

**ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ  
КОММУНИКАЦИИ**

*Д-р В.Я. Мунблит, СЕТ-ИнтерМатрикс*

**15 марта 2001 г.**

**Московское представительство  
103001 Москва Мамоновский переулок, 4, офис 9  
Телефон 7095 788 6867 Факс 7095 788 6865**



*консалтинг*



*PR*



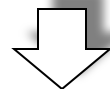
*исследования*

## Шаг 1. Консалтинговая компания рекомендует провести исследование с помощью специализированной исследовательской компании

Анализ операционной деятельности и/или стратегии развития компании



Развитие системы предоставляемых услуг



Пакет сервисных предложений для каждого сегмента рынка



Факторы, влияющие на принятие решения о получении услуг и степень их важности



Исследовательский проект



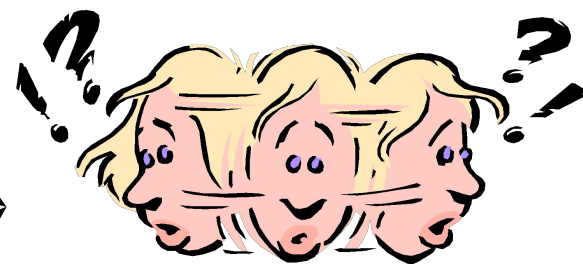
## Шаг 2. Исследовательская и консалтинговая компания совместно ставят задачу и определяют формат исследования



Использует отработанную методологию проведения исследований



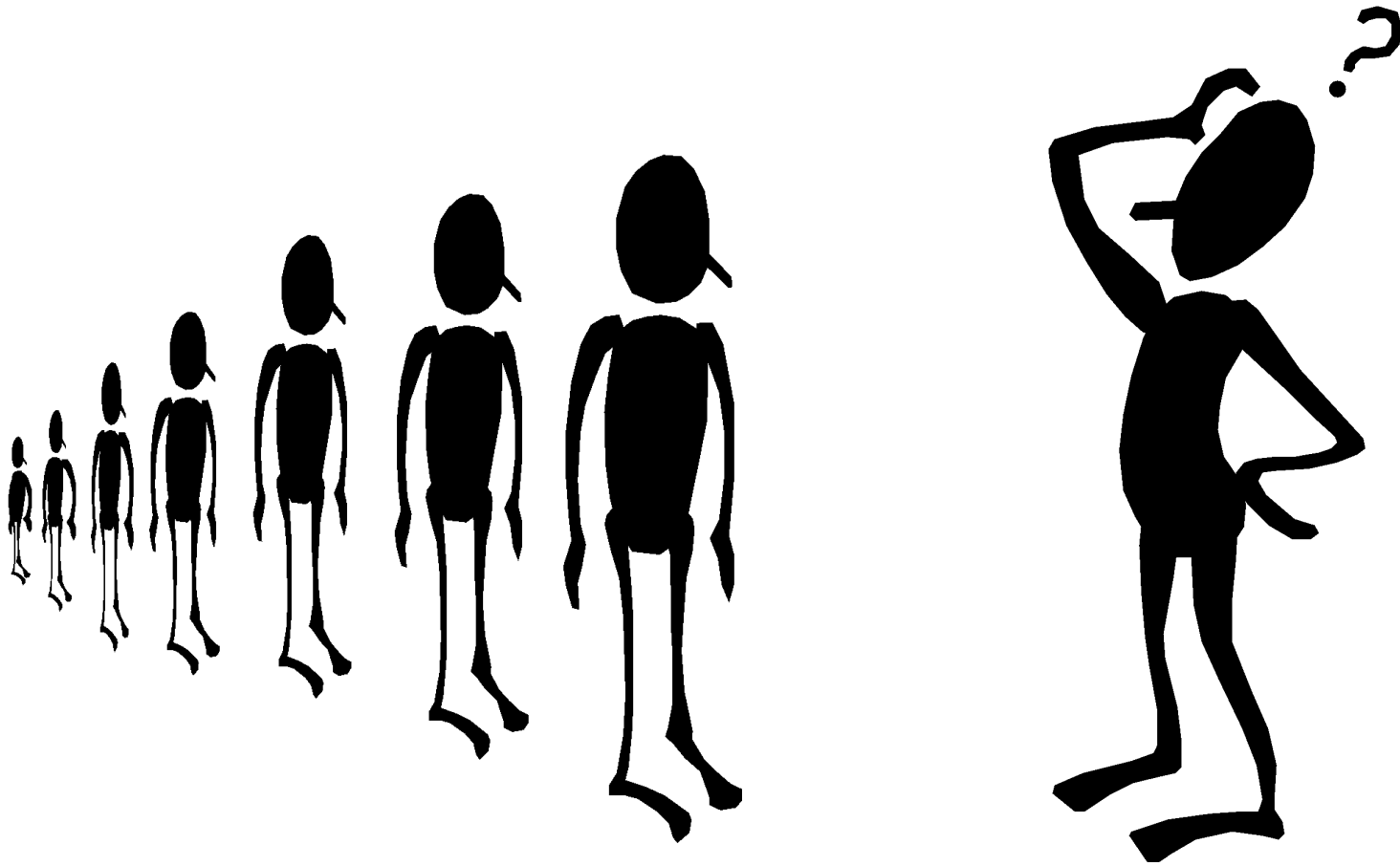
Корректирует формат и методологию исследования



**ЗАДАЧА**

- Сегментация клиентской базы компании
- Выборка респондентов
- Перечень вопросов для исследования

**Шаг 3.** Исследовательская компания проводит исследование в соответствии с **согласованным** форматом и по **согласованной** методологии



**Шаг 4.** Консалтинговая и исследовательская компании **совместно** анализируют результаты исследования и формулируют выводы и рекомендации для компании-заказчика



**Шаг 5.** PR-компания и консалтинговая компания **совместно** определяют содержание и форму информационных материалов для различных сегментов рынка



Информационные материалы



Корректировка материалов с учетом результатов проведенного исследования и сформулированных выводов и рекомендаций



**Шаг 6.** PR-компания подготавливает **согласованные** информационные материалы, проводит необходимое обучение персонала и, при необходимости, PR-компанию для участников рынка

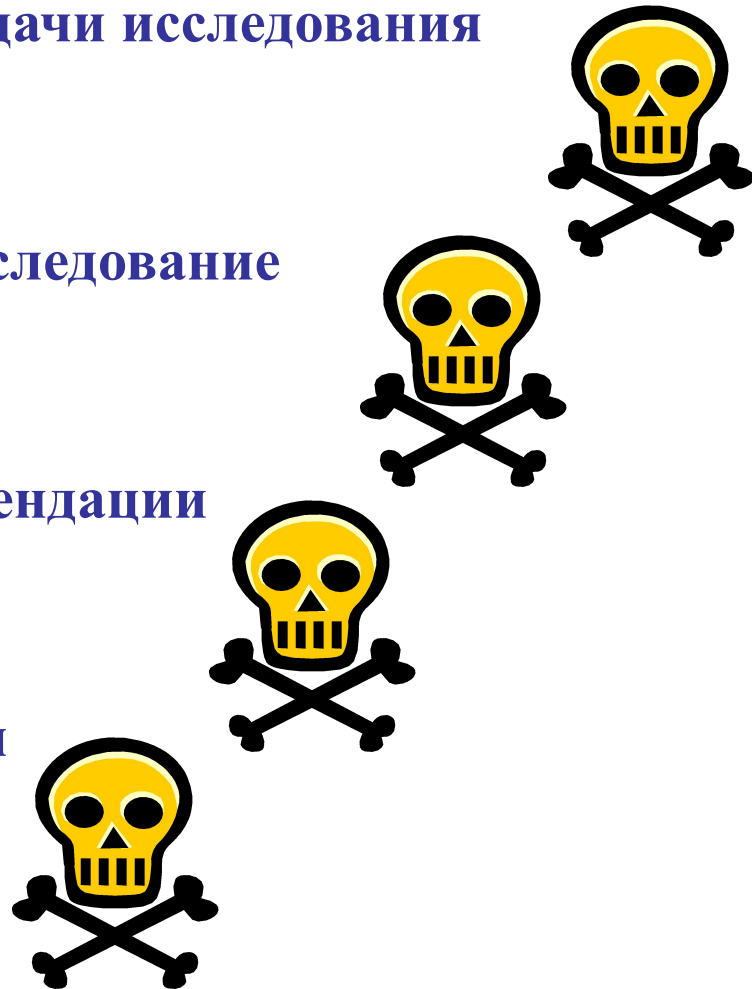




## Необходимость комплексного интегрированного подхода

(доказательство методом «от противного»)

- **Некорректная постановка задачи исследования**
- **Некорректно проведенное исследование**
- **Ошибочные выводы и рекомендации**
- **Неадекватные PR-материалы**



**Только комплексный интегрированный подход, основанный на привлечении специализированных компаний и на их совместной работе на каждом этапе проекта, позволит достичь необходимого конечного результата: увеличения объема продаж компании-заказчика за счет расширения клиентской базы и обеспечения каждого клиента необходимым набором сервисных услуг.**

