

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- на каких сегментах и как будет работать компания?
- какие будут целевые показатели и почему?
- как и с помощью каких ресурсов достичь целей?
- как улучшить продажи?
- как удержать постоянных клиентов?
- выявление приоритетных сегментов рынка/рыночных ниш
- изучение потенциальных клиентов
- изучение конкурентной среды
- изучение потребностей клиентов
- аудит рыночного предложения.
- построение маркетинговой стратегии
- эффективные методы работы с целевой аудиторией и расширение каналов продаж
- разработка календарного плана мероприятий по удержанию и развитию постоянных клиентов
- разработка маркетинговых программ и системы продаж
- расширение рынков сбыта
- оценка эффективности выбранной стратегии, конкурентных преимуществ
- удержание и развитие каналов продаж

Задача — оценка и анализ всех аспектов деятельности клиента

Цель наших исследований — предоставить точные данные, необходимые для принятия ответственных управленческих решений



Потребители

Стиль жизни
Привычки и предпочтения
Сегментация
Модели поведения и архетипы
Этнография

Продукт

Тестирование концепции
Позиционирование
Имидж
Достоинства и недостатки
Оценка контента

Рынок

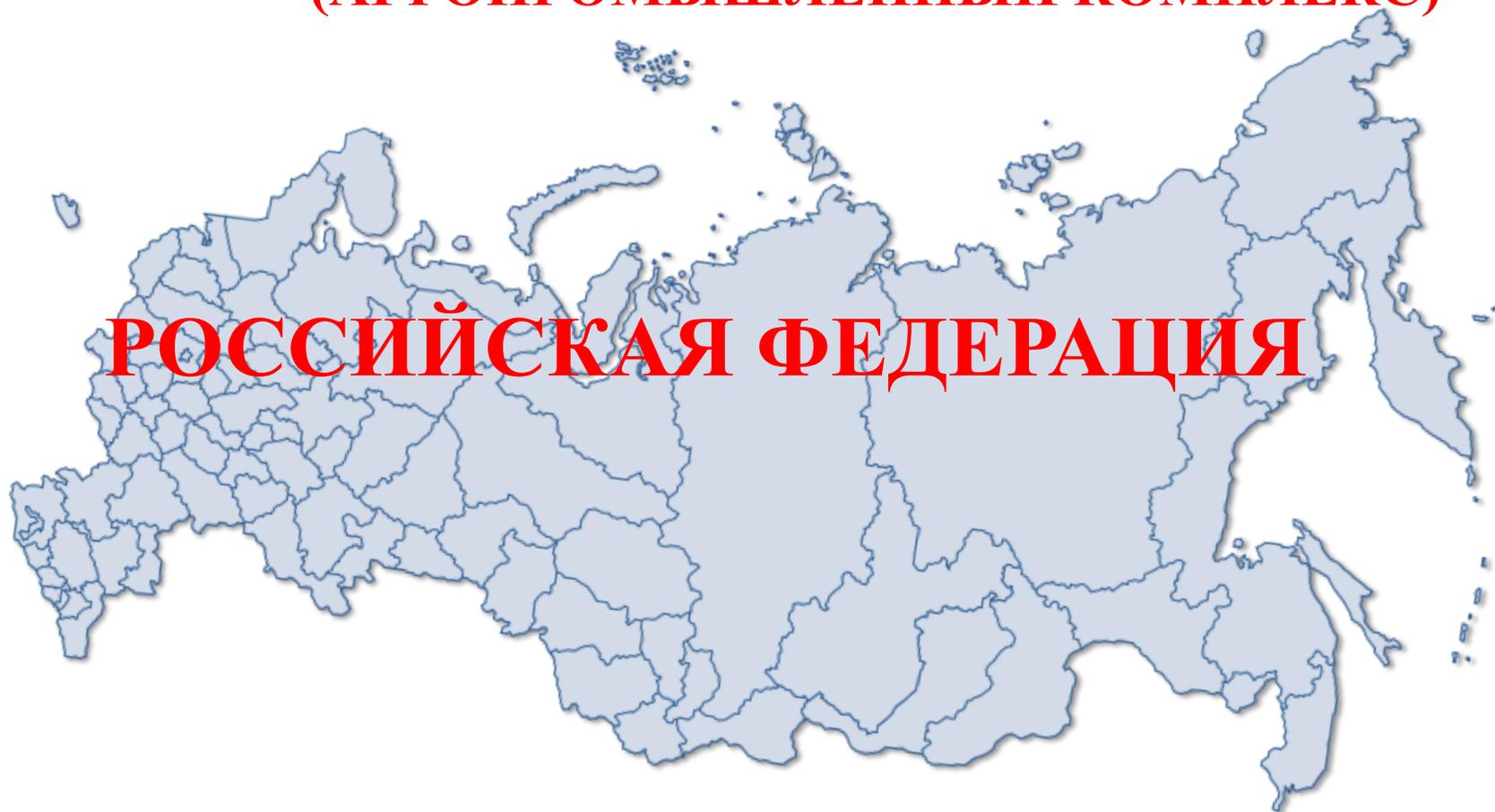
Объем
Структура
Цены
Конкурентная среда
Каналы дистрибуции
Целевая аудитория

Медиа

Каналы восприятия и транслирования опыта
Эффективность кампании
Ad tracking

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

**ОТРАСЛИ: СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО
ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ
(АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС)**



Сбор данных	Анализ	Оформление результатов
<p>Качественные методы Фокус-группы под руководством опытных модераторов: мини, стандартные, расширенные Глубинные и экспертные интервью Он-лайн фокус-группы и BBFG*</p> <p>Количественные методы Телефонные интервью (CATI) Личные интервью Он-лайн опросы Холл тесты Тестирование сайтов</p> <p>Полевые работы</p>	<p>Стандартный анализ частотные распределения и кросс-таблицы</p> <p>Совместный анализ (conjoint)</p> <p>Кластерный анализ</p> <p>Регрессионный анализ</p> <p>Факторный анализ</p> <p>Многомерное шкалирование</p>	<p>Предоставление данных в любых форматах: ASCII SPSS Excel Word PowerPoint etc.</p> <p>Отчет</p> <p>Презентация</p> <p>Аналитическая записка</p>

* Bulletin Board Focus Group

- **BIA (Brand Image Audit)**

Комплексный качественно-количественный подход к изучению имиджа марки с построением карт восприятия имиджевых характеристик бренда в конкурентном окружении

- **CPA (Complex Product Audit)**

Комплексная диагностика проблем с продуктом, выработка рекомендаций по возможным путям усиления положения продукта на рынке

- **Ad Visual**

Количественно-количественная техника претестирования рекламных материалов, основанная на замере качественных параметров восприятия рекламы потребителем

- **CJM (Customer Journey Mapping)**

Инструмент для исследования взаимодействия покупателя с услугой, продуктом с целью выявления стимулов и препятствий

- **CFM (Customer Flow Measurement)**

Комплексная технология для эффективного мерчендайзинга: измерение покупательских потоков, определение «горячих» и «холодных» зон, трекинг маршрутов следования по залу

- **On-line** дневники и фокус-группы

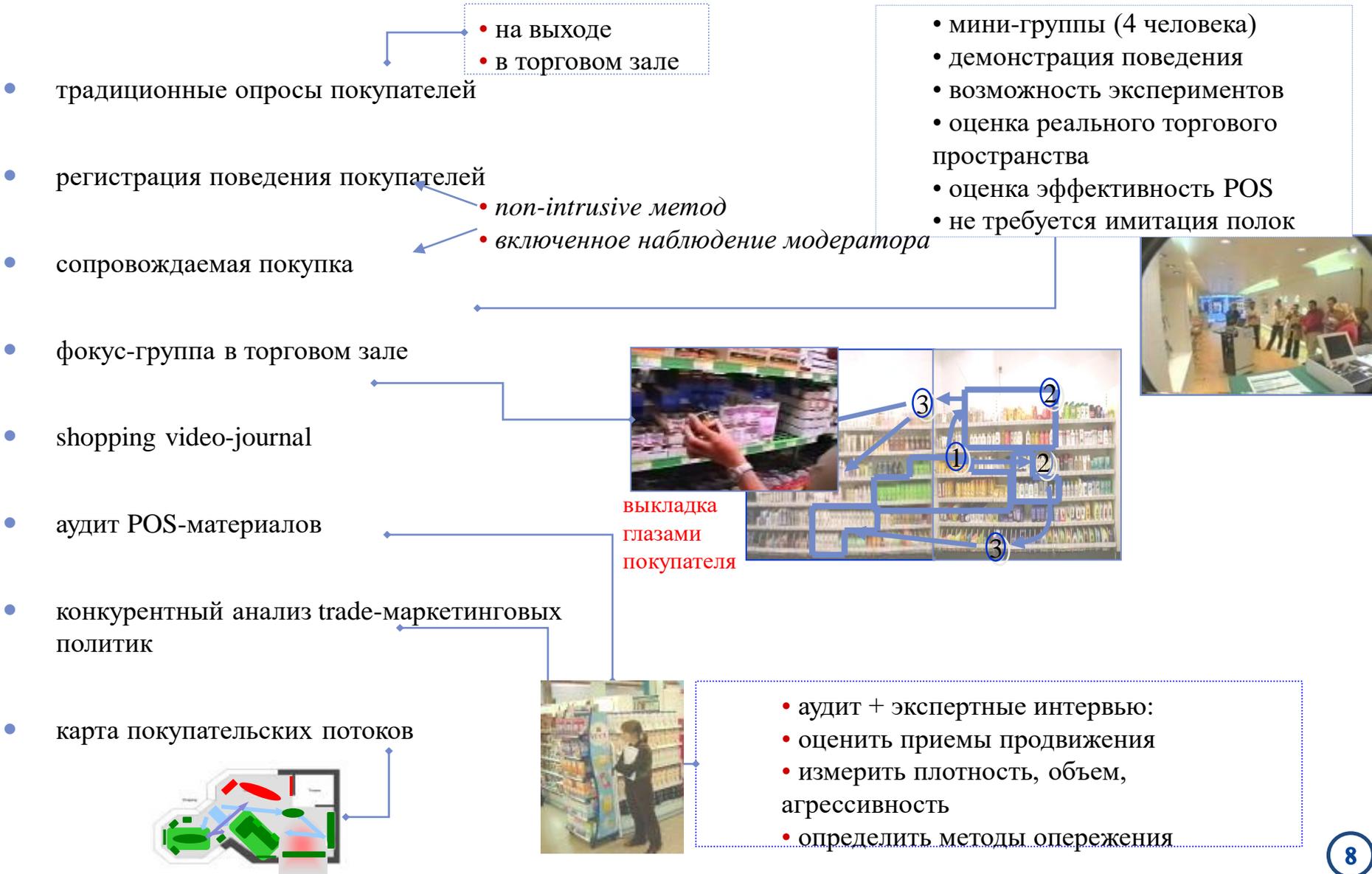
Экономия бюджета (до 40%)

Эффект «присутствия»

Оптимизация времени исследования (до 30%)

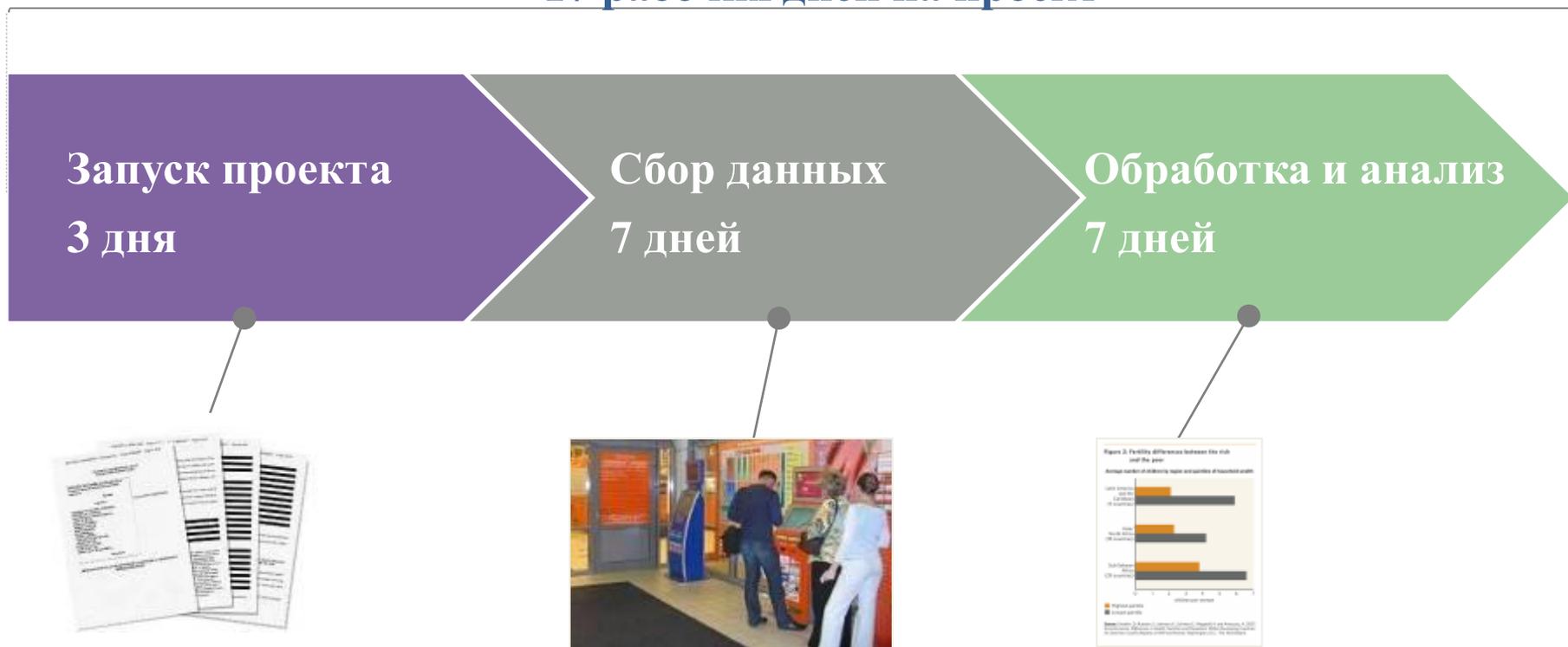
Усиление проективных техник

Творческий аудио- и видео- материал



iFarming соответствует требованиям индустрии и оперативно обеспечивает Заказчика необходимыми данными в максимально сжатые сроки

17 рабочих дней на проект*



* Срок указан для типичного проекта, не включающего дополнительные, сложные требования. Для каждого проекта срок рассчитывается индивидуально

Полевые работы

- Проработка задач проекта
- Разработка материалов для качественного этапа (гайды для фокус-групп)
- Рекрут участников качественного этапа
- Проведение качественного этапа
- Разработка материалов для количественного этапа
- Проведение наблюдения за покупателями и опрос покупателей

Анализ

- Подготовка транскриптов фокус-групп и домашних визитов
- Анализ видеоряда, анализ ключевых сообщений
- Кодировка и ввод анкет и бланков наблюдений
- Построение кросс-таблиц, анализ значимостей ответов по группам потребителей
- Подготовка краткого и полного отчетов

Результат

- Топ-лайн по качественному этапу
- Полный отчет по качественному и количественному этапам
- Краткая презентация результатов исследования
- Полная презентация результатов исследования
- Массив данных по количественному этапу
- Кросс-таблицы и результаты статистического анализа

ЗАЯВКА НА ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Заказчик: _____

2. Контакты и ФИО ответственного: _____

3. Суть исследования: _____

4. Цели исследования: _____

5. Задачи исследования: _____

6. География проведения исследования: _____

7. Объект исследования: _____

8. Предмет исследования: _____

ООО «Интеллектуальное животноводство»
<http://ifarming.ru> e-mail: ifarming@ya.ru
Моб. +7 (903)707-15-71 Артём Елисеев

