

Деятельность маркетинговых исследовательских агентств

Рассказ на примере COMCON Research

COMCON

Для чего

- ◆ Маркетинговые исследования проводятся для получения необходимой информации для заказчика: Они помогают лучше понять целевого клиента, выявить его потребности, мотивы, которыми он руководствуется при принятии решения, барьеры, препятствующие покупке и т.д.

Исследование новых рынков

- ◆ Проводится для того, чтобы была возможность внедрить новый продукт на рынок.
- ◆ Помогает сформулировать стратегию заказчика исследования.
- ◆ Помогает осознать способы контактирования с будущими потребителями.

Изучение потребителей

Создание портрета потребителя

Выявление потребительских предпочтений



Какими способами

- ◆ Телефонные опросы
- ◆ Онлайн-опросы
- ◆ Уличные опросы
- ◆ Личные интервью по месту жительства
- ◆ Опросы и наблюдения в торговых точках

Бриф

- ◆ Наименование компании: «EG»
- ◆ Цели и задачи:
 - Эффективность деятельности компании EG
 - Изучение рынка
 - Потребительский анализ
 - Конкурентный анализ
- ◆ Исследуемый рынок:
Рынок организации мероприятий
Исследуемая аудитория: массовый потребитель (физические лица), а также корпоративные клиенты (юридические лица)
- ◆ 3. Аналитика
 - Сравнение с показателями других компаний данной отрасли (конкурентов)
 - Отчетность по итогам исследования - массив данных в Excel, таблицы и диаграммы

