

**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



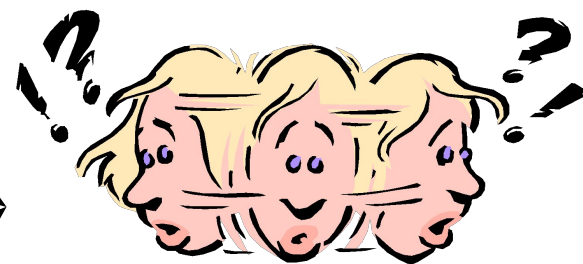
Шаг 2. Исследовательская и консалтинговая компания совместно ставят задачу и определяют формат исследования



Использует отработанную методологию проведения исследований



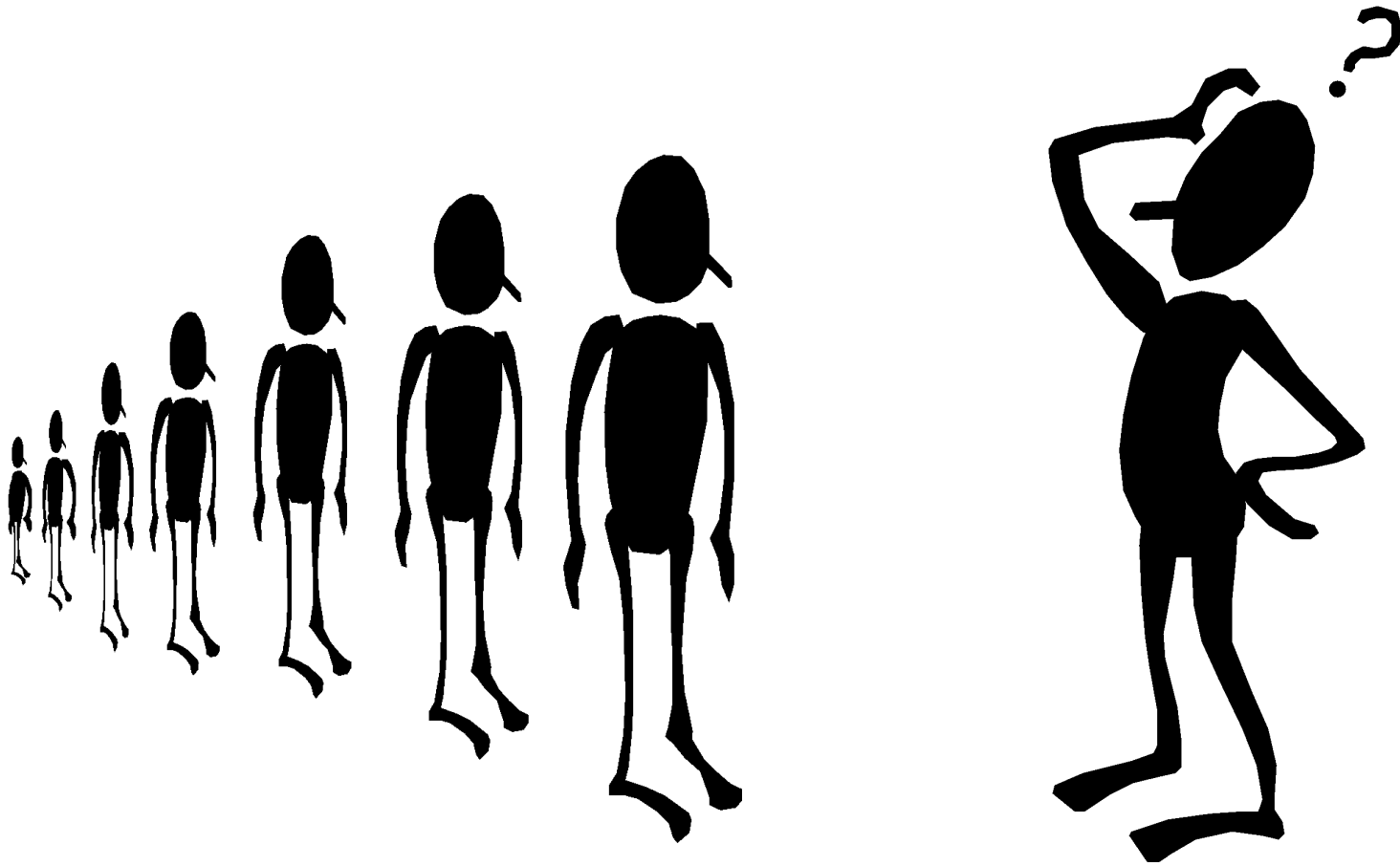
Корректирует формат и методологию исследования



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.

