУЛЬТАТОВ**

**Практика
Action**

Полная открытость процесса и прихода к выводам



ВАША УВЕРЕННОСТЬ В РЕЗУЛЬТАТАХ И РЕШЕНИЯХ

АСТІОН -ЭТО:

Индивидуальный подход

Стратегия

Креативность

Открытость

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВАШИХ РЕШЕНИЙ



**ПОМОЩЬ
В МАРКЕТИНГОВЫХ РЕШЕНИЯХ**