

Форматы маркетинговых исследований

Консалтинговая компания «Grand Grade» предлагает Заказчикам 4 формата разработки маркетинговых исследований: «Эконом», «Комфорт», «Комфорт+», «Престиж».

Разные форматы предполагают разную детализацию итогового проекта, выполнение разных целей.

В таблице ниже представлена краткая сравнительная характеристика предлагаемых форматов на примере комплексной оценки рынка.

Таблица 1. Форматы маркетинговых исследований

Направления	«Эконом»	«Комфорт»	«Комфорт+»	«Престиж»
Степень детализация	Достаточная	Детализированная	Расширенная	«Под ключ»
Цели разработки				
Экспресс оценка рынка – основа документа для получения <i>грантов, субсидий</i>	✓	-	-	-
Экспресс оценка рынка – основа документа для <i>первичного ознакомления с проектом инвесторов или кредиторов</i>	✓	-	-	-
Расширить и презентабельно оформить имеющиеся данные по рынку у Заказчика	✓	-	-	-
Детальная оценка рынка для доказательства рыночной эффективности проекта инвесторами, кредиторами, заемщикам, лизингодателям	-	✓	✓	-
Детальная оценка развития рынка для принятия управленческих решений руководителями компаний	-	✓	✓	-
Выработка стратегии развития бизнеса для менеджмента высшего звена	-	-	-	✓
Анализ рынка, в т.ч.				
Количество анализируемых направлений бизнеса	1	1	Max 2	Без ограничений
Количество анализируемых продуктовых групп	1	Max 2	Max 2	Без ограничений
Количество анализируемых регионов сбыта	1	Max 2	Max 3	Без ограничений
Количество анализируемых сегментов рынка (премиум, средний, эконом)	В целом по рынку	В целом по рынку	В целом по рынку с выделением 1 сегмента	Без ограничений
Разработка маркетингового бюджета	-	✓	✓	✓
	-	<i>Усреднено</i>	<i>Детализировано</i>	<i>Расширенно по каждому региону сбыта</i>
Обзвон конкурентов	-	✓	✓	✓
	-	До 10	До 10 по каждому направлению	Без ограничений

Направления	«Эконом»	«Комфорт»	«Комфорт+»	«Престиж»
Степень детализация	Достаточная	Детализированная	Расширенная	«Под ключ»
Поиск и обзвон поставщиков сырья	-	-	✓	✓
	-	-	До 10 по каждому направлению	Без ограничений
Поиск и обзвон потенциальных покупателей	-	-	✓	✓
	-	-	До 10 по каждому направлению	Без ограничений
Выработка стратегии развития	-	-	✓	✓
	-	-	Укрупненно	Детализировано

Исследование формата «Эконом» предполагает укрупненный анализ рынка:

- Без оценки потенциальной и свободной емкости рынка;
- Без оценки построения долгосрочного прогноза емкости рынка (если он отсутствует в открытых источниках);
- Без обзвона конкурентов;
- Без обзвона покупателей;
- Без обзвона поставщиков сырья;
- Без детальной и структурной оценки импорта и экспорта;
- Без разработки стратегии;
- Без разработки маркетингового бюджета.

Остальные позиции в соответствии с содержанием исследования.

Для формата «Эконом» укрупненный анализ рынка производится по базовой схеме **(1;0;0;1;1)**:

- в рамках **1 направления бизнеса** (например, производство молока);
- в рамках **0 сценариев прогнозирования рынка** (т.е. без долгосрочного прогнозирования емкости рынка, если такого прогноза нет в открытых источниках);
- в рамках **0 сегментов рынка** (т.е. в целом по рынку без сегментации на премиальный, средний и эконом сегмент);
- в рамках **1 рынка сбыта** (анализируются конкуренты, цены, покупатели только для одного рынка сбыта, например, Калужская область);
- в рамках **1 продуктовой группы** (например, молочная продукция (молоко, сметана, сыр) – одна продуктовая группа).

Исследование формата «Комфорт» предполагает детальное исследование рынка для каждого региона сбыта и каждой продуктовой группы, а именно:

- Расчет фактической, потенциальной, свободной емкости рынка;
- Построение долгосрочного прогноза емкости рынка (на основе данных экспертов);
- Детальная и структурная оценка импорта и экспорта;
- Обзвон конкурентов с целью выявления скрытой информации (например, цен на товары т.д.);
- Или поиск и обзвон покупателей с целью выявления потребностей, возможных объемов закупок, требований к ним;
- Поиск и обзвон поставщиков сырья с целью обоснования сырьевой базы проекта;
- Отсутствие разработки стратегии;

- Разработка маркетингового бюджета усреднено по всем регионам сбыта.

Остальные позиции в соответствии с содержанием исследования.

Для формата «Комфорт» детальное исследование производится по базовой схеме (1;1;0;2;2):

- в рамках 1 направления бизнеса (например, переработка молока);
- в рамках 1 сценария прогнозирования емкости рынка (один вариант прогнозирования - нейтральный);
- в рамках 0 сегментов рынка (т.е. в целом по рынку без сегментации на премиальный, средний и эконом сегмент);
- в рамках 2 рынков сбыта (расчеты производятся для двух рынков сбыта в разрезе каждой продуктовой группы, например, Калужская область и г. Москва);
- в рамках 2 продуктовых групп (например, производство цельного молока – 1-ая продуктовая группа, продукты переработки молока (пастеризованное молоко, сметана, сыры) – 2-ая продуктовая группа).

Заказчик может **ИЗМЕНИТЬ СХЕМУ ИССЛЕДОВАНИЯ**, увеличить сценарии развития, уменьшить рынки сбыта, продуктовую линейку.

Исследование формата «Комфорт+» предполагает детальное исследование рынка для нескольких направлений бизнеса, рынков сбыта, продуктовых групп с 3 сценариями прогнозирования емкости рынка:

- Расчет фактической, потенциальной, свободной емкости рынка;
- Построение долгосрочного прогноза емкости рынка в 3 сценариях (на основе данных экспертов);
- Детальная и структурная оценка импорта и экспорта;
- Обзвон конкурентов с целью выявления скрытой информации (например, цен на товары т.д.);
- Поиск и обзвон покупателей с целью выявления потребностей, возможных объемов закупок, требований к ним;
- Поиск и обзвон поставщиков сырья с целью обоснования сырьевой базы проекта;
- Разработка укрупненной стратегии продвижения продукции на рынок;
- Разработка маркетингового бюджета в деталях для каждого региона сбыта.

Остальные позиции в соответствии с содержанием исследования.

Для формата «Комфорт+» детальные расчеты производятся по базовой схеме (2;3;1;2;2):

- в рамках 2 направлений бизнеса (например, выращивание КРС-1 направление; переработка мяса в колбасы, мясные деликатесы, консервы и т.д. – 2 направление);
- в рамках 3 сценарий прогнозирования емкости рынка (пессимистический, нейтральный, оптимистический);
- в рамках 1 сегмента рынка (любой из сегментов премиальный, средний или эконом сегмент);
- в рамках 2 рынков сбыта (расчеты производятся для двух рынков сбыта в разрезе каждой продуктовой группы, например, Калужская область и г. Москва);
- в рамках 2 продуктовых групп (например, продукты переработки мяса КРС – 1-ая продуктовая группа, продукты переработки молока (пастеризованное молоко, сметана, сыры) – 2-ая продуктовая группа).

Заказчик может **ИЗМЕНИТЬ СХЕМУ ИССЛЕДОВАНИЯ**, уменьшить направления бизнеса, увеличить рынки сбыта, продуктовую линейку и т.д.

Исследование формата «Престиж» предполагает оценку рыночной составляющей бизнеса под «ключ»:

- Расчет фактической, потенциальной, свободной емкости рынка;
- Построение долгосрочного прогноза емкости рынка в 3 сценариях (на основе данных экспертов);
- Детальная и структурная оценка импорта и экспорта;
- Обзвон конкурентов с целью выявления скрытой информации (например, цен на товары т.д.);
- Поиск и обзвон покупателей с целью выявления потребностей, возможных объемов закупок, требований к ним;
- Поиск и обзвон поставщиков сырья с целью обоснования сырьевой базы проекта;
- Построение логистики сбыта продукции;
- Анализ каналов сбыта продукции;
- Анализ правовых и юридических аспектов ведения бизнеса;
- Анализ объявлений по аренде или продаже помещения;
- Анализ входных барьеров входа на рынок;
- Разработка детальной стратегии компании (по слиянию, поглощению, модернизации, расширения и т.д.);
- Разработка маркетингового бюджета в деталях для каждого региона сбыта и т.д.
- Анализ рисков развития компании;
- Создание базы данных по конкурентам, поставщикам сырья, покупателям с результатами обзвона и т.д.

Для формата «Престиж» детальное исследование производится по базовой схеме (3;3;3;3;3):

- в рамках **3 и более направлений бизнеса** (например, выращивание КРС – 1 направление; переработка мяса в колбасы, мясные деликатесы, консервы и т.д. – 2 направление; переработка молока – 3 направление, производства комбикормов – 4 направление);
- в рамках **3 сценариев прогнозирования емкости рынка** (пессимистический, нейтральный, оптимистический);
- в рамках **3 сегментов рынка** (т.е. в целом по рынку и в разрезе сегментации на премиальный, средний и эконом сегмент);
- в рамках **3 и более рынков сбыта** (расчеты производятся для трех и более рынков сбыта в разрезе каждой продуктовой группы, например, Калужская область, Ивановская и Кировская область);
- в рамках **3 и более продуктовых групп** (например, продукты переработки мяса КРС – 1-ая продуктовая группа, продукты переработки молока (пастеризованное молоко, сметана, сыры) – 2-ая продуктовая группа, производство комбикормов – 3 продуктовая группа).

Заказчик может **ИЗМЕНИТЬ СХЕМУ ИССЛЕДОВАНИЯ**, уменьшить рынки сбыта, сценарии развития и т.д.

Цена каждого проекта рассчитывается индивидуально: может быть как ниже, так и выше базовой цены в зависимости от сложности проекта, комбинации (x;y;z;f;g), где x-количество направлений, y-количество сценариев развития, z – количество сегментов рынка; f-количество рынков сбыта, g- количество продуктовых групп.