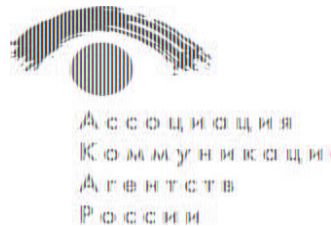


Отношение рекламодателей к рынку BTL услуг 2011 год



Подготовлено для **Российской Ассоциации Маркетинговых услуг (РАМУ)** и
Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)

| | |
|--|----------|
| ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ | 5 |
| Использование основных видов BTL услуг | 9 |
| Известность агентств | 11 |
| Рейтинг агентств BTL услуг | 18 |
| Ключевые факторы удовлетворенность | 39 |
| Важность характеристик BTL агентств | 43 |
| Рейтинг лояльности | 45 |

Изучение уровня известности агентств BTL-услуг среди рекламодателей;

Выявление экспертных оценок относительно основных игроков, работающих в ключевых сегментах индустрии услуг по продвижению продуктов и услуг;

Ранжирование наиболее известных BTL-агентств по следующим показателям:

- Общий рейтинг BTL-агентств по уровню осведомленности и по доле пользователей их услугами.
- Рейтинг BTL-агентств в каждом из сегментов рынка (всего 7):
 - Direct marketing
 - Consumer Promotion
 - Trade marketing
 - Event marketing
 - POSM & In-Store Visual Communications , сувенирная продукция
 - Digital marketing
 - Интегрированные коммуникации

Оценки клиентами основных игроков рынка в каждом сегменте по параметрам*:

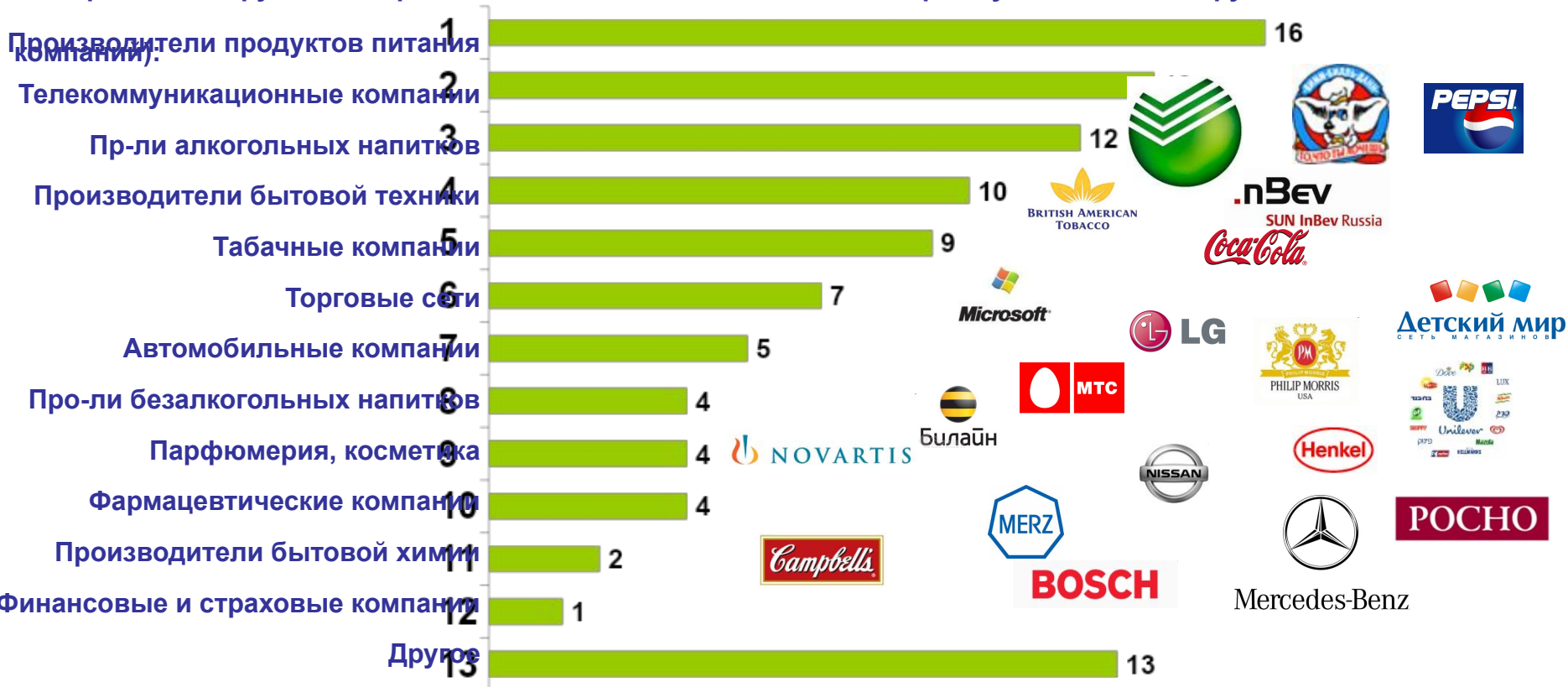
- Известность
- Креативность
- Качество исполнения проектов
- Цена

*Предварительно параметры оцениваются экспертами по степени значимости при выборе агентства, с последующим присвоением им весовых коэффициентов.

Опрос проводился с личных и телефонных интервью с экспертами:

Сотрудники крупнейших компаний-рекламодателей России в различных отраслях бизнеса (компании

выбирались из крупнейших рекламодателей России – в целом в опросе участвовали сотрудники 125

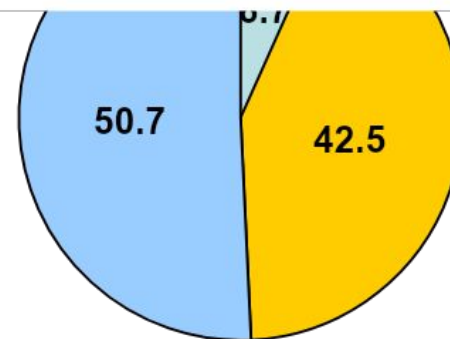




Было предоставлено
708 контактов

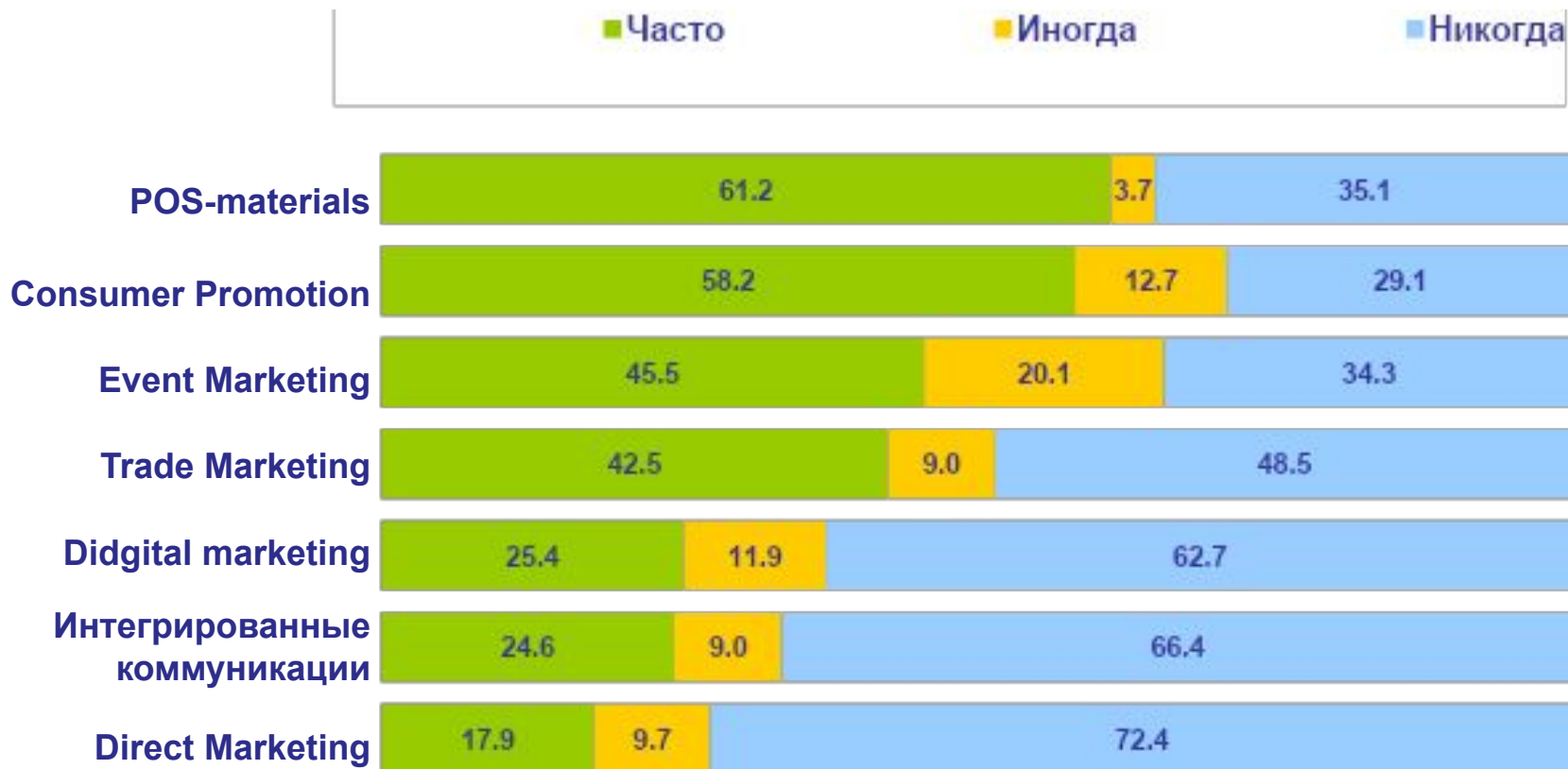


- Директор, руководитель высшего звена
- Руководитель среднего звена
- Квалифицированный специалист



82% респондентов работают с BTL агентствами более 3-х лет. Среди опрошенных экспертов 54% являются квалифицированными специалистами, 43% руководителями среднего звена и 7% занимают топовые позиции.

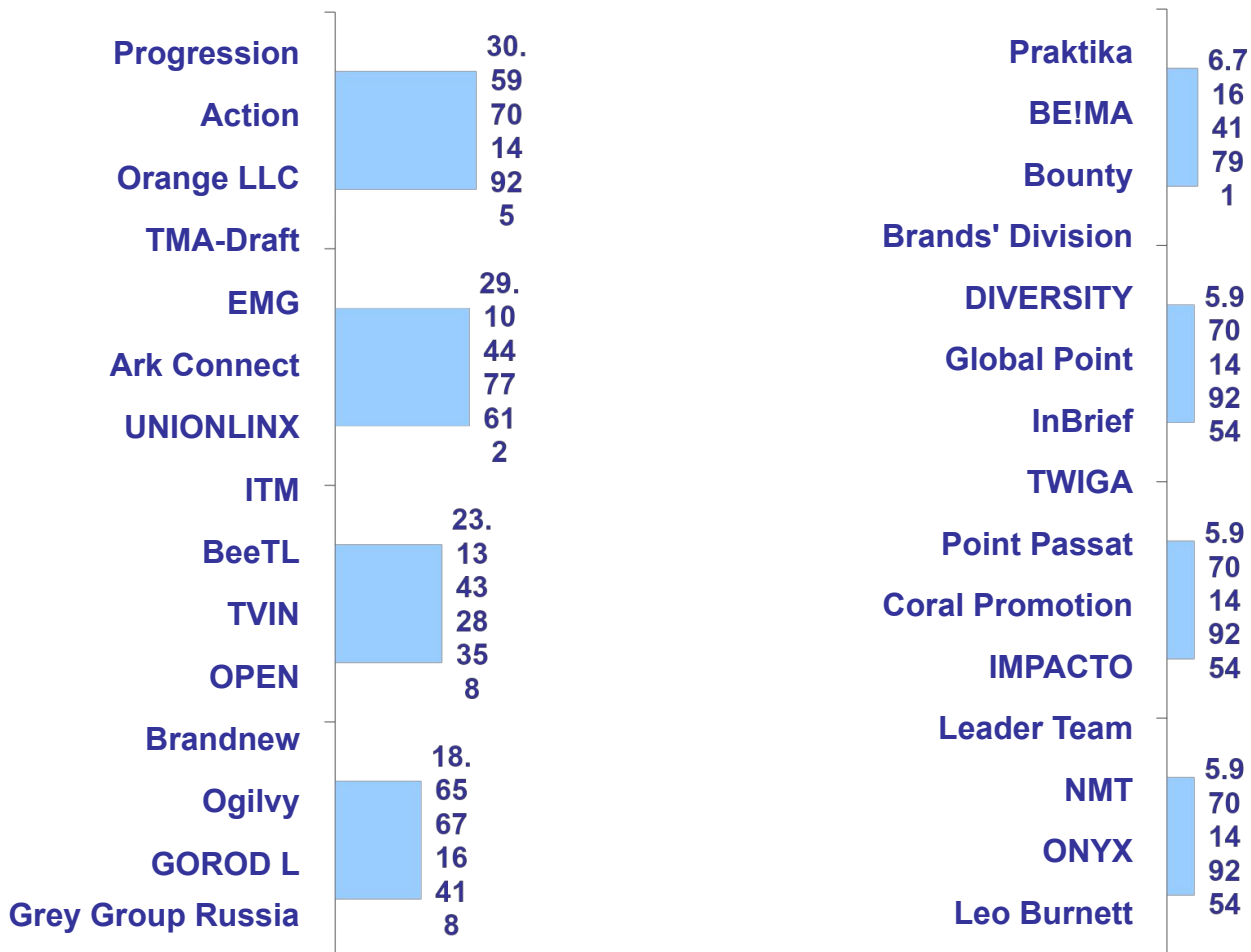
| | |
|---|----------|
| Описание исследования | 5 |
| ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ВИДОВ BTL УСЛУГ | 9 |
| Известность агентств | 11 |
| Рейтинг агентств BTL услуг | 18 |
| Ключевые факторы удовлетворенность | 39 |
| Важность характеристик BTL агентств | 43 |
| Рейтинг лояльности | 45 |



Q1-Q7. Какие из перечисленных видов BTL-услуг Вам/вашей компании приходилось использовать в Вашей деятельности за последние 2-3 года?

| | |
|--|-----------|
| Описание исследования | 5 |
| Использование основных видов BTL услуг | 9 |
| ИЗВЕСТНОСТЬ АГЕНТСТВ | 11 |
| Рейтинг агентств BTL услуг | 18 |
| Ключевые факторы удовлетворенность | 39 |
| Важность характеристик BTL агентств | 43 |
| Рейтинг лояльности | 45 |

Рейтинг BTL-агентств по уровню спонтанного знания (1)

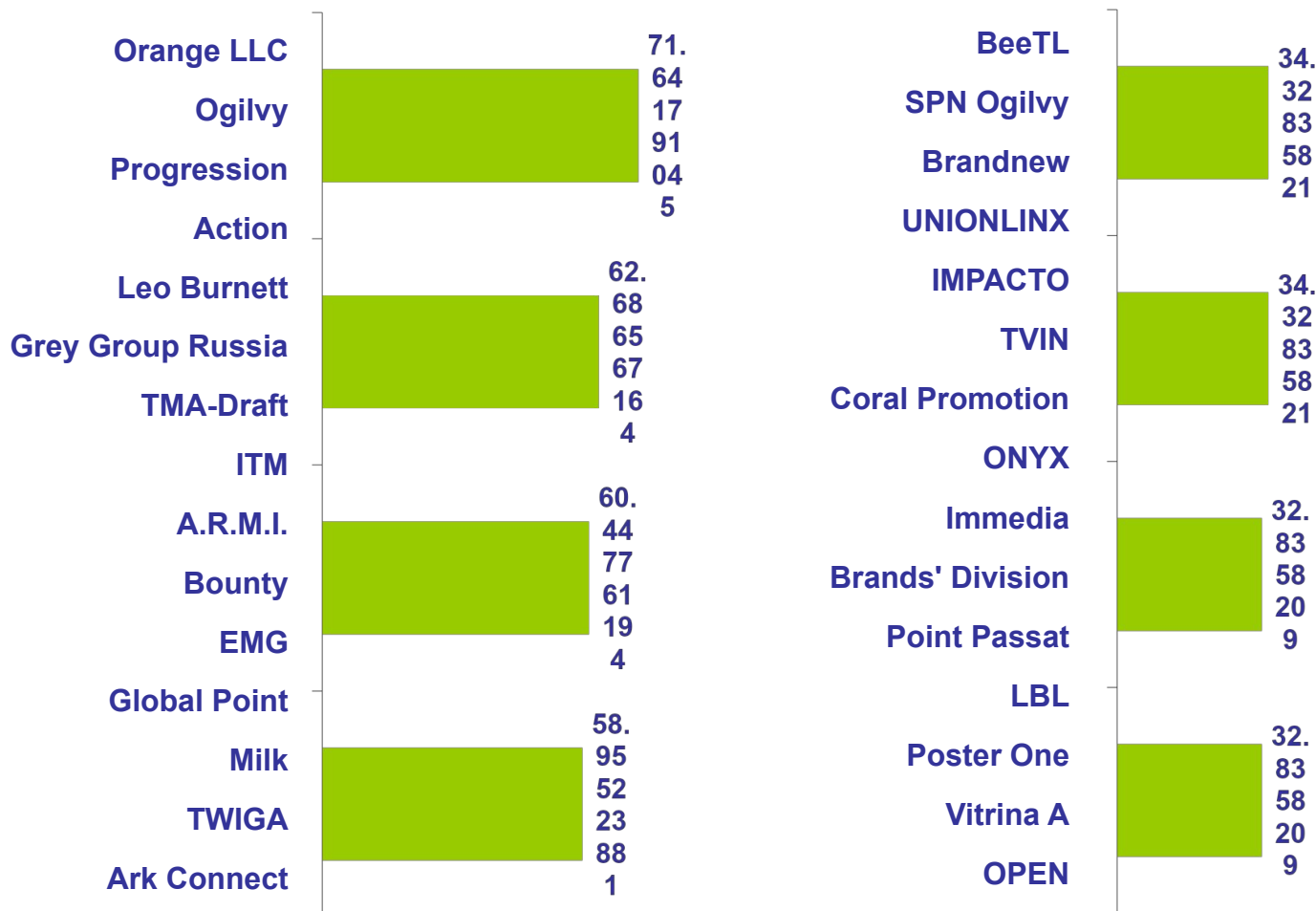


Q10. Какие агентства BTL-услуг Вы знаете, хотя бы по названию?

Рейтинг BTL-агентств по уровню спонтанного знания (2)

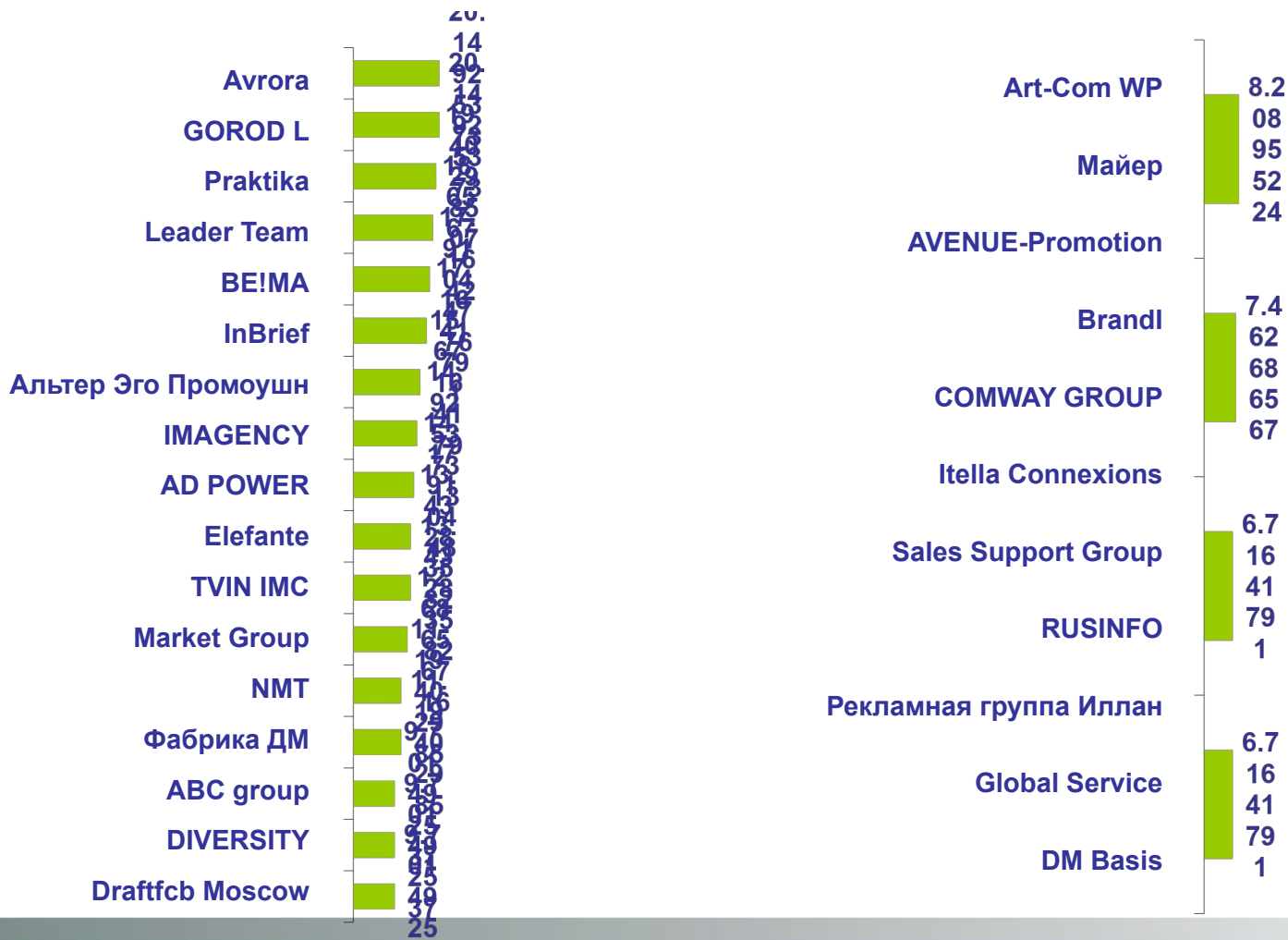


Рейтинг ВТL-агентств по уровню наведенного знания(1)



Q11. Взгляните на этот список, какие агентства вы знаете по названию?

Рейтинг ВТL-агентств по уровню наведенного знания(2)



Q11. Взгляните на этот список, какие агентства вы знаете по названию?

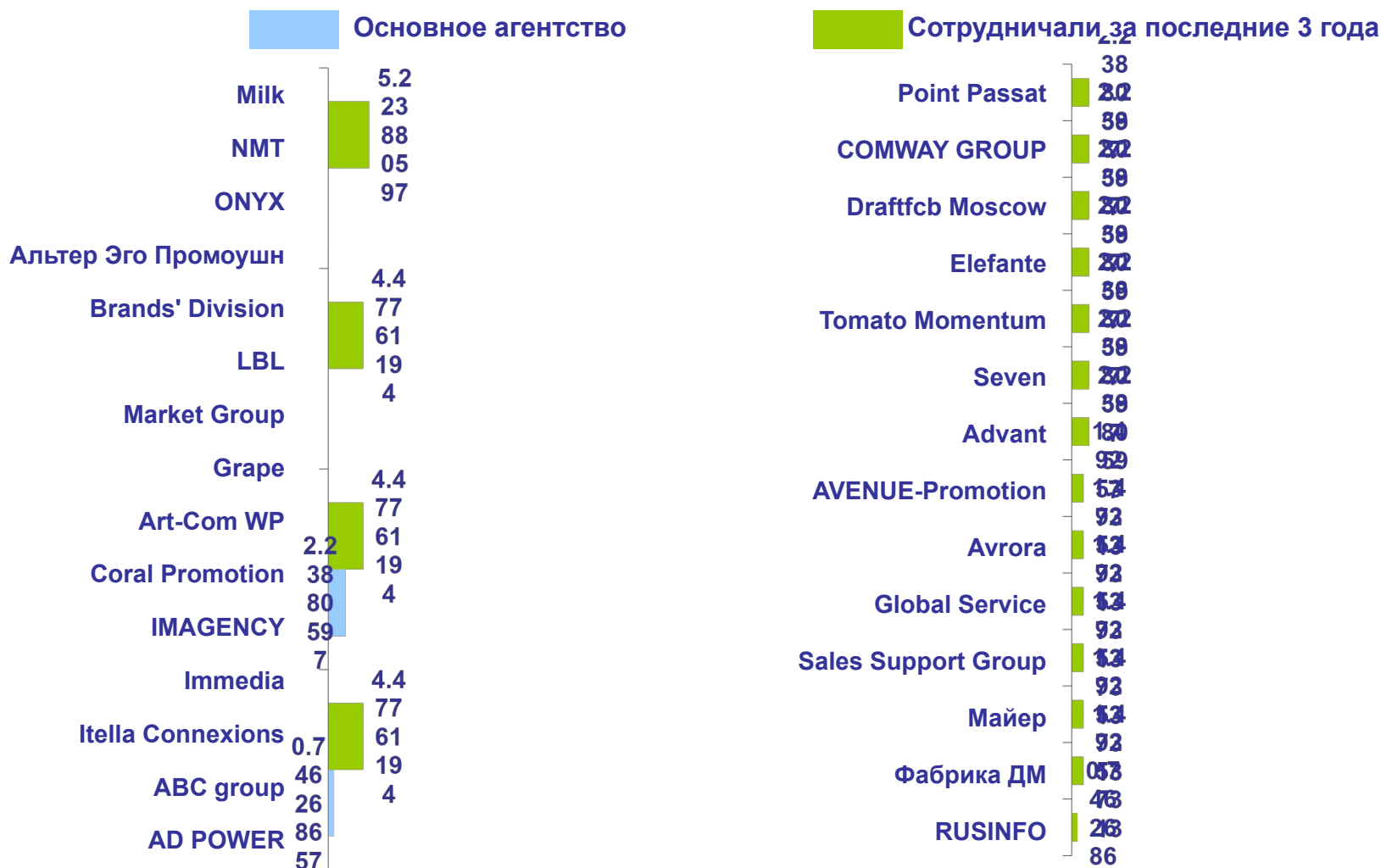
Рейтинг BTL-агентств по опыту сотрудничества (1)



Q12. С какими из этих агентств вы сотрудничали за последние 3 года?

Q13. Какое из агентств является для вашей компании основным?

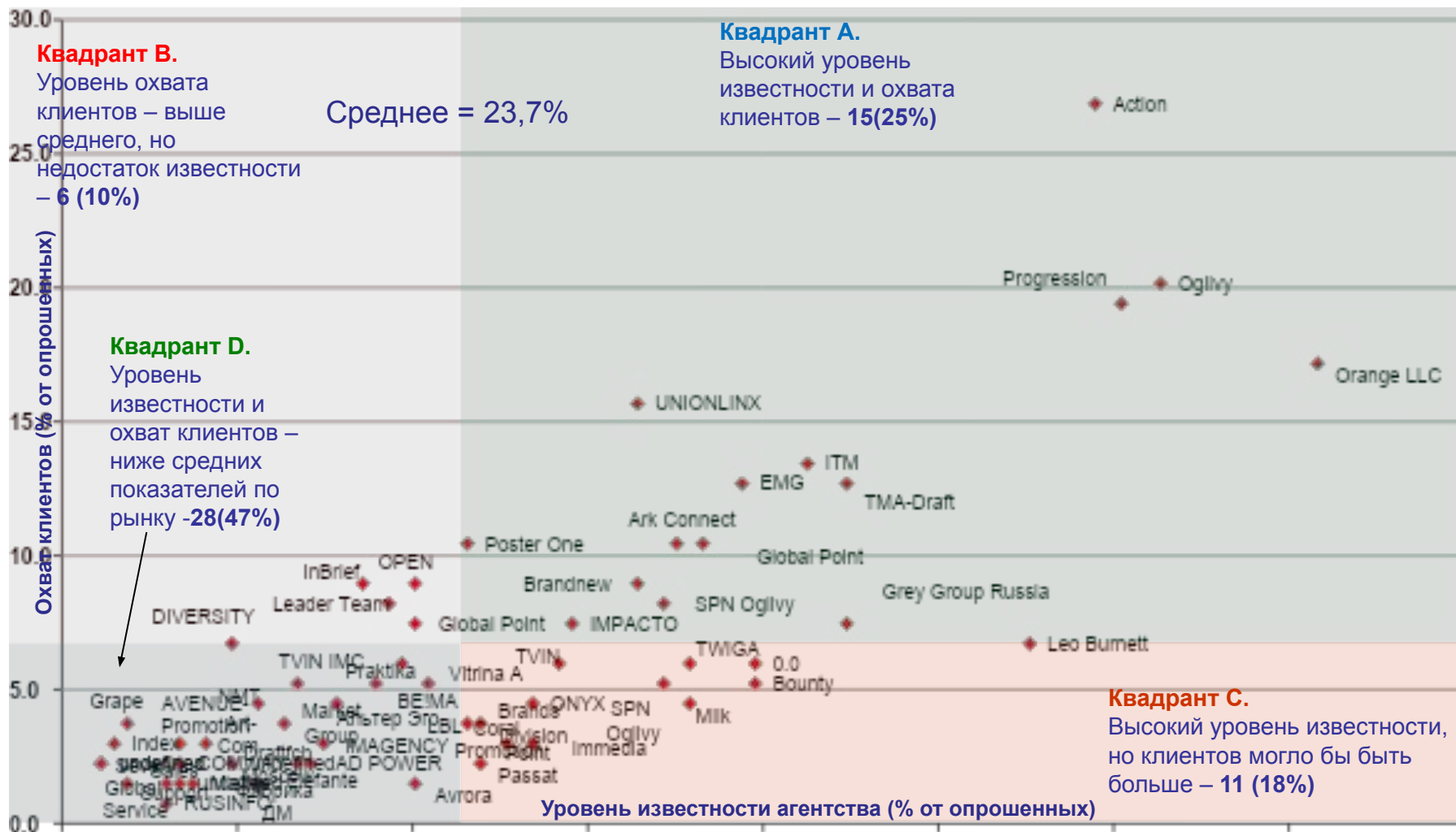
Рейтинг ВТЛ-агентств по опыту сотрудничества (2)



Q12. С какими из этих агентств вы сотрудничали за последние 3 года?

Q13. Какое из агентств является для вашей компании основным?

Зависимость уровня осведомленности об агентстве и опыта работы с ними



| | |
|--|-----------|
| Описание исследования | 5 |
| Использование основных видов BTL услуг | 9 |
| Известность агентств | 11 |
| РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ BTL УСЛУГ | 18 |
| Ключевые факторы удовлетворенность | 39 |
| Важность характеристик BTL агентств | 43 |
| Рейтинг лояльности | 45 |

| | | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|--|-------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| | ITM | | 6,5 | 6,5 | 6,6 | 5,9 |
| | Action | 16% | 6,1 | 6,1 | 7,6 | 5,9 |
| | Ogilvy | | 5,8 | 7,4 | 9,0 | 7,2 |
| | Ark Connect | 16% | 8,0 | 8,0 | 7,3 | 7,4 |
| | EMG | | 6,4 | 7,8 | 5,0 | 6,6 |
| | Orange LLC | 12% | 8,0 | 7,7 | 8,7 | 7,3 |
| | TMA-Draft | | 7,8 | 8,8 | 8,5 | 8,8 |
| | UNIONLIX | 10% | 7,8 | 9,0 | 7,8 | 7,2 |
| | Vitrina A | | 6,2 | 5,0 | 6,8 | 4,2 |

| | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|-------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| Progression | 8.0% | 5.3 | 8.3 | 7.7 | 6.3 |
| Альтер Эго | 8.0% | 8.0 | 8.0 | 8.3 | 8.0 |
| BE!MA | 6.0% | 4.3 | 4.3 | 7.7 | 5.7 |
| BeeTL | 6.0% | 6.7 | 5.7 | 6.7 | 6.0 |
| Brandnew | 6.0% | 8.0 | 9.0 | 8.5 | 8.5 |
| TWIGA | 6.0% | 6.3 | 7.7 | 8.5 | 6.7 |
| OPEN | 4.0% | 8.0 | 9.0 | 6.5 | 7.0 |
| DIVERSITY | 4.0% | 7.0 | 7.5 | 5.0 | 6.5 |
| IMAGENCY | 4.0% | 7.0 | 6.5 | 6.0 | 7.0 |
| InBrief | 4.0% | 8.5 | 9.5 | 7.5 | 8.5 |
| LBL | 4.0% | 7.5 | 8.5 | 9.0 | 8.0 |
| SPN Ogilvy | 4.0% | 7.0 | 7.7 | 9.0 | 7.3 |

Elefante

Остальные агентства, знание 1-4%

A.R.M.I.

Global Point

Grey Group Russia

Immedia

Itella Connexions

Leo Burnett

Poster One

Praktika

TVIN IMC

Tomato Momentum

| | | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|--|--------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| | Action | 25% | 6,0 | 6,8 | 8,8 | 7,0 |
| | Progression | 25% | 6,4 | 6,3 | 8,8 | 7,1 |
| | Orange LLC | 21% | 6,7 | 6,8 | 8,2 | 7,4 |
| | TMA-Draft | 21% | 7,6 | 8,4 | 8,5 | 7,9 |
| | UNIONLINX | 19% | 7,2 | 7,3 | 7,5 | 6,3 |
| | Ark Connect | 13% | 7,2 | 7,3 | 7,3 | 6,8 |
| | EMG | 13% | 6,4 | 6,9 | 5,2 | 6,8 |
| | Bounty | 11% | 7,0 | 5,8 | 8,0 | 7,3 |
| | Global Point | 11% | 6,2 | 6,5 | 6,8 | 6,0 |
| | BE!MA | 9% | 7,2 | 7,2 | 6,2 | 7,2 |
| | BeeTL | 9% | 7,4 | 6,4 | 6,4 | 6,4 |
| | Brandnew | 9% | 6,4 | 7,3 | 7,0 | 6,7 |
| | InBrief | 9% | 7,9 | 7,8 | 6,4 | 7,5 |
| | Market Group | 9% | 6,3 | 6,9 | 5,4 | 7,1 |

| | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|------------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| ITM | 8,2% | 6,9 | 6,8 | 7,0 | 6,0 |
| Brands' Division | 8.2% | 7.8 | 5.0 | 4.6 | 5.4 |
| Praktika | 8.2% | 6.5 | 8.5 | 7.8 | 7.8 |
| TVIN | 8.2% | 7.0 | 7.2 | 7.2 | 6.3 |
| IMPACTO | 7.1% | 4.0 | 6.3 | 5.7 | 8.0 |
| Ogilvy | 7.1% | 3.7 | 3.7 | 9.0 | 8.0 |
| Seven | 7.1% | 7.3 | 6.7 | 6.7 | 6.0 |
| Poster One | 5.9% | 8.0 | 7.0 | 5.3 | 6.3 |
| TVIN IMC | 5.9% | 6.3 | 7.5 | 8.8 | 6.8 |
| A.R.M.I. | 4.7% | 5.0 | 7.0 | 8.0 | 6.0 |
| OPEN | 4.7% | 3.3 | 5.3 | 6.7 | 5.7 |
| Point Passat | 4.7% | 8.3 | 8.0 | 8.3 | 4.0 |
| Coral Promotion | 4.7% | 7.5 | 4.0 | 10.0 | 2.5 |
| GOROD L | 4.7% | 5.8 | 7.3 | 7.0 | 6.3 |

Draftfcb Moscow

Остальные агентства, знание 1-4%

Grey Group Russia

Immedia

Leader Team

Leo Burnett

Milk

RUSINFO

Майер

Advant

ABC group

AD POWER BrandI

COMWAY GROUP

Elefante

Itella Connexions

NMT

| | | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|--|-------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| | Action | | 6.6 | 6.5 | 8.2 | 7.1 |
| | ITM | 33% | 7.0 | 7.1 | 8.3 | 6.4 |
| | EMG | | 6.4 | 7.0 | 5.4 | 7.2 |
| | IMPACTO | 33% | 5.0 | 7.5 | 6.0 | 7.0 |
| | Leader Team | | 7.4 | 6.6 | 8.6 | 6.0 |
| | Orange LLC | | 7.0 | 8.7 | 9.0 | 7.7 |
| | Praktika | 11% | 5.5 | 6.3 | 7.5 | 7.0 |
| | Progression | | 8.0 | 7.5 | 9.2 | 6.8 |
| | BeeTL | 11% | 6.5 | 6.0 | 6.0 | 4.8 |
| | NMT | | 6.3 | 7.8 | 7.0 | 7.8 |

| | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|---------------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| OPEN | 6.5% | 6.0 | 6.5 | 6.5 | 4.5 |
| Bounty | 6.5% | 7.0 | 8.0 | 8.5 | 6.0 |
| DIVERSITY | 6.5% | 6.5 | 6.5 | 7.5 | 4.5 |
| InBrief | 6.5% | 8.0 | 7.0 | 7.3 | 6.3 |
| Itella Connexions | 6.5% | 5.3 | 6.3 | 6.7 | 6.7 |
| UNIONLINX | 6.5% | 7.7 | 8.7 | 6.0 | 4.7 |
| Ark Connect | 4.3% | 6.5 | 6.5 | 7.5 | 6.5 |
| BE!MA | 4.3% | 1.5 | 2.0 | 8.0 | 4.0 |
| Grey Group Russia | 4.3% | 8.0 | 8.0 | 8.0 | 7.0 |
| Ogilvy | 4.3% | 7.5 | 8.5 | 9.0 | 8.5 |
| Sales Support Group | 4.3% | 6.0 | 5.5 | 5.5 | 5.0 |
| SPN Ogilvy | 4.3% | 7.0 | 8.3 | 9.3 | 7.7 |
| TMA-Draft | 4.3% | 5.0 | 3.0 | 8.0 | 2.0 |
| TVIN | 4.3% | 7.0 | 7.5 | 7.0 | 5.5 |
| Seven | 4.3% | 4.0 | 5.5 | 6.3 | 5.8 |

Brandnew

Остальные агентства, знание 1-4%
Brands' Division

Coral Promotion

Draftfcb Moscow

Global Point

IMAGENCY

Market Group

Milk

ONYX Marketing communications

TWIGA

Vitrina A

Index

| | | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|--|--------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| | Action | | 7,2 | 7,9 | 8,7 | 8,3 |
| | UNIONLIX | | 7,8 | 8,7 | 8,7 | 7,8 |
| | Global Point | | 5,1 | 7,4 | 8,7 | 7,6 |
| | EMG | | 7,6 | 8,7 | 8,7 | 9,0 |
| | Ogilvy | | 5,0 | 5,1 | 9,8 | 7,3 |
| | Orange LLC | | 6,6 | 7,4 | 7,8 | 6,6 |
| | Ark Connect | | 7,0 | 7,3 | 6,7 | 7,2 |
| | BE!MA | | 6,3 | 6,5 | 7,7 | 6,8 |
| | ITM | | 6,3 | 6,0 | 7,5 | 6,3 |
| | Progression | | 6,4 | 7,4 | 9,2 | 6,0 |

| | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|-------------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| Brandnew | 7.8% | 7.0 | 8.4 | 8.0 | 8.6 |
| GOROD L | 7.8% | 7.8 | 8.4 | 7.8 | 7.6 |
| InBrief | 7.8% | 7.2 | 7.2 | 6.8 | 7.6 |
| TMA-Draft | 7.8% | 7.3 | 9.0 | 8.3 | 8.0 |
| BeeTL | 6.3% | 6.5 | 6.5 | 5.5 | 5.3 |
| Elefante | 6.3% | 7.5 | 8.8 | 4.8 | 8.3 |
| OPEN | 4.7% | 7.8 | 8.5 | 8.3 | 9.0 |
| Grey Group Russia | 4.7% | 7.3 | 7.0 | 8.5 | 6.0 |
| SPN Ogilvy | 4.7% | 7.0 | 7.7 | 9.7 | 8.0 |
| TWIGA | 4.7% | 5.8 | 5.8 | 7.3 | 5.8 |
| IMAGENCY | 3.1% | 6.5 | 9.0 | 6.1 | 7.9 |
| A.R.M.I. | 3.1% | 6.0 | 7.0 | 6.0 | 6.0 |
| Immedia | 3.1% | 6.0 | 6.0 | 3.0 | 2.0 |
| Itella Connexions | 3.1% | 5.0 | 7.0 | 7.0 | 7.0 |
| TVIN | 3.1% | 7.5 | 9.0 | 9.5 | 8.5 |
| TVIN IMC | 3.1% | 6.5 | 8.5 | 8.5 | 7.0 |
| Index | 3.1% | 6.0 | 8.0 | 8.0 | 4.0 |
| Advant | 3.1% | 9.0 | 9.5 | 10.0 | 10.0 |

Остальные агентства, знание 1-3%

Avrora

Leo Burnett

Brands' Division

Coral Promotion

Bounty

DIVERSITY












IMPACTO

LBL











NMT

Praktika

Рекламная группа Иллан

| | | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|--|-------------|--|------|----------|-------------|--------------|
|  | Grape |  19% | 3,5 | 8,75 | 6,5 | 8,75 |
|  | TMA-Draft | | 6,5 | 8 | 8,75 | 7,25 |
|  | Action |  14% | 5,5 | 6,5 | 9,5 | 7,5 |
|  | Poster One | | 8,5 | 7 | 7,5 | 7 |
|  | Praktika |  10% | 7 | 7 | 7 | 5,5 |
|  | Progression | | 6 | 8 | 7 | 8 |
|  | SPN Ogilvy |  10% | 7 | 8 | 10 | 8 |

| | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|--------------------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| DIVERSITY | 5% | 10 | 10 | 5 | 10 |
| Global Point | 5% | 9 | 10 | 8 | 9 |
| Grey Group Russia | 5% | 1 | 6 | 10 | 5 |
| InBrief | 5% | 8 | 8 | 6 | 9 |
| Itella Connexions | 5% | | | | |
| ITM | 5% | 8 | 6 | 7 | 5 |
| Ogilvy | 5% | 2 | 5 | 10 | 5 |
| Orange LLC | 5% | 8.5 | 8 | 8.5 | 8 |
| TVIN | 5% | 10 | 10 | 10 | 10 |
| TVIN IMC | 5% | 8 | 8 | 6 | 7 |
| TWIGA | 5% | 7 | 7 | 10 | 4 |

| | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|---|--------|------|----------|-------------|--------------|
|  Ogilvy | | 5.3 | 7.5 | 9.5 | 7.5 |
|  Action | 33% | 6.4 | 7.5 | 7.8 | 8.8 |
|  EMG | | 6.5 | 6.5 | 4.5 | 7.3 |
|  Orange LLC | 16% | 7.0 | 6.8 | 7.2 | 6.8 |
|  TMA-Draft | | 7.3 | 8.8 | 9.5 | 8.0 |
|  BE!MA Brand Experience | | 1.5 | 2.0 | 8.0 | 4.0 |
|  BeeTL BEETL BE THE LEADER | 16% | 6.7 | 5.7 | 6.7 | 6.0 |
|  InBrief | | 7.0 | 7.7 | 6.7 | 7.7 |
|  Poster ONE Consumer related marketing | 16% | 6.0 | 6.0 | 5.7 | 5.7 |
|  UNIONLINX MARKETING AGENCY | | 6.8 | 8.0 | 6.3 | 5.5 |

| | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|-------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| OPEN | 6.7% | 7.0 | 7.0 | 7.0 | 7.0 |
| GOROD L | 6.7% | 7.5 | 7.5 | 7.5 | 7.5 |
| Milk | 6.7% | 7.5 | 4.0 | 7.5 | 5.0 |
| Progression | 6.7% | 6.5 | 8.0 | 7.5 | 7.0 |
| SPN Ogilvy | 6.7% | 7.0 | 8.3 | 10.0 | 8.0 |
| TVIN IMC | 6.7% | 7.0 | 7.0 | 9.0 | 8.0 |
| TWIGA | 6.7% | 6.5 | 6.5 | 7.5 | 6.5 |
| Index | 6.7% | 6.5 | 6.5 | 5.0 | 6.5 |

Остальные агентства, знание 1-4%

Art-Connect

Art-Com WP

Brands' Division

Draftfcb Moscow

Grey Group Russia







Itella Connexions

ITM

LBL

Leo Burnett

Praktika

| | | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|--|-------------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
|  | Poster One | 19% | 6,7 | 8,0 | 9,0 | 5,3 |
|  | InBrief | | 5,8 | 6,8 | 5,0 | 5,5 |
|  | Фабрика ДМ | 14% | 6,0 | 7,3 | 6,0 | 6,7 |
|  | Itella Connexions | 14% | 8,7 | 8,3 | 9,3 | 7,0 |
|  | Point Passat | | 8,7 | 8,3 | 8,3 | 6,0 |
|  | TMA-Draft | 11% | 7,0 | 8,0 | 9,5 | 7,5 |

| | Знание | Цена | Качество | Известность | Креативность |
|-------------|--------|------|----------|-------------|--------------|
| Orange LLC | 8.1% | 5.7 | 7.0 | 7.7 | 6.7 |
| Praktika | 8.1% | 6.3 | 8.7 | 8.3 | 6.5 |
| Progression | 8.1% | 7.5 | 7.5 | 9.0 | 8.5 |
| Ark Connect | 5.4% | 6.0 | 7.0 | 3.0 | 5.0 |
| BeeTL | 5.4% | 7.5 | 8.5 | 5.5 | 6.5 |
| EMG | 5.4% | 10.0 | 8.0 | 10.0 | 8.0 |
| Immedia | 5.4% | 4.5 | 5.5 | 5.0 | 5.0 |
| TWIGA | 5.4% | 6.5 | 6.5 | 7.0 | 7.5 |
| UNIONLINX | 5.4% | 8.0 | 8.0 | 8.0 | 7.5 |

DIVERSITY

Остальные агентства, знание 1-3%

DM Basis

Action

Leader Team

Leo Burnett

Market Group

NMT

SPN Ogilvy

RUSINFO

TVIN

ITM

A.R.M.I.

Grey Group Russia

IMAGENCY

BE!MA

| | |
|---|-----------|
| Описание исследования | 5 |
| Использование основных видов BTL услуг | 9 |
| Известность агентств | 11 |
| Рейтинг агентств BTL услуг | 18 |
| КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ | 39 |
| Важность характеристик BTL агентств | 43 |
| Рейтинг лояльности | 45 |

Большинство экспертов довольны BTL-агентством, с которым они работают

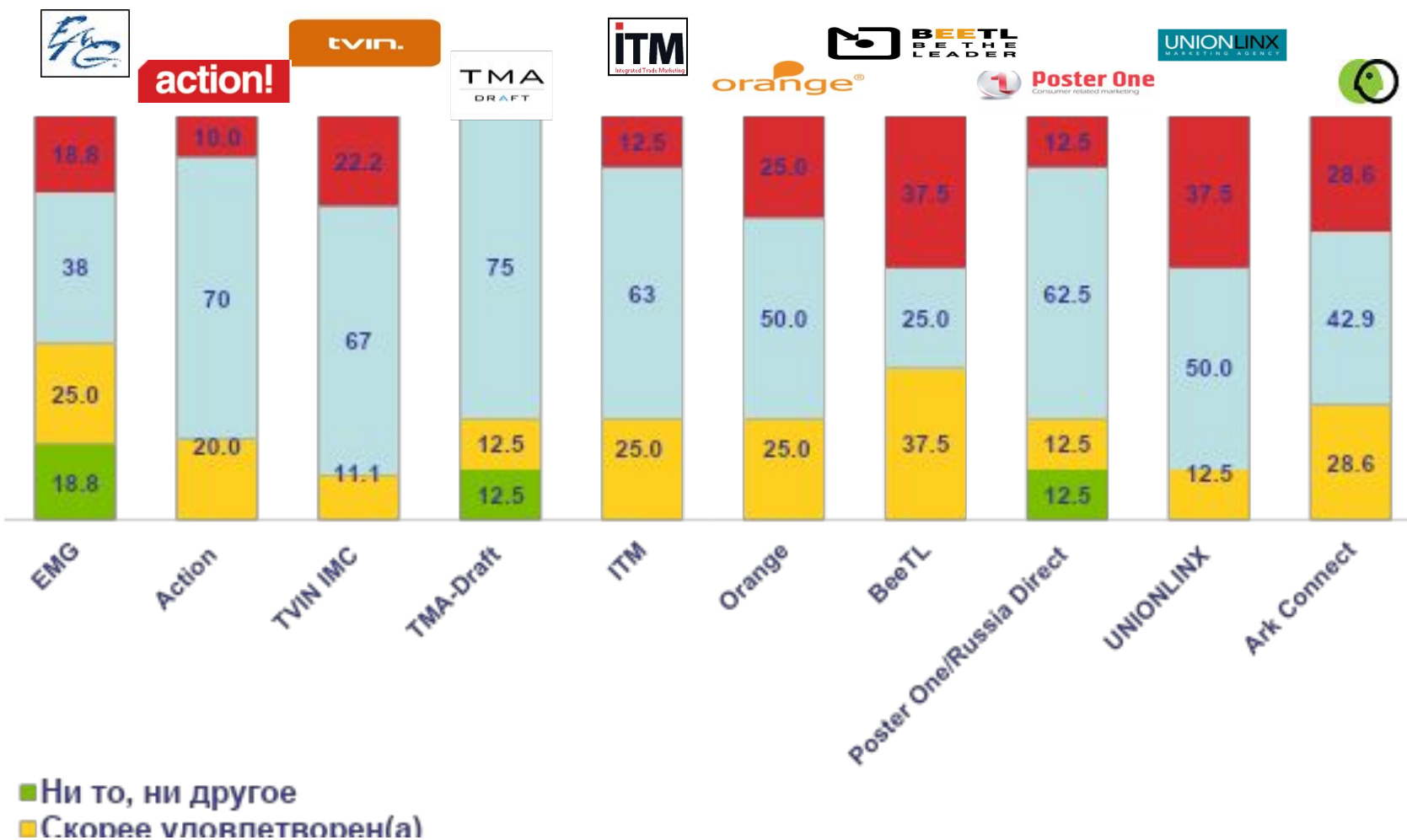


■ Абсолютно удовлетворен(а)
■ Удовлетворен(а)
■ Скорее удовлетворен(а)
■ Ни то, ни другое
■ Не удовлетворен(а)

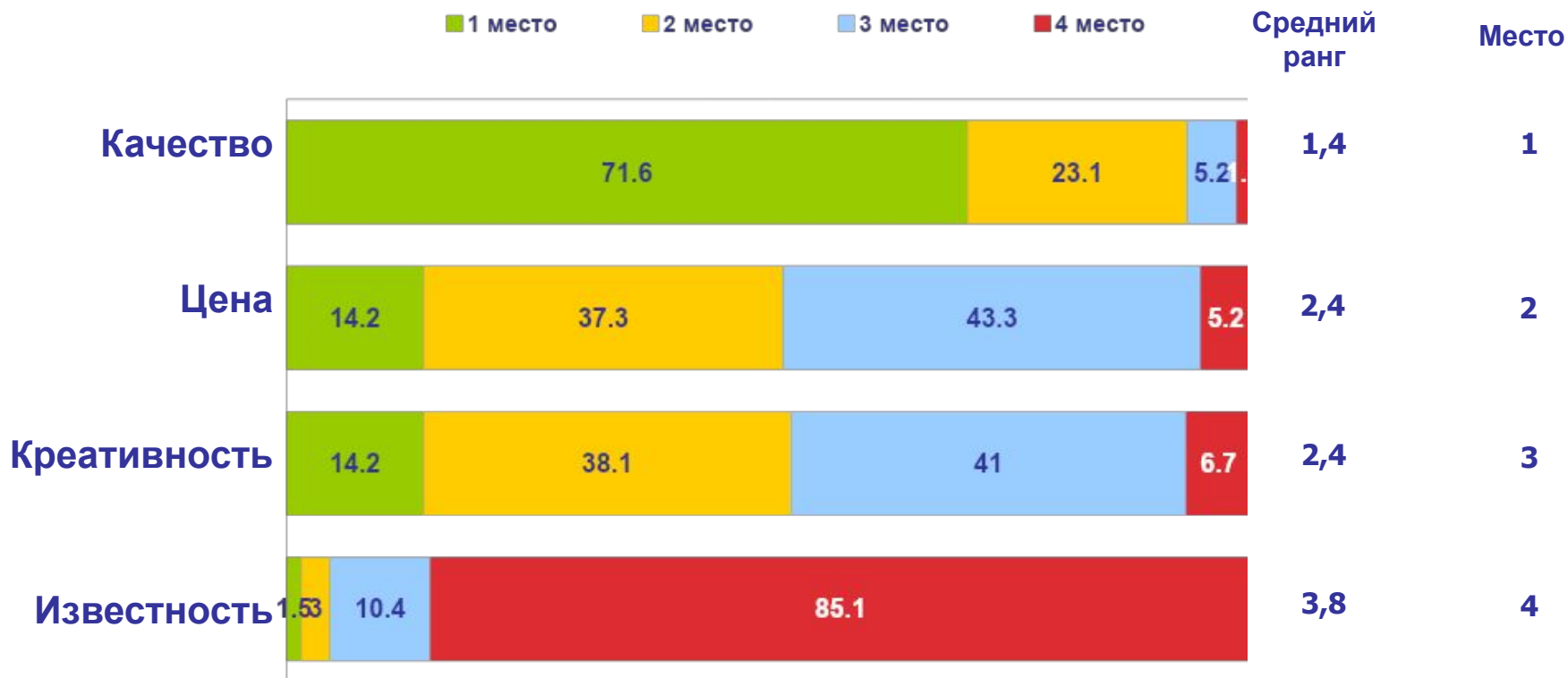


Q10. Оцените пожалуйста по 7 бальной шкале степень удовлетворенности основным агентством?
 Q11, Что именно Вы цените в своем основном агентстве

Оценка удовлетворенности услугами ОСНОВНОГО агентства



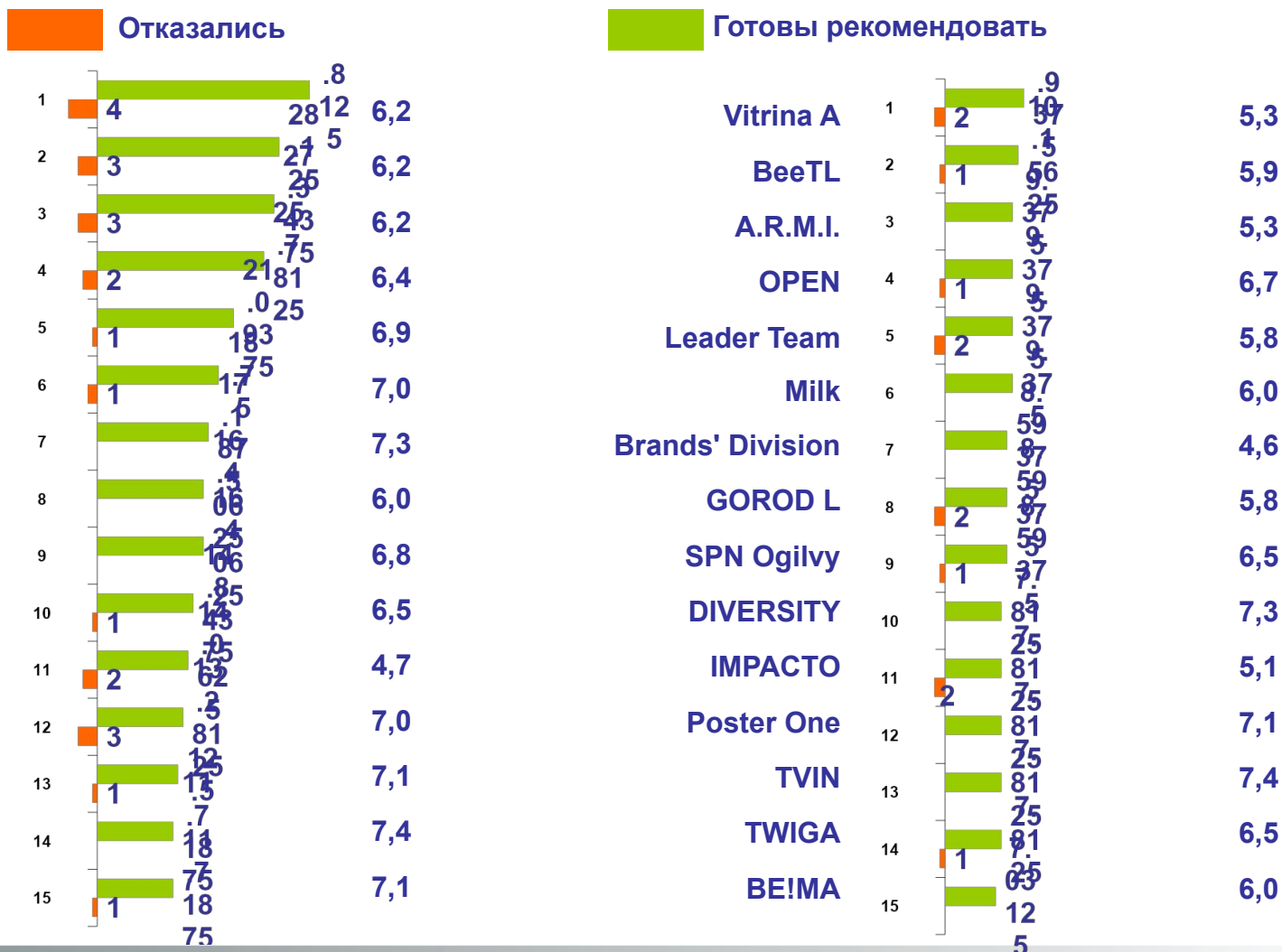
| | |
|--|-----------|
| Описание исследования | 5 |
| Использование основных видов BTL услуг | 9 |
| Известность агентств | 11 |
| Рейтинг агентств BTL услуг | 18 |
| Ключевые факторы удовлетворенности | 39 |
| ВАЖНОСТЬ ХАРАКТЕРИСТИК BTL АГЕНТСТВ | 43 |
| Рейтинг лояльности | 45 |



В8. Перед Вами несколько характеристик, которыми обычно руководствуются при выборе BTL-агентств. Какую из характеристик Вы бы поставили на 1-е место? Какую - на 2-е место? И так далее, до 4-го места.

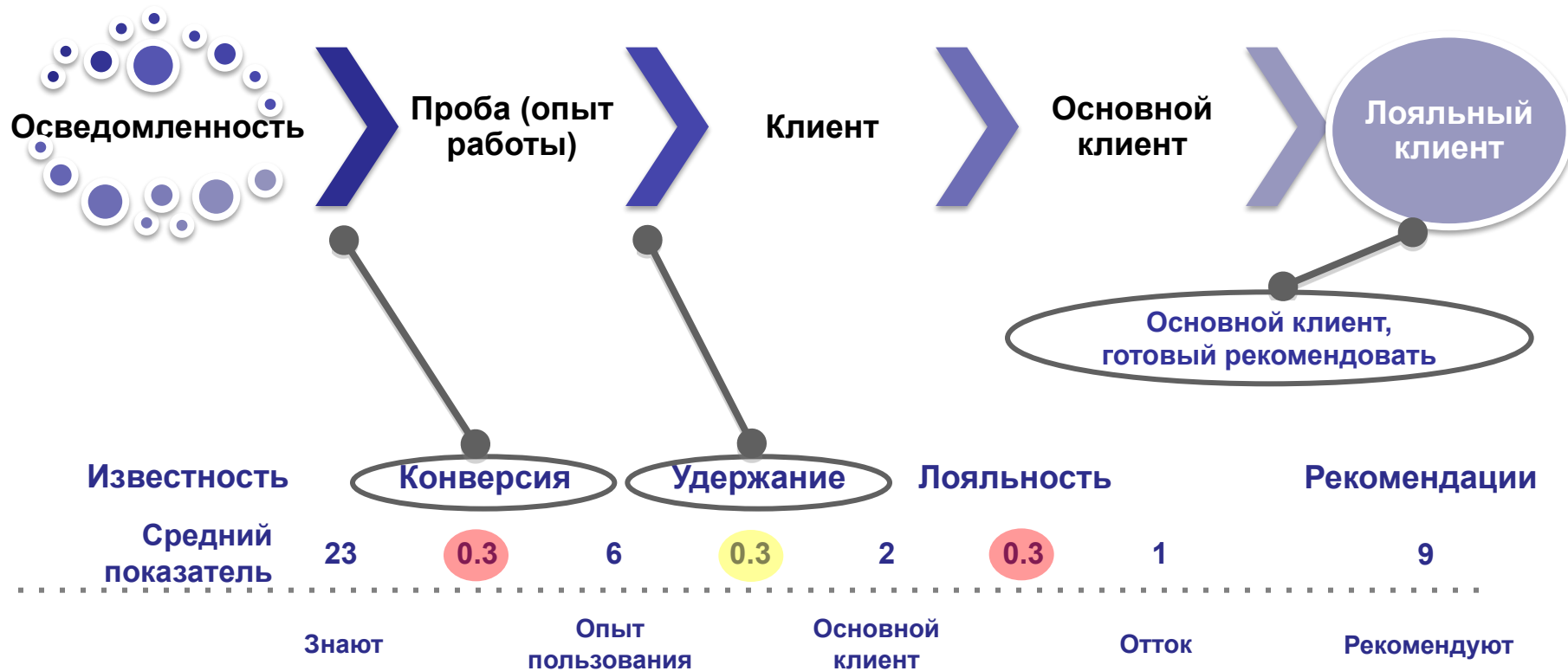
| | |
|--|-----------|
| Описание исследования | 5 |
| Использование основных видов BTL услуг | 9 |
| Известность агентств | 11 |
| Рейтинг агентств BTL услуг | 18 |
| Ключевые факторы удовлетворенности | 39 |
| Важность характеристик BTL агентств | 43 |
| РЕЙТИНГ ЛОЯЛЬНОСТИ | 45 |

Рейтинг лояльности (top 30)



Q14. Какие из перечисленных агентств BTL-услуг Вы бы порекомендовали Вашим коллегам по работе или друзьям?

Q15 От услуг каких из перечисленных агентств Вы/Ваша компания отказались в течение последних 12-ти месяцев?



Лестница успеха BTL – агентства (top 10)

| Известность | Конверсия | Удержание | Лояльность | Рекомендации | | | | |
|-------------|-----------|------------------|-----------------|--------------|-------------|-----|---|----|
| Orange LLC | 72 | 0.2 | 17 | 0.3 | 6 | 0.5 | 3 | 27 |
| Ogilvy | 63 | 0.3 | 20 | 0.1 | 2 | 1.0 | 2 | 25 |
| Progression | 60 | 0.3 | 19 | 0.3 | 6 | 0.5 | 3 | 26 |
| Action | 59 | 0.5 | 27 | 0.1 | 3 | 1.5 | 4 | 31 |
| Leo Burnett | 55 | 0.1 | 7 | 0.8 | 5 | 0.0 | | 16 |
| Grey Group | 45 | 0.2 | 7 | 0.2 | 1 | 0.0 | | 16 |
| TMA-Draft | 45 | 0.3 | 13 | 0.5 | 7 | 0.1 | 1 | 16 |
| ITM | 43 | 0.3 | 13 | 0.4 | 6 | 0.1 | 1 | 20 |
| A.R.M.I. | 40 | 0.2 | 6 | 0.1 | 1 | 0.0 | | 9 |
| EMG | 39 | 0.3 | 13 | 0.6 | 7 | 0.1 | 1 | 14 |
| | Знают | Опыт пользования | Основной клиент | Отток | Рекомендуют | | | |

● Ниже ожидаемого уровня
 ● В пределах ожидаемого уровня
 ● Выше ожидаемого уровня