

Центр исследований
Big Fish Consulting



Что такое Big Fish?



- **Big Fish** – это компания, которая специализируется на решении маркетинговых задач для продвижения товаров и услуг.
- **В нашей команде** – профессионалы-практики (в том числе социологи и психологи), работающие с международными и локальными брендами на рынках Беларуси, России, Украины и других стран с 1995 года.
- **Клиенты Big Fish** – компании с самыми смелыми амбициями и лидерским потенциалом. Наша цель – помочь этот потенциал реализовать.
- **Победы клиента** – это подтверждение нашего профессионализма и победа нашей общей команды.

Исследования для результата

Для того, чтобы сформулировать маркетинговую стратегию, необходимо детально разбираться в рыночной ситуации, знать сильные и слабые стороны Вашей компании, а также четко представлять, чего хочет потребитель.

Необходимую для понимания рынка и потребителя информацию можно получить в результате маркетинговых исследований, которые проводят специалисты компании Big Fish Consulting.



Исследования Big Fish Consulting





Все исследования, проводимые нашей компанией, основаны на передовых методиках, адаптированных к локальным рынкам.

Результат нашей работы – подробный аналитический отчет, дающий информацию для принятия маркетинговых решений, а не набор сухих цифр или разрозненных фактов.



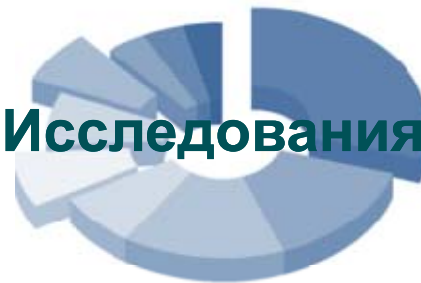
Клиенты/
потребители



Конкуренты

Исследования

Коммуникации



Рынок

Персонал



Клиенты/ потребители

- Психографическое сегментирование
- Глубинные интервью
- Фокус-группы
- Опросы
- Hall-tests



Изучение потребителей: психографическое сегментирование

Компания Big Fish Consulting проводит психографическое сегментирование потребителей, изучая не только их социально-демографические особенности, но и уделяя внимание жизненному стилю, увлечениям, ценностям и привычкам потребления.

Представители среднего класса, полноценный бизнес-класс



Уделяют большое внимание окружающей их среде, соседям



Хотят, чтобы дети росли в достойном окружении



Результат: В итоге исследования Заказчик знает не только о возрасте и семейном положении своей целевой аудитории, но ещё об увлечениях, ценностях, стиле жизни. Поэтому получает возможность в коммуникационных сообщениях делать акцент на том, что важно для потребителя.

Глубинные интервью и фокус-группы

Компания Big Fish Consulting проводит качественные исследования - глубинные интервью и фокус-группы - с привлечением профессиональных психологов, которые помогают получить информацию о скрытых потребительских отношениях и предпочтениях.



Результат: Заказчик получает информацию о скрытых мотивах поведения потребителей и их желаниях.

Глубинные интервью и фокус-группы

Применение результатов исследования:

- Определение критериев потребительского выбора;
- Определение восприятия потребителями рынка, позволяющее выявить потенциальную нишу для нового продукта;
- Оценка эффективности позиционирования товара;
- Разработка концепции нового товара;
- Оценка дизайна упаковки;
- Описание имиджа торговых марок;
- Выявление мотивов поведения потребителей;
- Определение сценария совершения покупки;
- Разработка рекламных концепций;
- Оценка эффективности рекламных или PR-кампаний;
- Разработка опросного листа для проведения количественных исследований.



Общереспубликанские исследования

Общереспубликанские исследования дают достоверные данные о мнении всех жителей Беларуси.

Опрос проводится методом личных интервью или методом телефонного опроса.

Опросы проводятся:

- По месту жительства;
- По месту работы;
- В местах продаж;
- Hall-тесты.

Респондентами могут выступать:

- Физические лица (рынок B2C);
- Представители юридических лиц (рынок B2B).

Количество респондентов, их распределение по регионам и населенным пунктам определяется по принципам республиканской репрезентативной выборки.



Общереспубликанские исследования

Этапы исследования:

1. Разработка и согласование с Заказчиком анкеты для проведения исследования.
2. Подбор и тренинг персонала.
3. Проведение опроса.
4. Статистическая обработка данных.
5. Подготовка аналитического отчета.



Результат: Аналитический отчет, включающий в себя количественный отчет и описательную часть (с рекомендациями консультантов компании Big Fish Consulting).

Hall-test



Hall-test — метод исследования, в ходе которого довольно большая группа людей (до 100-400 человек) в специальном помещении тестирует определенный товар и/или его элементы (упаковку, рекламный ролик и т. п.), а затем отвечает на вопросы (заполняет анкету), касающиеся данного товара.

Применение:

- Оценка потребительских свойств товара по разным тестируемым характеристикам с целью их улучшения;
- Оптимизация рекламной кампании при тестировании элементов рекламных обращений;
- Получение информации о поведении потребителей (определяются критерии выбора, частота и объем потребления марок изучаемой товарной группы).

Разработка методологии



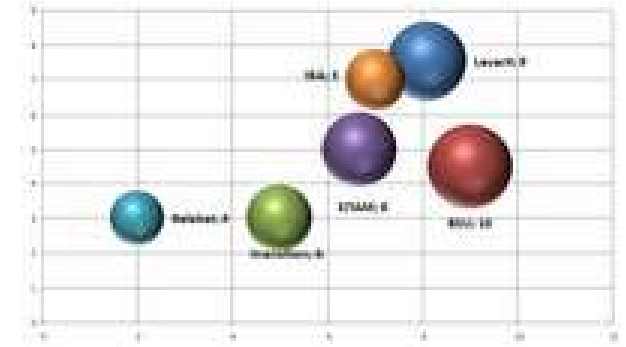
Кроме проведения маркетинговых исследований, компания Big Fish Consulting также разрабатывает методологию и материалы для проведения компаниями самостоятельных исследований.

По необходимости может быть также оказана помощь в обработке и интерпретации данных, полученных собственными силами компании и от других маркетинговых компаний.

Конкуренты



Конкурентный анализ



Компанией Big Fish Consulting используется методика, позволяющая проводить конкурентный анализ и на его основании выделять сильные стороны компании, выгодно отличающие ее от конкурентов.

Также компанией Big Fish Consulting проводится конкурентный анализ с использованием метода семантического дифференциала. Исследование дает информацию об отношении потребителя к компании (бренду) в сравнении с конкурентами.

Конкурентный анализ



Задачи:

- Определение рыночных долей;
- Сравнительный анализ участников рынка;
- Определение сильных и слабых сторон каждого участника рынка;
- Разработка мероприятий, связанных с повышением конкурентоспособности предприятия;
- Сравнение уровня качества обслуживания;
- Анализ цен конкурента на товары и услуги;
- Анализ маркетинговой и рекламной активности, PR.

Результат: Аналитический отчет о состоянии конкурентной среды.

РЫНОК

- Анализ рынка
- Retail audit



Анализ рынка

На основании данных из первичных и вторичных источников, компания Big Fish Consulting проводит анализ рынка.

Задачи:

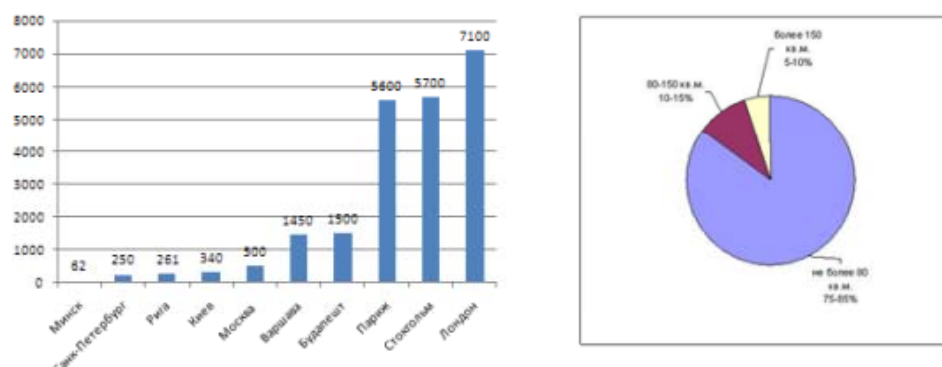
- Оценка объема и структуры рынков;
- Определение свободных товарных ниш;
- Оценка существующих тенденций на рынке;
- Прогнозирование его развития.

Изучение и анализ рынка

может включать:

- Различные виды опросов;
- Экспертные интервью;
- Кабинетные исследования по вторичным данным.

Рынок недвижимости: Офисная недвижимость



Результат: Понимание состояния рынка и тенденций его развития.

Retail Audit

Retail Audit (аудит розничной торговли) — это исследование, включающее анализ ассортимента, цен, дистрибуции, рекламных материалов в розничных точках по исследуемой товарной группе.



Аудит розничной торговли позволяет получить информацию о том, какие марки продукта представлены в продаже, насколько они доступны (то есть во всех ли магазинах представлены), по какой цене и в каких объемах продаются.

При помощи этих данных можно:

- Определить объем и доли рынка;
- Провести сравнительный анализ различных товаров и различных участников рынка;
- Выявить незанятые ниши и разработать новые продукты;
- Скорректировать позиционирование существующей и разработать основу позиционирования новой продукции.

Персонал



Mystery Shopping

Методика Mystery Shopping используется для оценки качества работы службы сервиса и степени соблюдения ею корпоративных стандартов качества.

Исследования, проводимые Big Fish Consulting, состоят из следующих этапов:

- 1) Изучение фирменных стандартов компании.
- 2) Разработка и согласование анкет.
- 3) Легендирование.
- 4) Подбор и обучение персонала.
- 5) Согласование графика визитов.
- 6) Проведение визитов.
- 7) Подготовка ежемесячного отчета по итогам проведенной работы.



Результат: Заказчик получает не только отчет по соблюдению сотрудниками стандартов, но и рекомендации по улучшению качества обслуживания.

Mystery Shopping



Задачи, которые решает методика Mystery Shopping

- Оценка качества обслуживания клиентов, его сильные и слабые стороны;
- Оценка знаний персонала о реализуемых товарах, продуктах, услугах, оценка профессиональных качеств, отношения к клиентам;
- Оценка лояльности персонала к компании;
- Контроль степени выполнения персоналом существующих стандартов;
- Корректировка системы обучения персонала;
- Определение позиций компании среди конкурентов по интересующим показателям работы персонала;
- Стимулирование продаж.

Коммуникации

- Брендинг
- Тестирование рекламы



Брендинг



- **Изучение степени известности бренда;**
Определяется степень известности бренда, в том числе вспоминание его потребителями спонтанно и после подсказки.
- **Исследование восприятия бренда;**
Изучение восприятия бренда позволяет понимать, каким видят бренд клиенты, почему выбирают его, как относятся к нему и каким ценностями наделяют.
- **Изучение лояльности потребителей;**
Изучение лояльности потребителей и сегментирование их в зависимости от степени лояльности.
- **Brand-mapping;**
Изучение восприятия бренда относительно конкурентов потенциальными и реальными потребителями и структуры возникновения предпочтения.

Результат: Результаты исследования бренда позволяют оценить адекватность используемой маркетинговой и коммуникативной стратегии, а также проводить её целенаправленную и осознанную коррекцию.

Тестирование рекламы (pretests, posttests)

Тестирование рекламных сообщений (видеороликов; аудиороликов; печатных макетов; наружной рекламы; рекламных баннеров) проводится с использованием методики, позволяющей оценить:

- Понимание рекламного сообщения;
- Эффективность коммуникации с потребителем;
- Отношение к рекламному материалу;
- Вовлеченность потребителей;
- Запоминаемость;
- Оценку продукта, желание купить.



Результат: Заказчик может принимать решение о запуске рекламной кампании на основании измеряемых данных либо иметь возможность внести изменения в рекламное сообщение на основании мнения целевой аудитории, а не догадок и субъективной оценки. Посттесты позволяют оценить эффективность проведенной рекламной кампании.

Мы придерживаемся персонального подхода



Каждый клиент важен для нас, поэтому каждому мы предлагаем именно то, что может помочь в работе с учетом специфики компании и будет на самом деле жизнеспособным.

Мы предлагаем не сухие графики и цифры, а работающие инструменты.

Все наши исследования комментируются консультантами компании, в результате чего Заказчик получает не только результаты исследований, но и рекомендации по ведению успешной маркетинговой политики компании.

Мы приглашаем Вас к сотрудничеству!



Мы будем рады встретиться с Вами и более подробно обсудить возможности сотрудничества. И если у Вас возникнут какие-то вопросы, мы с удовольствием на них ответим. Вы можете связаться с нами любым удобным для Вас способом.

тел: +375 17 200-55-59;
+ 375 44 772-02-91.

e-mail: bfc@bigfish-consulting.com

web: www.bigfish-consulting.com

Нам уже доверили свои проекты компании:



Производитель медицинских препаратов



Официальный представитель SAP в Беларуси



Коммерческий банк



Официальный дилер марки KIA



Лидер рынка в сфере разработки и производства рекламного оборудования и средств визуальной коммуникации



Сеть школ иностранного языка в РФ



Официальный дилер марки BMW



Официальный дилер марки Ford



Крупнейший в РБ производитель бильярдных столов



Официальный дилер марки Mitsubishi



Сеть магазинов строительных и отделочных материалов



Оператор сотовой связи



Производитель продуктов питания



Официальный дилер марки Volkswagen

Спасибо за внимание



тел. +375 17 200-55-59

+ 375 44 772-02-91;

e-mail: bfc@bigfish-consulting.com

web: www.bigfish-consulting.com