



ИССЛЕДОВАНИЯ
презентация

2009



Advertising & Marketing Group COMPASS - группа квалифицированных специалистов и компаний, объединяющих усилия для решения конкретных практических задач маркетинга под руководством управляющего партнера – к.т.н. Романа Колядюка

Миссия:

1. Усиливать рекламные агентства и отделы маркетинга компаний профессиональной помощью, делая доступными по стоимости технологии международного уровня в сфере исследований, брендинга и стратегического планирования
2. Находить решения различных проблем и отдельных кризисов в области маркетинга с помощью разнообразных исследований
3. Помогать компаниям и рекламным агентствам создавать бренды, упаковки, названия, фирменный стиль (в т.ч ребрендинг, рестайлинг)
4. Комплексно решать задачи компаний по завоеванию доли рынка с помощью стратегического планирования пути развития (создание стратегий маркетинга/рекламы на 3 и более лет)
5. Помогать компаниям увеличивать продажи маркетинговыми средствами

Опыт для:

TM Veronika Jeanvie & Paco Rabbane, TM LG, TM VICHИ, TM KOOKAЇ, TM DIO, TM Challenge Aero, TM «Магнат», TM Strada del Vino, TM MacCofee, сеть DC и Procter&Gamble, TM Геркулес, TM Давній Рецепт/TM Златогор, TM Энран Акрос (концерн и магазины Энран), TM Reupaers (стройматериалы), ЭКСИМ Групп (презервативы), SunInterbrew (пиво), сеть магазинов Будмакс, Лизинговая компания «Хліб України» (TM Булкин), сеть АЗС ТНК (дэжбер ООО Ариона), КОНТИНИУМ УКРРЕСУРС (Луцк-кондитер), торгово-производственная компания Эрголайн/Эргопак (TM Мелочи Жизни и др.), TM Ferrero, TM Heineken, TM Американская химчистка, TM Organics, TM Shik/Wilkinson, TM Parmalat, TM Троянда Экспресс, TM Новолассит, TM Golden Telecom GSM, TM Jacobs, TM Reebok, TM Indesit/Merloni, TM Timotey, TM Gallina Blanca, TM Козырная Карта (рестораны) и др.

«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»

Что изучаем



Изучаем потребителей: целевые аудитории, покупательское поведение потребителей, поводы и глубинные мотивы покупок, демографические и психографические портреты сегментов покупателей, стиль жизни. Специализируемся на выделении важнейших для конкретных задач маркетинга психографических характеристик целевой аудитории. Имеем приличный опыт исследования и детской аудитории

Исследуем бренды/товары по одобренным специалистами США технологиям: здоровье и имидж ТМ, сильные и слабые стороны и т.д., положение по отношению к конкурентам

Изучаем конкурентов: положение ТМ конкурентов, рейтинг популярности конкурентов среди сегментов потребителей, причины предпочтения конкурентов, сильные и слабые стороны конкурентов по мнению целевой аудитории вашей ТМ


Тестируем упаковки, идеи, рекламную продукцию, новые товары и т.п. различными методами: глубинные интервью, фокус-группы, массовые оценки с пояснениями от потребителей, экспертные заключения с расчетом степени согласия экспертов и т.д.

Создаем системы мониторинга (постоянного отслеживания) целевой аудитории потребителей силами отделов маркетинга предприятия для контроля за структурой покупателей и их мнением потребителей в отношении ТМ/товаров/услуг

«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»

Методологические подходы

- Используем самые современные исследовательские технологии по стандартам ESSOMAR
- Проводим разнообразные по методологии исследования, в том числе и самые информативные - количественно-качественные. То есть, работаем с большим количеством открытых вопросов (до 40 вопросов без заранее подготовленного списка ответов для потребителей, что дает им ПОЛНУЮ СВОБОДУ высказываний). В результате, получаем полную информацию по изучаемым вопросам. Обладаем самым значительным в Украине опытом оперативного проведения таких исследований и по доступным ценам.
- Метод исследований выбираем в зависимости от конкретной задачи. Благодаря опытным специалистам, в т.ч. с ученой степенью, планируем комплексные исследования строго под решения задач клиентов, т.е. максимально рациональные
- Рассчитываем оптимальные выборки. По географии - всеукраинские и в отдельных городах. Работаем с малыми выборками и большими (до 3500 респондентов) - в зависимости от требуемой точности и детальности отчетов, аналитики. Демонстрируем примеры работ
- Создаем гибкие базы данных с широкими возможностями фильтрации ответов в ходе детального анализа статистических отчетов. Анализ производят исключительно специалисты-практики высшей квалификации с опытом работы директором по маркетингу в крупных компаниях. Для анализа используем стандартные пакеты статистических программ
- Все работы выполняем по плану: быстро и без задержек. Максимальный срок количественно-качественного исследования (выдача аналитического отчета) – 2,5 месяца. Блиц опросы – 2-3 дня.
- Исследования проводим собственными силами (без подрядчиков), поэтому имеем гибкое ценообразование



«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»

Технологии для задач маркетинга

Shopping - Tech[®] - изучение покупательского поведения и спектра использования продукта (кто, для чего, что, сколько, по чем, почему, для кого покупает, и какие вкусы предпочитает и т.д.) на основе количественно-качественных исследований

Im-Tech[®] (имиджметрия): изучения текущего имиджа брендов-конкурентов (марок), их сильных и слабых сторон, характера восприятия ТМ потребителями

Strategy-Tech[®] - технология разработки стратегий маркетинга и рекламы на основе количественно-качественных исследований

Life style Psi-Tech[®] - исследование стиля жизни потребителей, целевой аудитории

Psi-Tech[®] - исследование психологического портрета сегментов потребителей, мотиваций

Monitor Psi-Tech[®] - периодическое исследование изменений психологического портрета, жизненных ориентаций и вкусов потребителей

Merchandasing Brand Monitor-Tech - мониторинг и оценка эффективности мерчендайзинга ТМ в сравнении с конкурентами в торговых точках с помощью обобщенных показателей эффективности

Naming-Lab Technology - разработка оригинальной ТМ или создание списков оригинальных названий для ТМ по технологии групповой медитации креаторов и расчетов степени согласованности мнений

Brandexpert - Tech[®] - разработка бренда (названия и логотипа) на основе экспертных оценок и тестирования

Brand - Tech[®]: разработка бренда на основе количественно-качественных исследований потребителей

AdTest[®] - тестирование рекламной продукции и идей (пред тестирование и пост тестирование) количественно-качественными методами, методом глубинного интервью

«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»

Почему мы


Большие международные исследовательские компании предлагают спектр отдельных исследований под сложившийся системный менеджмент западных компаний, предполагающий детальное расписанием бизнес-процессов, обязанностей персонала отделов маркетинга. Они продают отдельные исследования под определенные стандартные бизнес-процессы по розничным ценам

Для украинских компаний, характеризующихся ростом бизнеса и находящихся в процессе становления, часто требуется полный комплекс исследований с рекомендациями по использованию информации. Мы предлагаем и компаниям (и рекламным агентствам для их клиентов) сервис по обоснованию маркетинговых и рекламных действий, приводящих к росту продаж. Продаем информацию (комплексные исследования) по оптовым ценам

Большие международные исследовательские компании эксплуатируют исследования принятые только в этой компании за стандарт (принятое меню), поэтому построены по принципу разделения труда сотрудников под стандартные технологические процессы. Из-за этого решать конкретные и комплексные проблемы каждой компании они не в состоянии – нужно все переставить в организации труда и управлении. А их бизнес – продажа перечня типичных исследований и стандартного набора информации

Мы предлагаем к Вашим услугам:


- оптимальные новейшие исследовательские технологии по для решения Ваших задач
- самое пристальное внимание к комплексному решению проблемы – комбинируем методы и технологии
- на всех стадиях работ участие специалиста высшей квалификации (с ученой степенью), особенно на стадии планирования, что сказывается положительно на соотношении информативности, точности и стоимости исследований
- на стадии анализа привлекаем специалистов с опытом работы на должности директора по маркетингу крупных успешных компаний для высокого качества рекомендаций
- консультации по вопросам и исследований, и применения результатов
- скорость, информативность, и умеренные цены (в т.ч. оптовые за комплекс исследований)



«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»

Примеры комплексных исследований

- Исследование предпочтений покупателей Kinder Surprise в отношении сладостей для детей, мнения о Kinder Surprise и тестирование рекламных дисплеев в Киеве и Львове
- Изучение покупательского поведения, имиджа марок, психографии потребителей сладкой выпечки в Украине для разработки стратегии продвижения марки, тестирование упаковок продукции Харьковской бисквитной фабрики
- Изучение имиджа кофейных брендов, аудиторий потребителей кофе и восприятия упаковки MacCoffee.
- Исследование покупательского поведения, знания марок, потребления и ментальности потребителей (городское население) Крыма. Лизинговая компания "Хліб України" (ТМ Булкин)
- Изучение имиджа конкурентов на рынке услуг АЗС. Изучение покупательского поведения и ментальности автоводителей в Хмельницкой и Винницкой областях для разработки стратегии развития для ООО Ариона/ТНК
- Исследование стиля жизни столичных студентов: психографическая, демографическая и поведенческая сегментация для оператора мобильной связи Golden Telecom
- Изучение потребления пива по регионам Украины и целевой аудитории Heineken, определение мотивов потребления, потребительского позиционирования Heineken и ТМ конкурентов
- Опрос трех возрастных категорий школьников (6-8 лет, 9-11 лет, 12-14 лет) для выяснения вопросов: потребления соков детьми, мотивы потребления и предпочтения в соках и напитках, мотивов, по которым дети пьют соки, кто покупает соки для детей (кто из родителей и покупают ли дети сами соки), учитывают ли взрослые мнение детей при покупке продуктов для них, знания детьми разницы между натуральными соками и соками из концентратов, насколько нравятся предлагаемые агентством упаковки соков каждой из возрастных групп детей. Киев, глубинное интервью 360 школьников. ТМ Майбел (1998)
- Комплексное исследование потребителей и конкурентов для разработки стратегии развития сети ресторанов АВТО-ГРИЛЬ «Мисливець» для ТМ Козырная Карта, 2008



«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»



Комфортное обслуживание

По Вашему запросу оперативно предоставляем предложения или даем ответы по электронной почте

Для экономии Вашего времени, встречи проводим на Вашей территории и в удобное для Вас время

По ходу выполнения работ проводим тренинги и консультации для создания общей понятийной базы и правильного использования результатов исследования

Сохраняем конфиденциальность

Всегда делаем все оперативно и в срок

Проявляем гибкость в оплате и ценообразовании

«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»

Контакты:

Управляющий партнер Роман Колядюк

T: 8 (050) 980 17 97
ok@amgcompass.com.ua
www.amgcompass.com.ua