



Презентация консалтинговой компании
РАЗВИТИЕ БИЗНЕС СИСТЕМ

Новокузнецк, 2012

Наши компетенции

Мы предлагаем для бизнеса следующий спектр услуг :

- Маркетинговый аудит;
- Разработка маркетинговой стратегии;
- Антикризисное управление;
- Моделирование и реинжиниринг бизнес-процессов;
- Маркетинговые исследования.

Подход

Маркетинговый аудит



Подход

Разработка маркетинговой стратегии



Подход

Антикризисное управление



Подход

Моделирование и реинжиниринг бизнес-процессов



Подход

Маркетинговые исследования

Для решения задач наших Клиентов мы применяем следующие виды исследований:

- **Кабинетные (рыночные) исследования**
- **Качественные исследования**
- **Количественные исследования**

Методология

Конкурентный анализ

- Описание основных игроков (производителей и импортеров): история их присутствия на рынке, описание методов конкурентной борьбы, особенности позиционирования;
- Сравнительный анализ и сегментация конкурентного окружения по следующим направлениям:
 - Доля рынка (объем продаж);
 - Номенклатура/ассортимент продукции;
 - Система дистрибуции;
 - География деятельности;
 - Ценовой анализ (по прайс-листам);
 - Схемы продвижения товара;
 - Система обслуживания клиентов и др.
- Бенчмаркинг (описание лучших бизнес практик на рынке);
- Оценка конкурентного статуса компании и рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятия.

Методология

Анализ рынка

- Обзор и структура рынка:
 - Тенденции и основные факторы развития рынка;
 - Объем и динамика развития рынка;
 - Структура рынка в разрезе основных игроков;
 - Сегментация рынка (по номенклатуре, ценам и т.д.)
 - Соотношение спроса и предложения (наличие сезонных колебаний спроса);
 - География рынка;
 - Структура дистрибуции и др.
- История и перспективы развития отрасли;
- Объем рынка (производство + импорт - экспорт) в денежном и натуральном выражении;
- Оценка темпов роста в пределах отрасли (% в год), выявление потенциала возможного роста;
- Тенденции развития отрасли: анализ технологических достижений отрасли, скорость инноваций, прогнозирование долговременных тенденций развития рынка.

Методология

Анализ систем дистрибуции

- Описание существующих на рынке систем дистрибуции:
 - Типовая структура канала сбыта;
 - Прямые продажи / продажи через посредников;
 - Количество посредников в сбытовой сети;
 - Стандартные условия работы и взаимные требования участников;
 - Описание функций компаний-посредников;
 - Определение наценок каждого звена сбытовой цепи;
 - Определение факторов, влияющих на сбытовую цепь.
- Описание основных дистрибуторов:
 - Объем закупок;
 - Сезонность закупок;
 - Товарный ассортимент;
 - Требования к поставщикам.
- Рекомендации по оптимизации системы дистрибуции компании в контексте рынка и конкурентного окружения

Методология

Мониторинг цен

- Анализ цен основных производителей и поставщиков по основным номенклатурным/ассортиментным позициям;
- Ценовая сегментация;
- Качественная характеристика ценовых категорий;
- Выявление динамики цен;
- Прогнозирование цен;
- Изучение ценовой эластичности спроса;
- Анализ существующих систем скидок;
- Анализ структуры товарных наценок;
- Формирование оптимальной ценовой политики при существующей рыночной конъюнктуре.

Методология

Маркетинговые исследования

Кабинетные (рыночные) исследования:

- Метод:
 - Сбор и анализ вторичной информации. На этом этапе исследований используются готовые результаты исследований, государственная статистика, данные, полученные различными специализированными организациями, объединениями, изданиями, государственными организациями об изучаемом рынке.
 - Преобразование полученной информации, в соответствии с методиками и ноу-хау организации-исследователя.
 - Для получения дополнительной информации и проверки достоверности уже полученной информации по Рынку в ходе Кабинетных исследований нашими аналитиками обязательно используется косвенная информация к изучаемому Рынку.

Методология

Маркетинговые исследования

Качественные исследования:

- Метод:
 - Экспертные интервью с представителями ассоциаций, союзов, специализированных СМИ;
 - Легендированные интервью с участниками Рынка;
 - Глубинные бизнес-интервью с представителями основных сегментов потребления.

Методология

Маркетинговые исследования

Количественные исследования:

- Метод:
 - Телефонные бизнес-интервью с представителями основных сегментов потребления;
 - Личные интервью с представителями основных сегментов потребления;
 - On-line анкетирование с представителями основных сегментов потребления.

Инструментарий

Инструменты анализа информации



Спасибо за внимание!

Наши координаты:

Тел.: +7 (3843) 932-132

Website: www.bsd-cc.ru

E-mail: info@bsd-cc.ru