

**Маркетинговые
исследования в системе
принятия
управленческих
решений**

Тезисы к докладу



**Advanter
Group**





Андрей Длигач

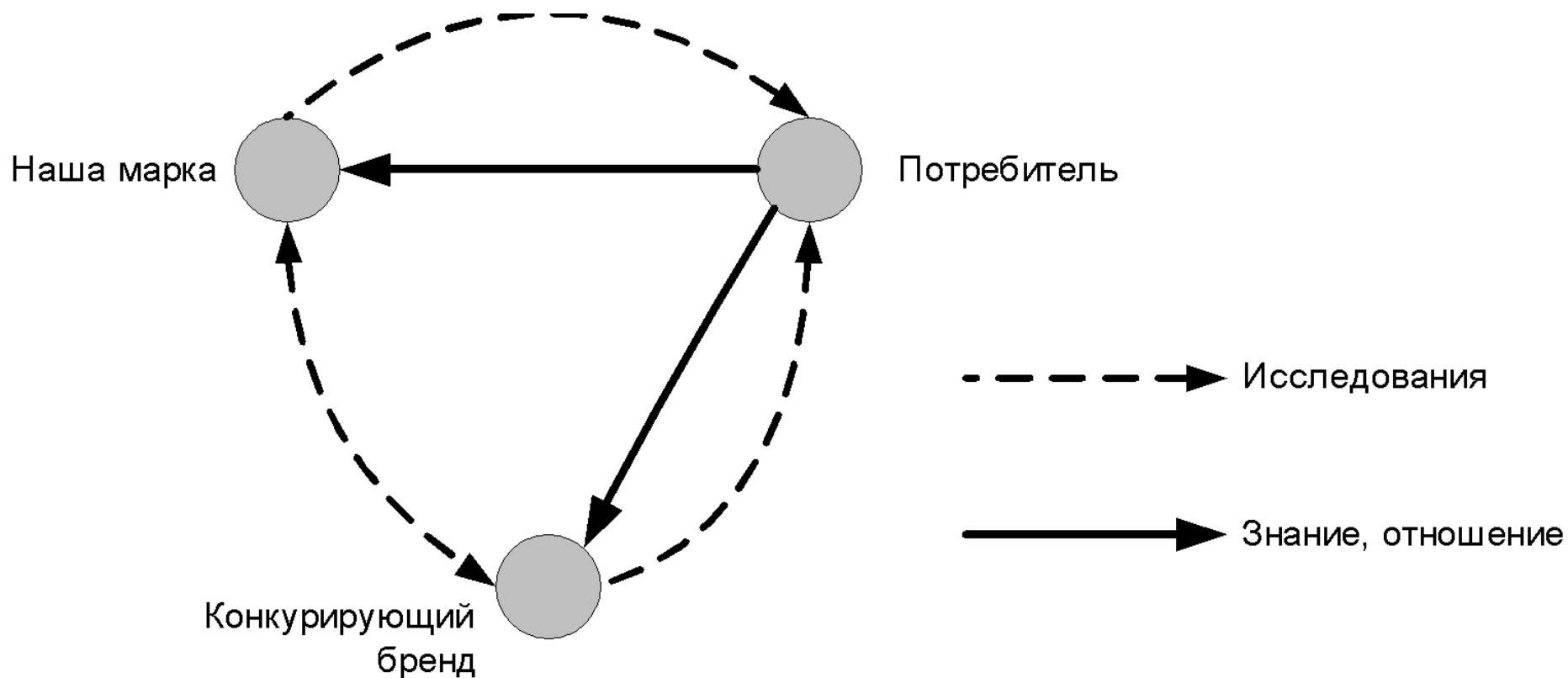
кандидат экономических наук

- 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**

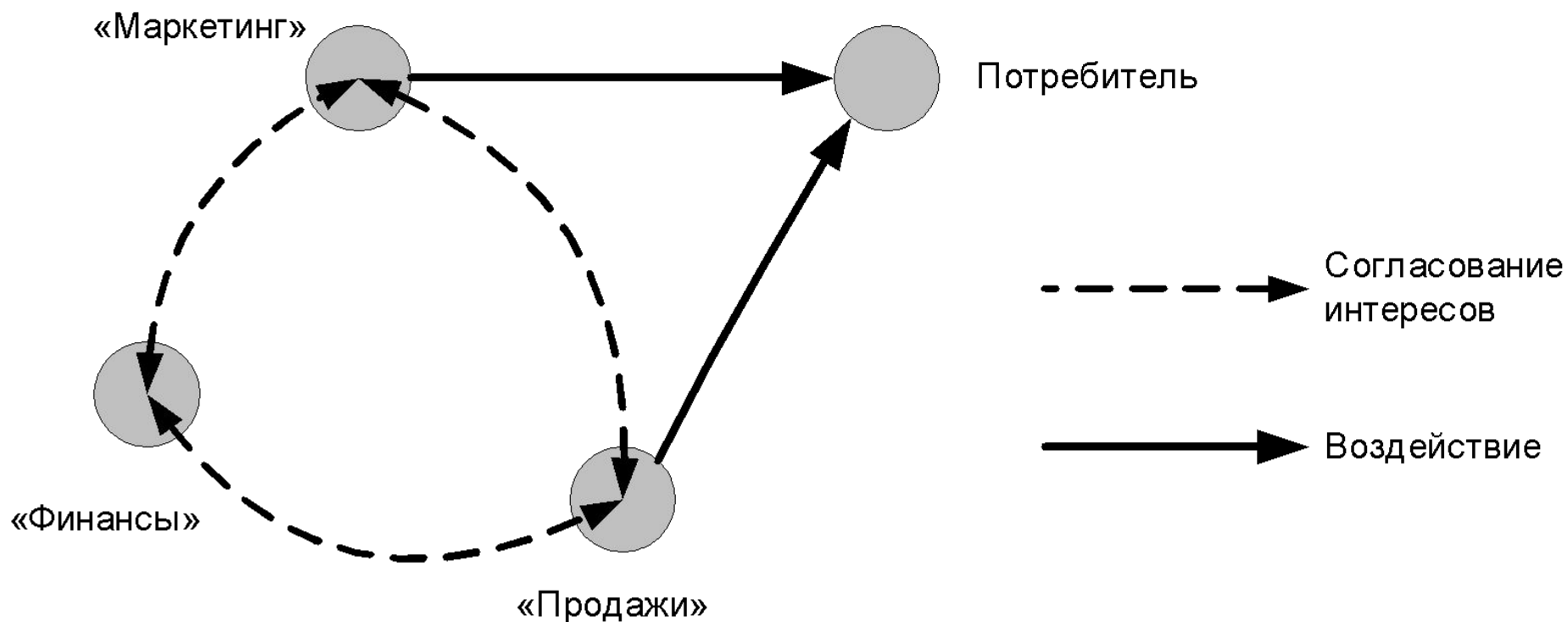


- Проблемы взаимодействия, их причины. Результаты исследований.
- Система с несимметричной информацией. Уровни координации.
- Исследования как элемент системы принятия решений
- Исследования и минимизация стратегических рисков

Система с несимметричной информацией



Система с несимметричной информацией (2)





Advanter
Group

**Стратегические решения
и маркетинговые
исследования**



Аудитории потребителей

Клиенты

**“Давние”
клиенты**

Клиенты нашей компании

**“Недавние”
клиенты**

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

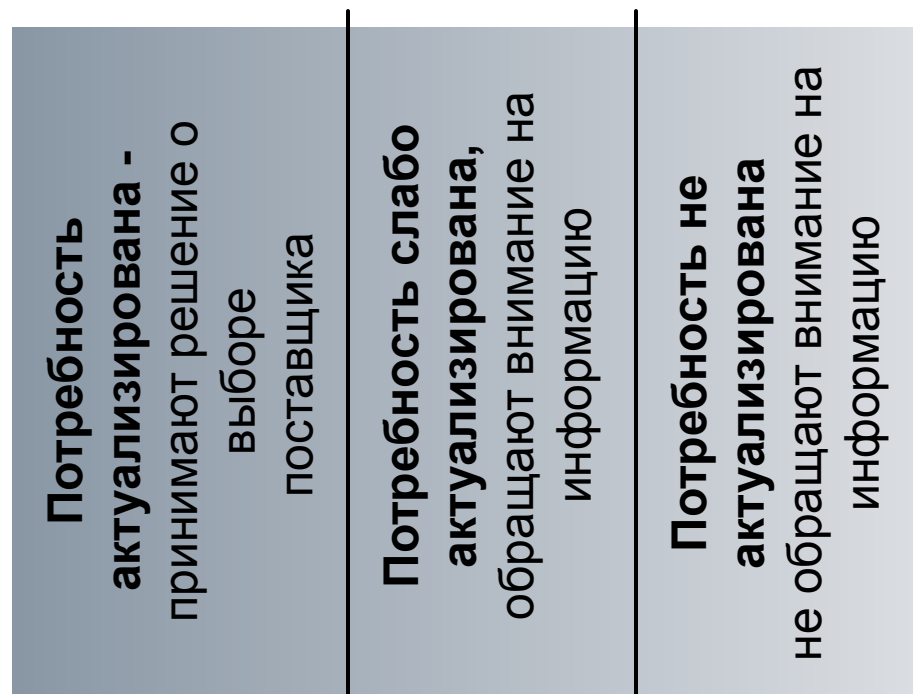


Потенциальные задачи (1): повышение лояльности имеющихся клиентов и увеличение интенсивности продажи товаров

Клиенты



Потенциальные клиенты



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 удовлетворенности, 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
актуализована -
принимают решение о
выборе
поставщика

Потребность слабо
актуализована,
обращают внимание на
информацию

Потребность не
актуализована
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

Клиенты

“Давние”
клиенты

Клиенты нашей компании

“Недавние”
клиенты

Клиенты других компаний

Потенциальные клиенты

Потребность
актуализована -
принимают решение о
выборе
поставщика

Потребность слабо
актуализована,
обращают внимание на
информацию

Потребность не
актуализована
не обращают внимание на
информацию

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.



- 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



- 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

