Маркетинговые исследования в системе принятия управленческих решений

Тезисы к докладу

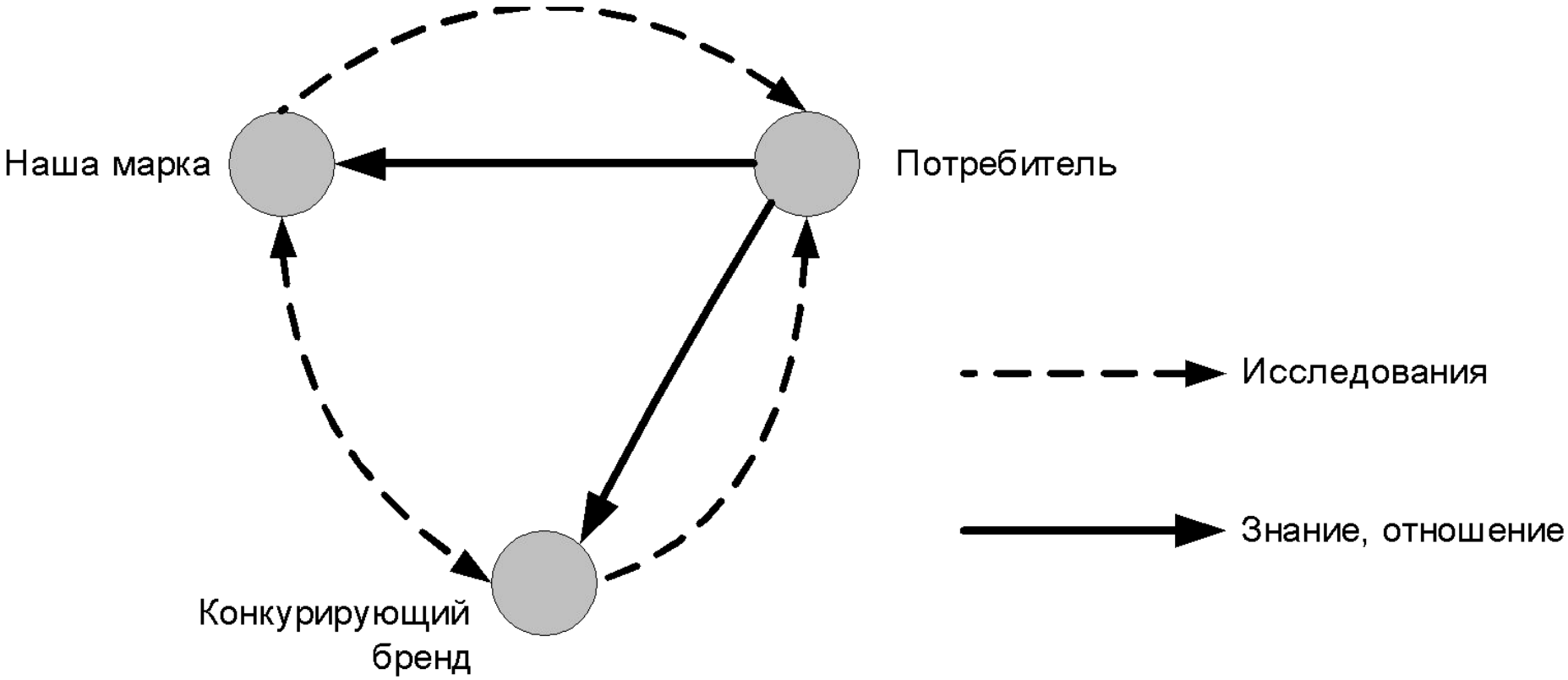
Андрей Длигач
кандидат экономических наук

- Генеральный директор и управляющий партнер группы компаний **Advanter Group**
- зам. зав. **кафедры международной экономики** Киевского национального университета им. Т. Шевченко
- ведущий эксперт **Украинской ассоциации маркетинга**

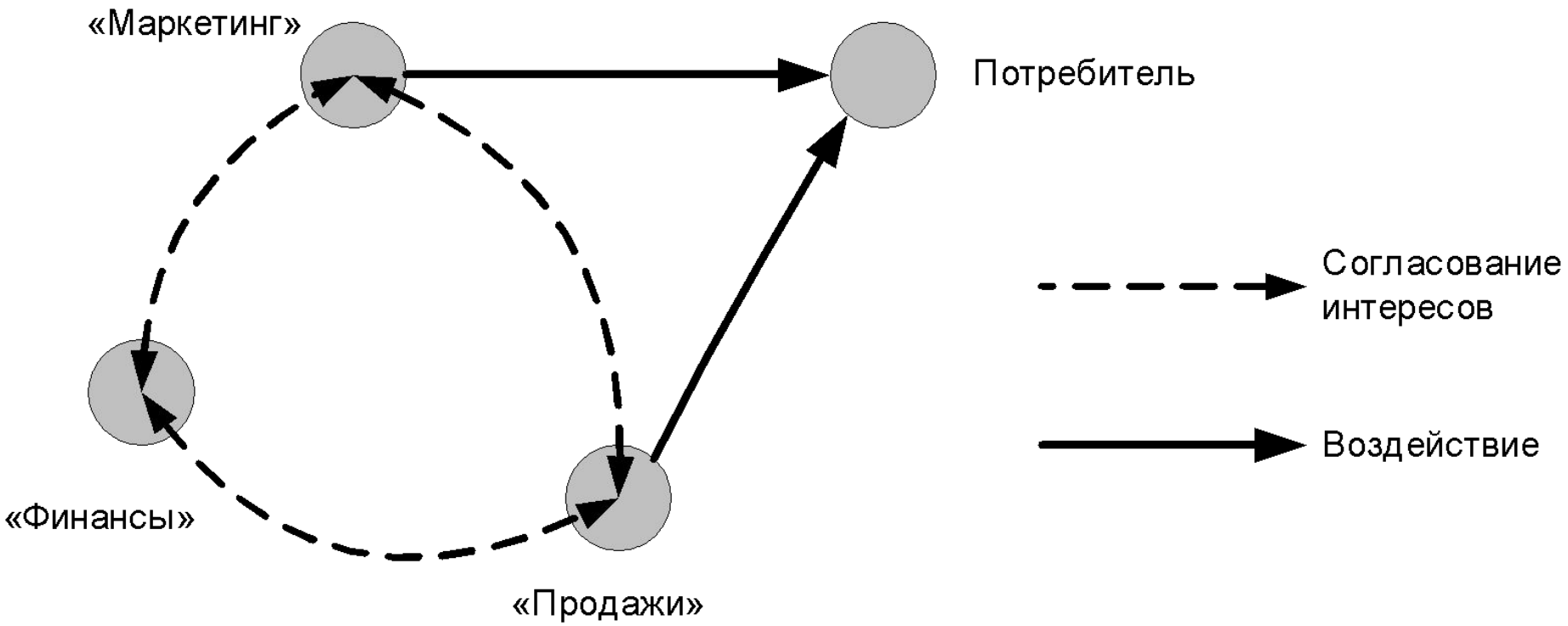
План

- Проблемы взаимодействия, их причины. Результаты исследований.
- Система с несимметричной информацией. Уровни координации.
- Исследования как элемент системы принятия решений
- Исследования и минимизация стратегических рисков

Система с несимметричной информацией



Система с несимметричной информацией (2)



Advanter Group

Стратегические решения и маркетинговые исследования

Аудитории потребителей

Клиенты

“Давние” клиенты

“Недавние” клиенты

Клиенты нашей компании

Клиенты других компаний

Потенциальные клиенты

Потребность актуализирована - принимают решение о выборе поставщика

Потребность слабо актуализирована, обращают внимание на информацию

Потребность не актуализирована не обращают внимание на информацию

Возможные целевые аудитории

Потенциальные задачи (1):
повышение лояльности имеющихся клиентов и увеличение интенсивности продажи товаров

Клиенты

“Давние” клиенты

“Недавние” клиенты

Клиенты нашей компании

Клиенты других компаний

Потенциальные клиенты

Потребность актуализирована - принимают решение о выборе поставщика

Потребность слабо актуализирована, обращают внимание на информацию

Потребность не актуализирована не обращают внимание на информацию

Необходимо оценить удовлетворенность сотрудничеством, степень лояльности имеющихся клиентов и выявить дополнительный спрос

Потенциальные задачи (2): «переманивание» клиентов конкурентов

Клиенты

“Давние” клиенты

“Недавние” клиенты

Клиенты нашей компании

Клиенты других компаний

Потенциальные клиенты

Потребность актуализирована - принимают решение о выборе поставщика

Потребность слабо актуализирована, обращают внимание на информацию

Потребность не актуализирована не обращают внимание на информацию

Необходимо оценить возможность (степень лояльности и удовлет-воренности, восприятие конкурентов) и способы «переманивания»

Потенциальные задачи (3): привлечение новых клиентов

Клиенты

“Давние” клиенты

“Недавние” клиенты

Клиенты нашей компании

Клиенты других компаний

Потенциальные клиенты

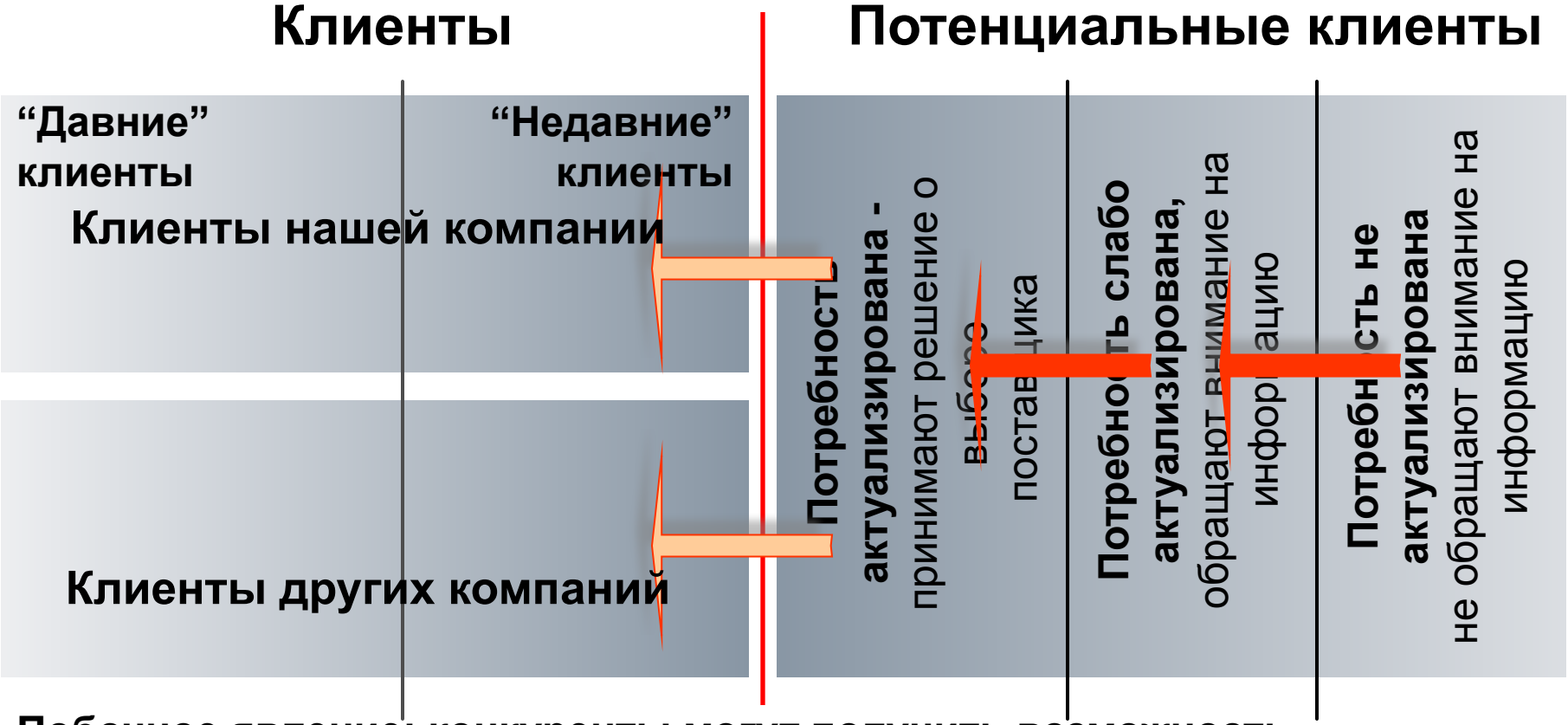
Потребность актуализирована - принимают решение о выборе поставщика

Потребность слабо актуализирована, обращают внимание на информацию

Потребность не актуализирована не обращают внимание на информацию

Необходимо проанализировать мотивации, процедуры принятия решений, выявить целевые сегменты и восприятие конкурентов

Потенциальные задачи (4): формирование спроса на товары/услуги



Побочное явление: конкуренты могут получить возможность воспользоваться плодами нашей рыночной активности

Стратегические риски

- Стратегический риск - это имеющийся или потенциальный риск, возникающий из-за неправильных управленческих решений, ненадлежащей реализации решений и неадекватного реагирования на изменения в бизнес-среде.

Стратегические риски возникают

- вследствие несовместимости:
  - стратегических целей;
  - бизнес-стратегий, разработанных для достижения этих целей;
  - ресурсов, задействованных для достижения этих целей;
  - качества их реализации.

Снижение стратегического риска

- Управления рисками - часть процесса стратегического планирования.
- Разработаны стратегические цели, видение, корпоративная культура. Доведены к исполнению и последовательно вводятся на всех уровнях.
- Эффективность выполнения стратегических задач обеспечивается высокой квалификацией руководителей всех уровней.
- Стратегические планы согласованы с видением и ресурсами.
- Соответственный уровень информационных систем управления.
- Тактика в отношении выполнения стратегических планов соответствует определенной стратегии.

Группа компаний Advanter Group

- Комплексные и точечные проекты по усилению рыночных позиций, оптимизации деятельности, повышению прибыльности, содействию в достижении целей.

консалтинг • управление • разработка • исследования
проекты • маркетинг • стратегии • процедуры • финансы • бренды

Группа компаний Advanter Group

- Управленческий и организационный консалтинг
- Маркетинговый и дистрибуционный консалтинг
- Финансовый и инвестиционный консалтинг
- Консалтинг по вопросам прав собственности и земельный консалтинг
- Маркетинговые и социологические исследования
- Рыночная аналитика, международный экономический анализ
- Развитие персонала и кадровый консалтинг
- Создание и усиление брендов

Контактная информация

- **Андрей Длигач**
- **группа компаний Advanter Group**

Украина, 01001, г. Киев,
пер. Тараса Шевченко, 13

тел/факс: (044) 278-10-31, 278-10-45

e-mail: ad@advanter.com.ua