

Маркетинговые исследования в кризис

Антон Морин

Директор по работе с клиентами Ipsos

8 февраля 2016 г.



Антон Морин

15+ лет в исследованиях на агентской и клиентской стороне:

2000-2006: MASMI, Ipsos Russia (Market research manager);

2006-2011: Билайн (Expert, Head of B2B research);

2011-2014: Tele2 (Head of research);

2015 по настоящее время: Ipsos Russia

Специализация:

IT и Телеком, Финансы, FMCG

Образование:

Московский государственный горный университет;

British College of Banking and Finance;

British High School of Art and Design

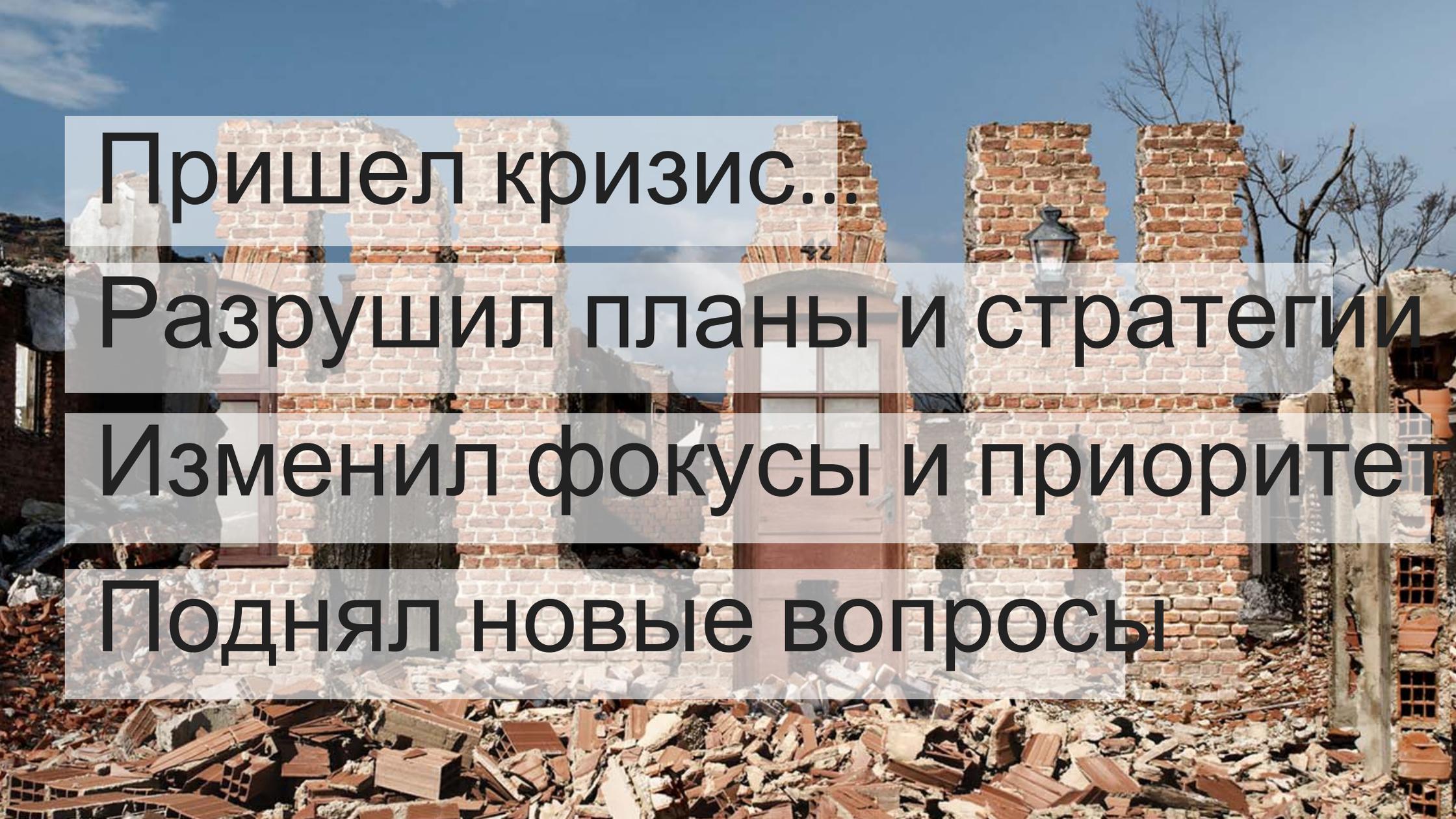


Одно из крупнейших мировых маркетинговых агентств с 40-летней историей и офисами в 87 странах мира:

- Проведение личных интервью
- Холл-тесты
- Трекинговые проекты
- Исследования покупательского поведения (Shopper, Eye-tracking)
- Проведение телефонных интервью (CATI)
- Интервьюирование менеджеров высшего звена, элиты и владельцев бизнеса

Ключевые сектора рынка:

- Потребительские товары ежедневного спроса
- Автомобильный рынок
- Поведение покупателей
- Товары длительного использования и сервисы
- Медицинский и фармацевтический рынки

A photograph of a destroyed brick building. The foreground is filled with a large pile of rubble, including broken bricks and debris. The building's facade is partially destroyed, with several vertical brick pillars remaining. A wooden door is visible in the center, and a black lantern-style light fixture is mounted on one of the brick pillars. The sky is clear and blue.

Пришел кризис...

Разрушил планы и стратегии

Изменил фокусы и приоритет

Поднял новые вопросы

Google

Как быстро найти информацию в интернете

скорее

Google Search

I'm Feeling Lucky

A scythe with a curved metal blade and a wooden handle lies on a field of green grass and yellow flowers. The blade is dark and shows signs of use. The handle is light-colored wood. The background is a dense field of similar vegetation.

Старые решения не работают

Надо искать новые...



Кризис — в
головах



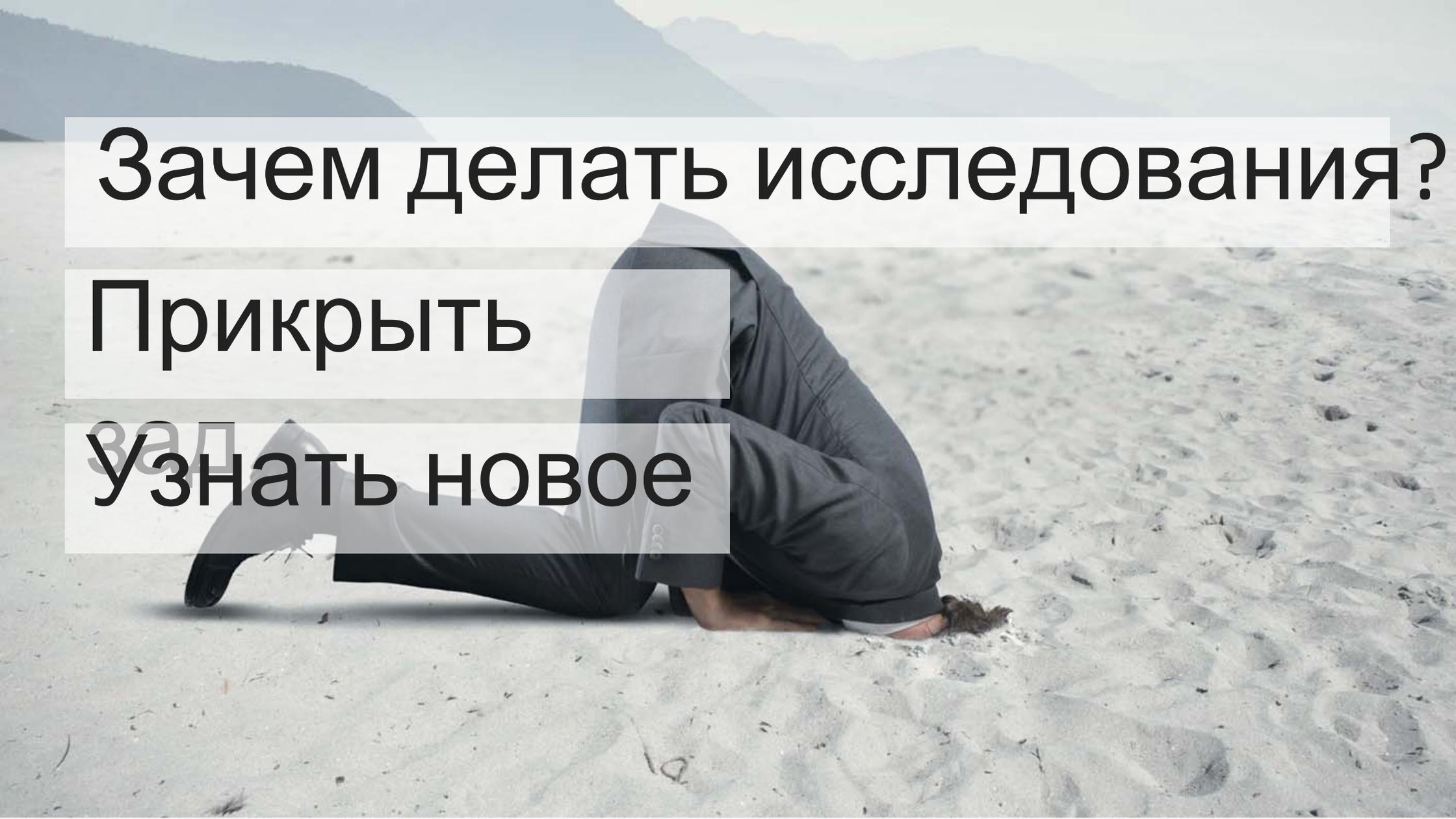
Знания о рынке

Опыт в категории

Потребность

Мотивы

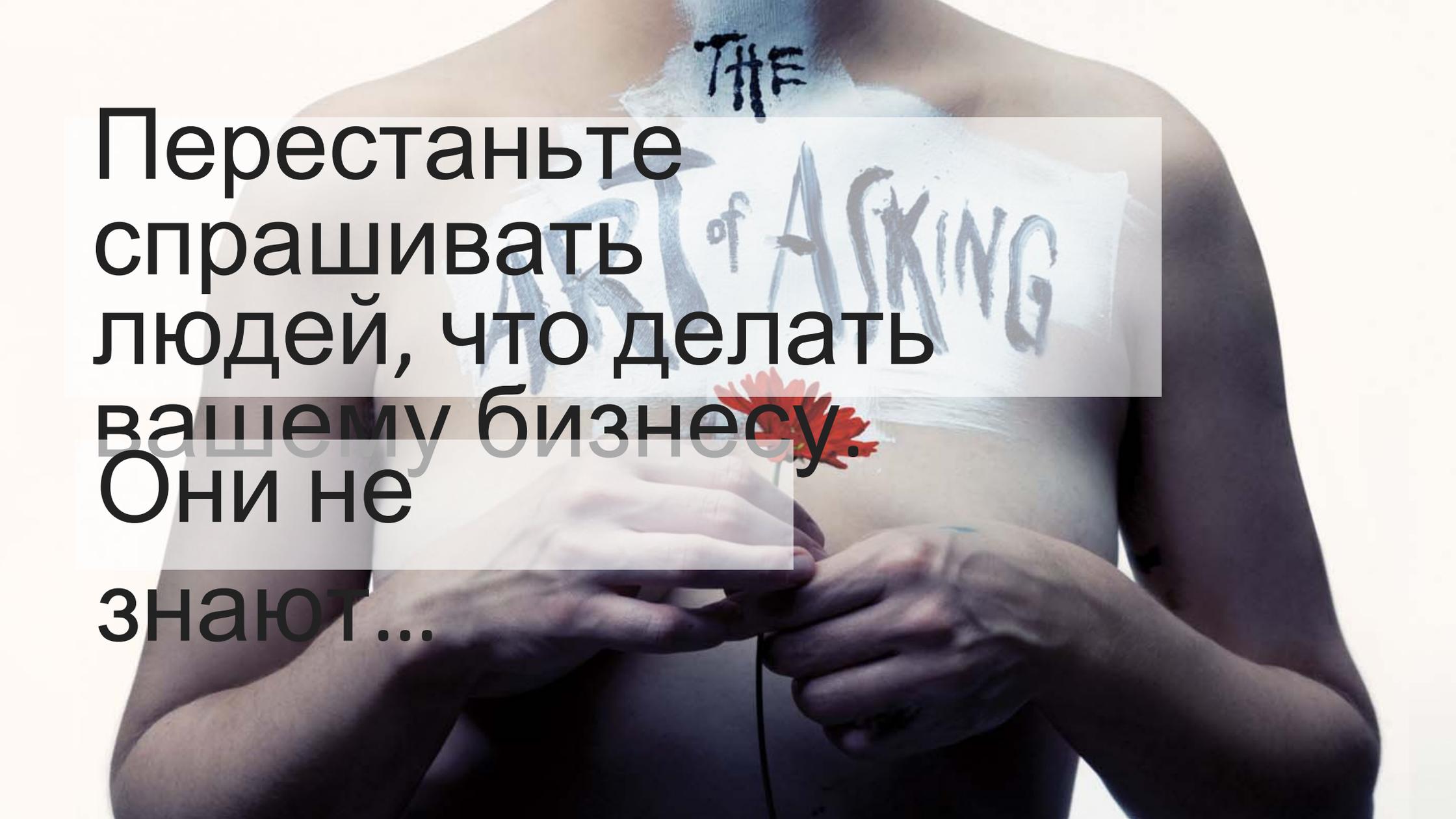
Убеждения

A person in a dark suit is crawling on their hands and knees on a sandy beach. The person's head is buried in the sand, and their body is hunched over. In the background, there are mountains under a clear sky. The overall scene suggests a state of despair or a desperate search for something.

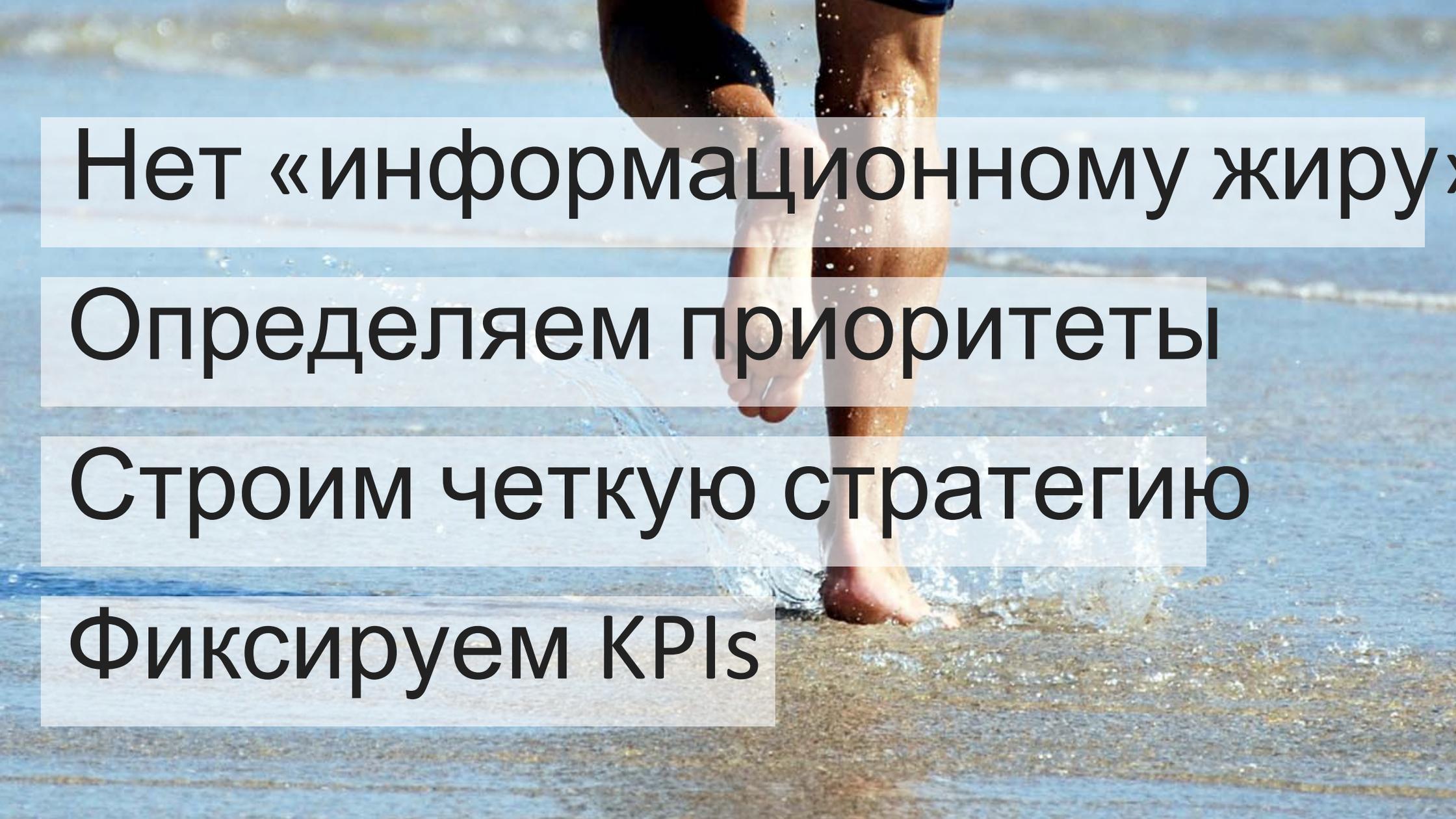
Зачем делать исследования?

Прикрыть

**зад
Узнать новое**

A photograph of a person's bare torso. On their upper chest, there is a tattoo that reads "THE ART of ASKING" in a stylized, hand-painted font. The word "THE" is at the top, "ART" is in the middle, and "of ASKING" is at the bottom. A red flower is pinned to the person's chest, partially overlapping the tattoo. The person's hands are visible at the bottom, holding the stem of the flower. The background is plain white.

Перестаньте
спрашивать
людей, что делать
вашему бизнесу.
Они не
знают...

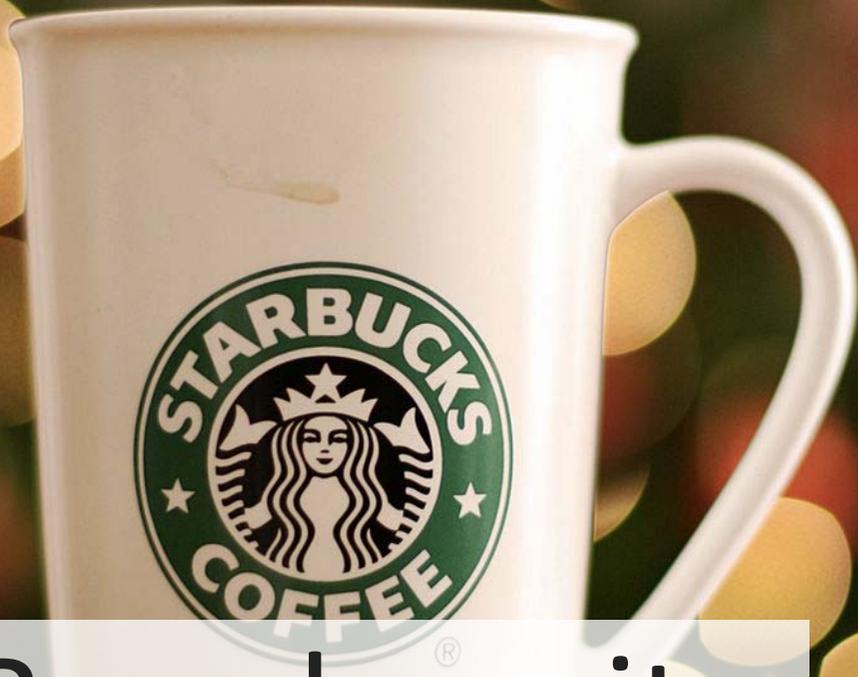
A close-up, low-angle shot of a person's legs running on a sandy beach. The person is wearing dark shorts. Their feet are splashing through shallow water, creating white foam and droplets. The background shows the ocean waves and a clear sky.

Нет «информационному жиру»

Определяем приоритеты

Строим четкую стратегию

Фиксируем KPIs



Brand equity



Дискаунтер



Информация обесценивается

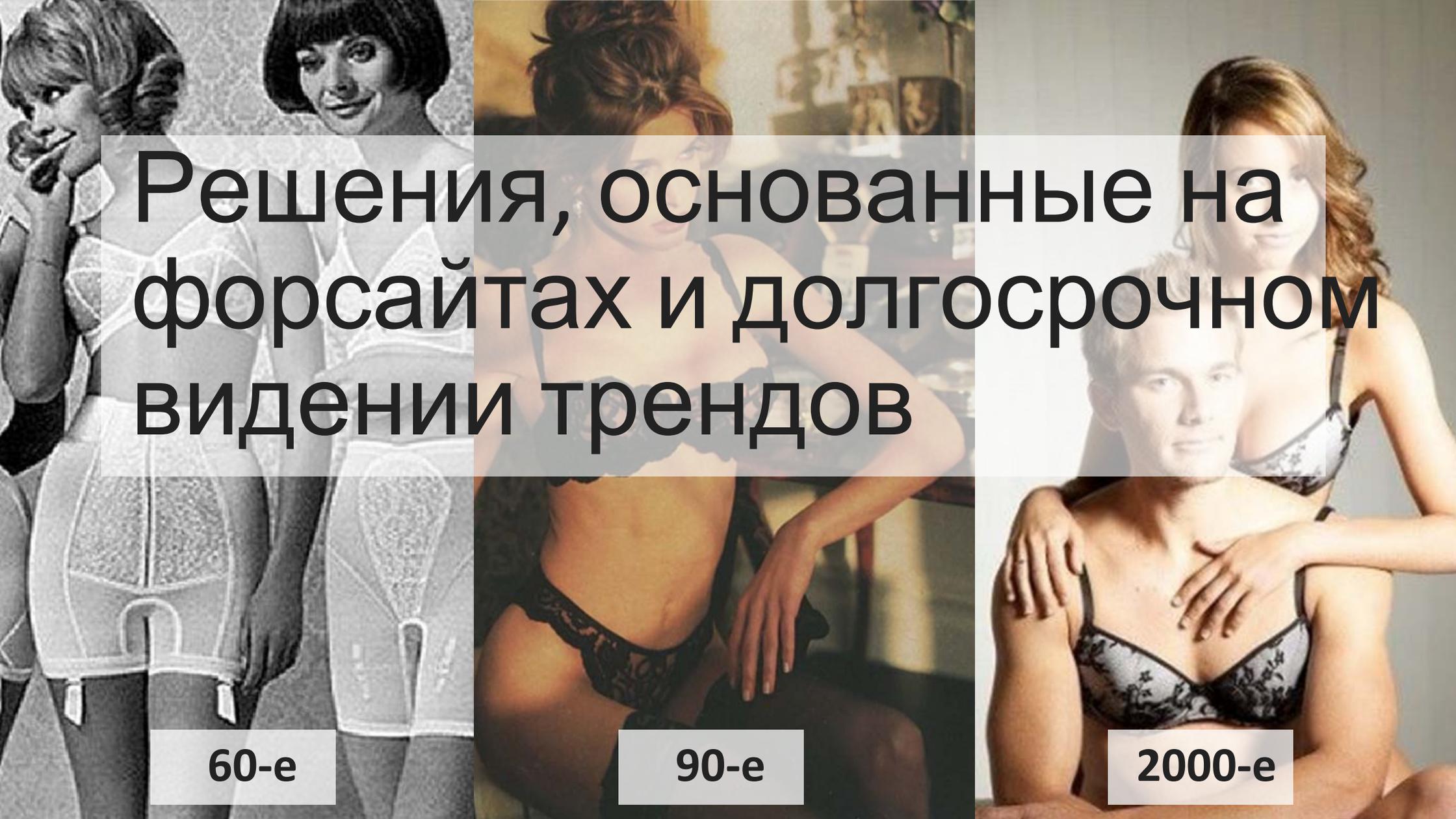
Важность аналитики

Знание без действия=провал



Управлять компанией, глядя в
зеркало заднего вида–странный

OBJECTS IN MIRROR ARE CLOSER THAN THEY APPEAR

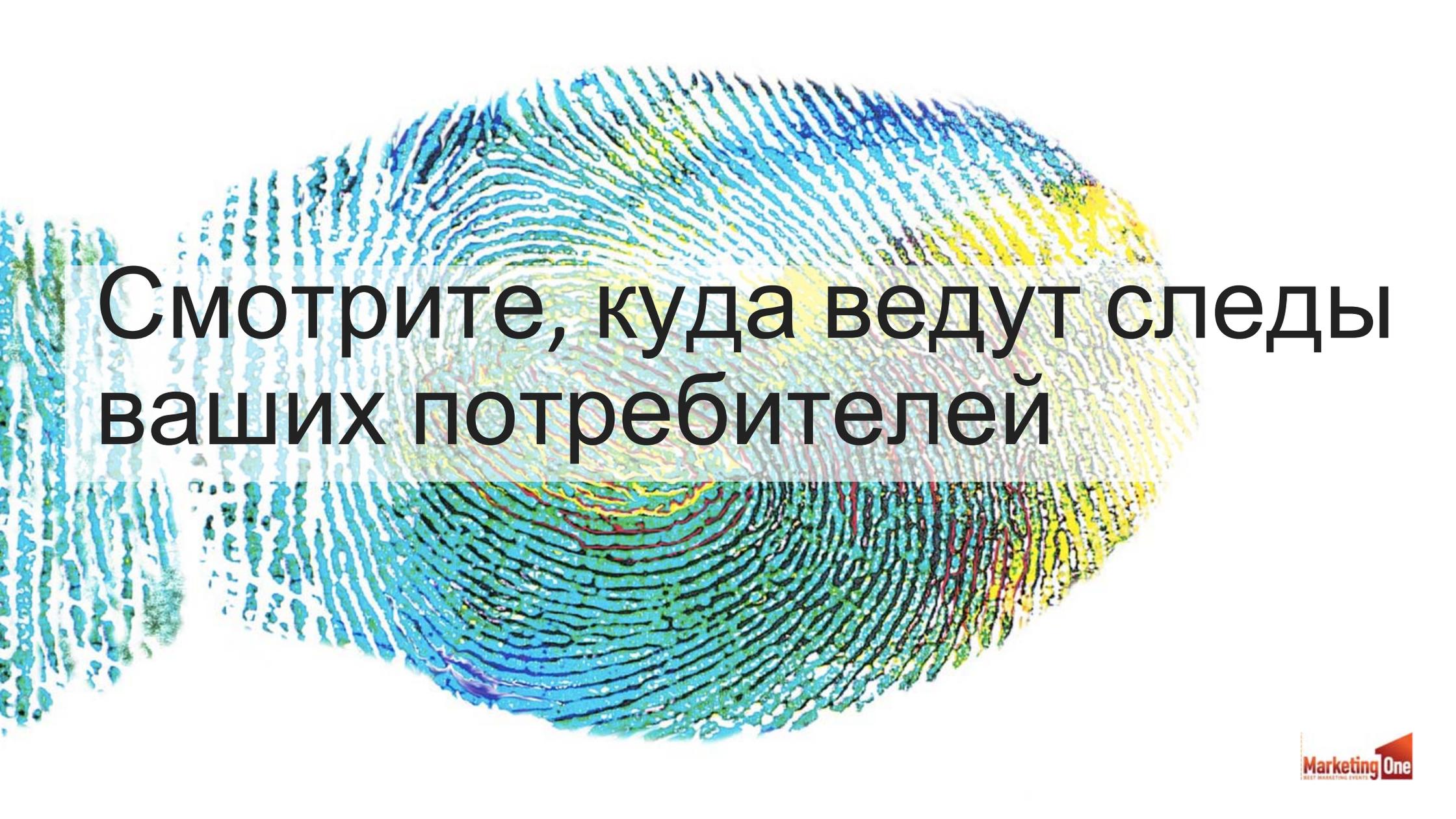


Решения, основанные на
форсайтах и долгосрочном
видении трендов

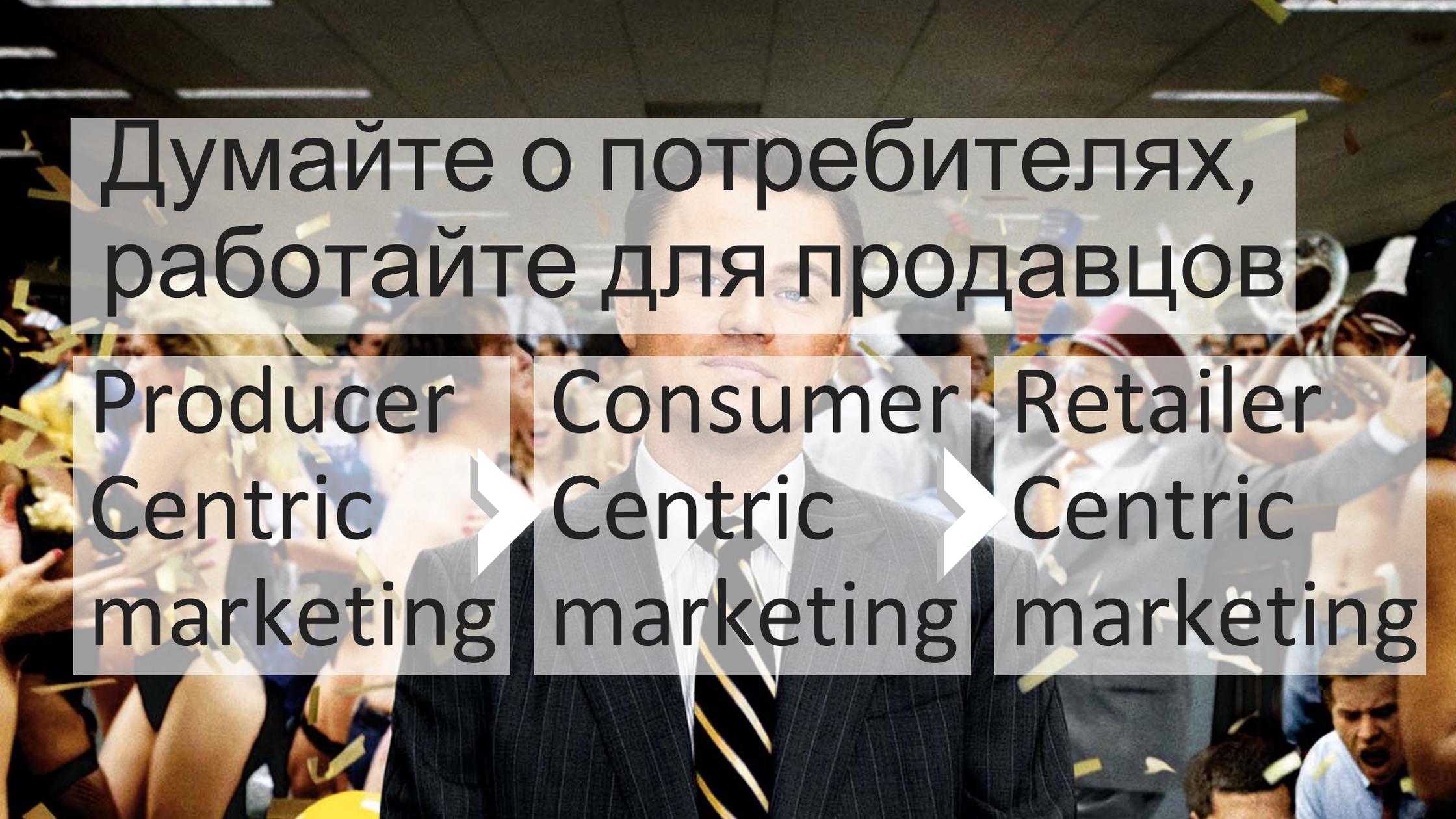
60-е

90-е

2000-е



**Смотрите, куда ведут следы
ваших потребителей**

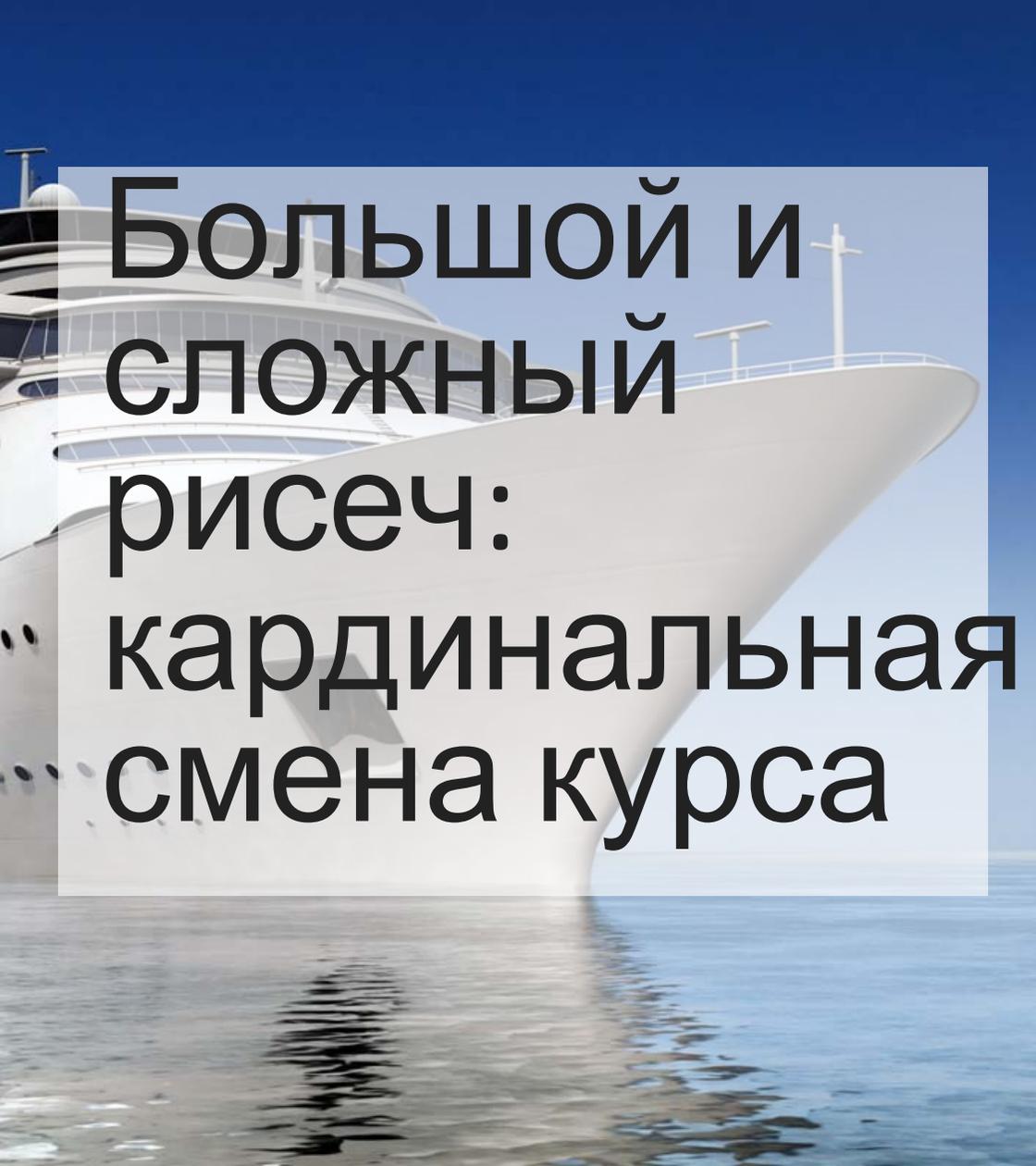


Думайте о потребителях,
работайте для продавцов

Producer
Centric
marketing

Consumer
Centric
marketing

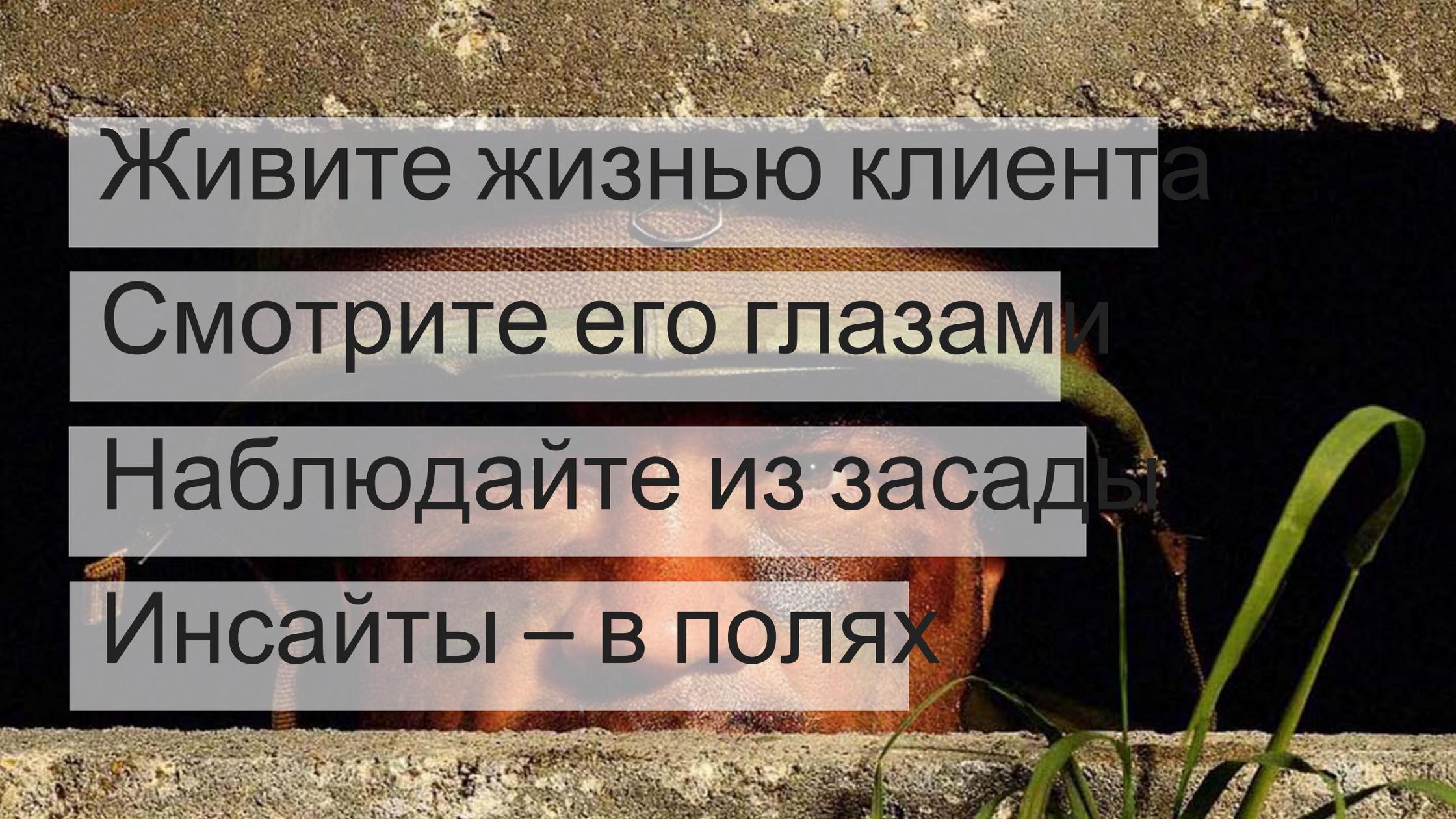
Retailer
Centric
marketing



Большой и
сложный
рисеч:
кардинальная
смена курса



Серия быстрых
и компактных
тестов, ворк-
шопов,
решений



Живите жизнью клиента

Смотрите его глазами

Наблюдайте из засады

Инсайты – в полях

Кризис – в головах. А что в головах ваших клиентов?
Фокус внимания: прикрываем зад или ищем инсайты?
Задаем «правильные» вопросы своей аудитории.
Сгоняем «информационный жир», строим стратегию.
Позиционирование: дешево и сердито vs. brand equity
Информационный избыток: упрощаем и действуем!
Как управлять компанией: backtrend или foresight?
Фокус на построение отношений с продавцами!
Мелкими шагами большим результатам.
Все инсайты – в полях: наблюдаем за клиентом.

Всегда рад общению:



+7 (926) 326 5666
anton@morin.ru

