



Ясный взгляд на перспективу

Версия от 25.08.2008 г.

О компании

«Дьюмаркс» — первая маркетинговая компания на российском рынке объединившая в себе технологии due diligence и маркетинга.

Наша работа основана на использовании технологий экономической разведки в проведении маркетинговых исследований. Понимание, что исследования основанные на открытых источниках и экспертных оценках не могут составить полную картину о рынке, компаниях и потребителях, послужило поводом для создания компании «Дьюмаркс». Успешное совмещение двух технологий для достижения одной цели, позволило повысить достоверность информации и выработать нестандартные подходы для решения поставленных задач.

Почему Дьюмаркс?

Богатый опыт в экономической разведке позволяет нам решать самые сложные и нестандартные задачи в области маркетинговых исследований, что считаем основной отличительной особенностью DUEMARX. Помимо этого нашими конкурентными преимуществами являются:

- использование оперативных навыков сбора информации;
- использование уникальных технологий анализа информации (data-mining и text-mining и т.п.);
- огромный архив бизнес-справок на компании и персоны, полученные в результате многолетней деятельности компании «Р-Техно»¹ — основного стратегического партнера DUEMARX;
- доступ к российским и зарубежным информационным ресурсам.

Главные задачи компании

- обеспечение конкурентного превосходства наших заказчиков;
- снижение и предотвращение потребительских рисков;
- выстраивание для заказчика эффективной стратегии завоевания потребителя;
- содействие в формировании и удержании рынка.

1. «Р-Техно» — агентство экономической разведки, см. сайт <http://r-techno.com>

DUEMARX для руководителей и маркетологов

Рыночное исследование

Такие исследования помогают сориентироваться на рынке, на котором заказчик хочет реализовать свою продукцию, и выявить факторы, воздействующие на данный рынок. Результатом данных исследований является определение участников рынка, как они действуют на интересующем нас рынке, какие фирмы и организации могут оказать содействие предприятию в продвижении его продукции на выбранных рынках, кто и как может противодействовать коммерческой работе.

Исследование отечественных рынков

- динамика рынка и его объемы;
- основные показатели рынка (структура рынка, сегменты, игроки);
- тенденции развития и потенциал роста рынка;
- приоритетные направления развития рынка;
- определение объективных факторов влияющих на развитие рынка;
- определение субъективных факторов влияющих развитие рынка;
- механизм государственного регулирования внутреннего рынка;
- поиск ниш для новых продуктов, услуг на исследуемом рынке;
- выявление долей конкретных товаров и марок на рынке;
- анализ СМИ по конкретному сегменту рынка.

Исследование зарубежных рынков

- особенности социально-экономической структуры зарубежного рынка;
- выявление производственных мощностей;
- изучение потоков экспорта и импорта продукции по различным регионам;
- определения емкости внешнего рынка (применительно к каждой стране);
- изучение тенденций и перспектив рынка;
- определение целевой аудитории потребителей товаров и услуг;
- поиск и привлечение партнеров по распространению продукции или услуг в новом регионе.

Потребители товаров и услуг

Потребители товаров и услуг, это настоящие и потенциальные покупатели продукции.

Исследование позволяет специалистам в области маркетинга предвидеть возможные действия потребителя и разрабатывать комплекс мер для повышения удовлетворения потребностей клиентов и обеспечения прибыли предприятия.

Компания DUEMARX готова обеспечить:

- выявление целевой аудитории потребителей товаров и услуг;
- выявление перспективных сегментов потребителей;
- изучение структуры спроса и потребления продукта;
- выявление удовлетворенности качеством обслуживания или товара;
- изучение лояльности потребителей к продукту, брендам;
- изучение мотиваций и предпочтений потребителей;
- изучение готовности потребителей к тратам;
- составление маркетинговой базы потенциальных потребителей;
- социальные и географические особенности групп потребителей;
- составление портрета потребителя.

Конкуренты

Детальное знание потребителя является важным, но недостаточным фактором для достижения успеха, поскольку на рынке действуют другие компании, которые могут в чем-то превосходить, следовательно, обладать преимуществами в конкурентной борьбе. Своевременная информированность о сильных сторонах конкурента позволит найти новые пути стратегического развития для собственной компании.

Если в процессе изучения деятельности конкурента, будут обнаружены недостатки и упущения в его работе, то это позволит создать более привлекательные для потребителя, коммерческие предложения.

Конкурентное исследование включает:

- основные игроки, их доля на рынке;
- выявление структуры и истории развития компании;
- динамика развития, финансовые показатели, обороты компании;
- выявление клиентов и поставщиков компании-конкурента;
- изучение стратегий и методов продвижения фирмы;
- анализ положения компании на рынке;
- планы, перспективы развития компании;
- брендинг, выявление сильных и слабых сторон конкурентов;
- исследование ценового и товарного предложения конкурентов;
- изучение имиджа, известности брендов конкурентов;
- исследование рекламно-маркетинговой активности конкурентов;
- сбор выпускаемых конкурентом проспектов, рекламных объявлений, материалов выставок и ярмарок.

Исследование оформляется в виде «бизнес-справки на фирму», каждый раздел является неотъемлемым звеном в цепочке и формируется в определенной последовательности по мере выявления информации. При этом справка может быть краткой, полной, развернутой и сжатой в зависимости от широты охвата вышеперечисленных вопросов.

Партнеры, посредники, дистрибьюторы

Завоевать рынок, невозможно сотрудничая со слабыми и ненадежными партнерами.

Поэтому, выбор компании, с которой придется выходить на новые рубежи одна из задач, с которой DUEMARX успешно справляется. Залогом успеха является огромный архив бизнес-справок, накопленный коллективом с 1999 года. Вторая составляющая успеха уникальные технологии слежения, мониторинга отраслевых рынков, что позволяет заказчикам DUEMARX всегда быть в курсе последних изменений и оперативно принимать меры в случае приближения кризисных ситуаций.

Предлагаемая компанией DUEMARX комплексная система подбора потенциальных партнеров поможет:

- подобрать надежных деловых партнеров;
- выйти на лиц, принимающих решения;
- выявить контакты для связи.

Сотрудничество с DUEMARX обеспечит Вам взаимодействие с сильнейшими участниками рынка.

Для обеспечения долгосрочных отношений, принцип «Знай своего партнера» должен являться основополагающим. Для это DUEMARXом разработан информационный продукт отвечающий на следующие вопросы:

- платежеспособность компании, ее финансовое положение;
- взаимодействие с деловыми партнерами;
- наличие задолженностей;
- участие в судебных процессах;
- условия сотрудничества с другими контрагентами;
- репутационный мониторинг;
- мониторинг деятельности партнеров;
- разработка психологического портрета для успешных переговоров и т.д.

Продвижение компании

Брендинг

Принцип «как корабль назовешь, так он и поплывет», действует и в бизнесе. Оригинальное легко запоминающееся название продукта, на долгое время закрепляется в сознании потребителя. Брендинг-универсальное средство для формирования успешного продукта, включающее в себя:

- нейминг (разработка коммерческого названия товара, услуги);
- разработка философии, легенды и миссии бренда;
- выработка наиболее успешного варианта исполнения логотипа, рекламы, упаковки;
- оценка, отношения потребителя к продуктам, брендам и компаниям;
- оценка элементов маркетинговой коммуникации (названия, логотипа, упаковки, рекламных материалов и т.п.).

Интернет-маркетинг

- разработка стратегии продвижения сайта в сети Интернет;
- выявление ресурсов, оптимальных для проведения маркетинговой кампании;
- оценка факторов, влияющих на эффективность маркетинговой кампании в сети Интернет;
- выявление целевой аудитории, её web-предпочтений.

Нестандартные методы продвижения

- вирусный маркетинг;
- партизанский маркетинг;
- блог-маркетинг.

DUEMARX для инвесторов

Инвестиционный маркетинг

- анализ инвестиционных предложений;
- оценка инвестиционной привлекательности рынка, его игроков;
- определение сценариев и оценка перспектив развития рынков;
- исследования обеспечивающие поддержку процессов слияния и поглощения (due diligence).

Инновационный маркетинг

- маркетинг проектов, поиск идей, направлений исследований;
- поиск перспективных НИОКРов;
- оценка рыночной и инвестиционной привлекательности НИОКРов;
- анализ привлекательности проектов, связанных с внедрением технологических новшеств и коммерциализацией технологий;
- выведение на рынок новых продуктов.

DUEMARX для политических задач

- краткосрочные и долгосрочные политические прогнозы;
- анализ ситуации в политических партиях и блоках;
- анализ наиболее важных избирательных кампаний в России;
- мониторинг социально-политических взглядов различных групп населения.

Контакты

г. Москва, Волгоградский пр., д.47
тел./факс: +7 (495) 723.01.19
e-mail: office@it2b.ru
www.duemarx.ru