

НОВЫЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА И НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ДЛЯ МАРКЕТОЛОГОВ: КАК ОТВЕЧАТЬ?

Безуглова М.
Заместитель генерального директора ГфК Русь
27 октября 2015

Эволюция стратегий маркетинга.
Как соответствовать новому этапу?

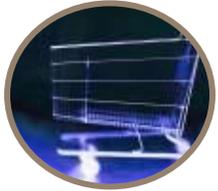
Изменения парадигмы маркетинга: от стратегии MARKET DRIVEN к MARKET DRIVING

3



“Хорошие компании прислушиваются к клиентам, стараясь удовлетворить их потребности. Великие компании создают рынки, которые покупатели даже не могут вообразить”. (Грегори Карпентер, Школа менеджмента Келлога)

“Market driving” компании...



Меняют индустрию через радикальные ИННОВАЦИИ



Создают инновации, предвидя БУДУЩЕЕ

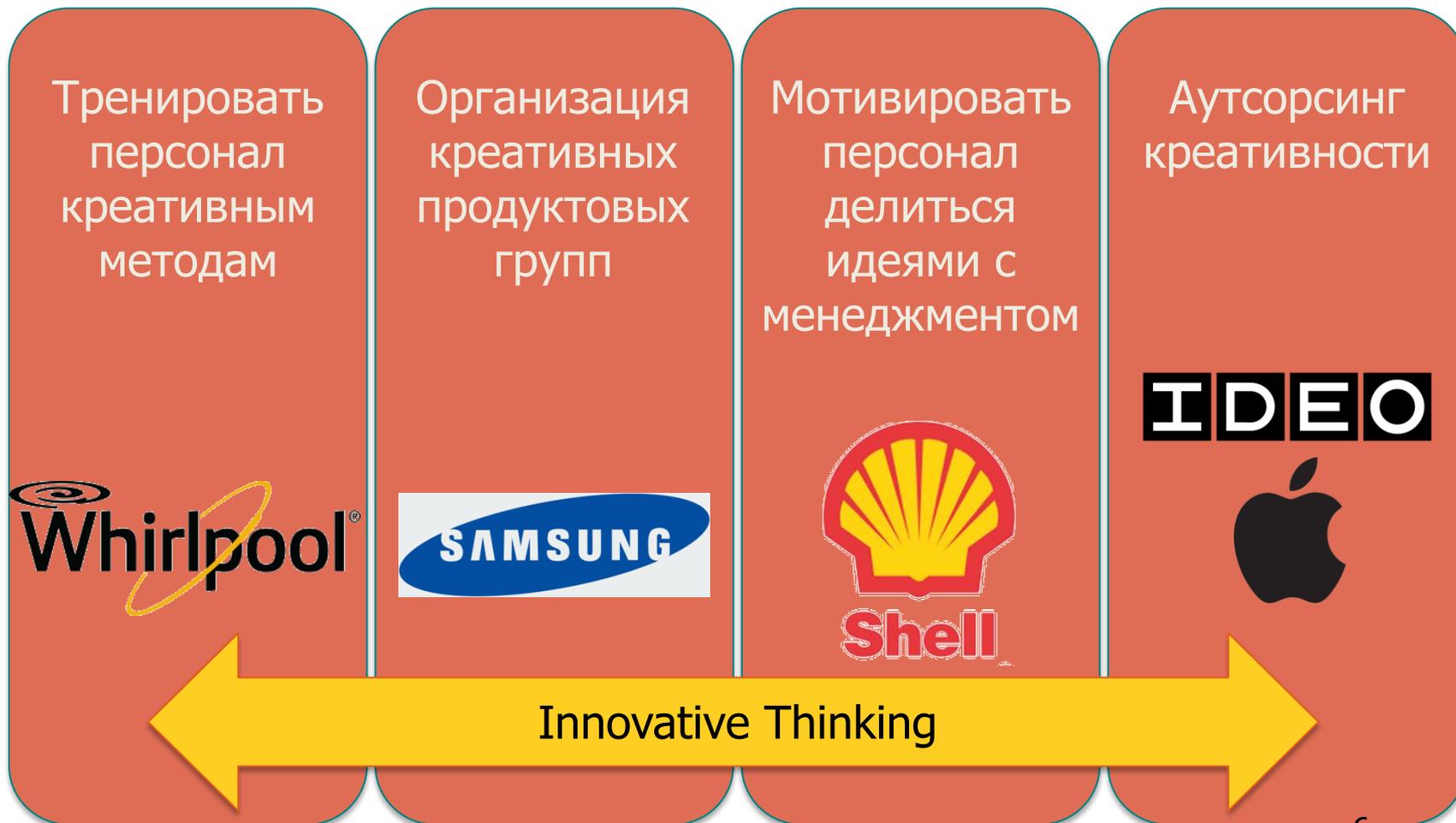


УЧАТ потенциальных потребителей понимать ценность нового предложения, а не просто следуют за потребностями

Как стать компанией, развивающей рынки?



Как практиковать “innovative thinking”



Маркетинговые исследования как способ
находить новые возможности на рынке.

Инструменты и методы



Количественный

- Полный спектр количественных методов исследования (телефон, интернет, F2F)
- В комбинации со статистическими методами: многомерный анализ, моделирование



Качественный

- Этнография
- Креативные группы
- Онлайн (блоги, форумы, креативные сообщества)



Развитие стратегии & планирование

- Интеграция инсайтов
- Разработка платформ бренда/ категории
- Воркшопы и мозговые штурмы
- Инструменты планирования действий & шаблоны



Инструменты GfK для разработки инноваций: Innovation Road Map



4 Cornerstones: основания аналитической модели GfK

Во всех ситуациях у людей есть иерархия потребностей: от базовых функциональных до конечных эмоциональных. В современном мире бренды должны апеллировать к эмоциональной составляющей потребностей.

Важность каждой из потребностей зависит от потребителя и ситуации, однако, все эти потребности можно сгруппировать в 4 основания (Cornerstones)



*Won't harm me,
Family or planet*

Security

Protect | Assurance



"I feel good"

Well-being

Vitality | Community



*"I'm/my loved ones
are worth it"*

Gratification

Pride | Enjoyment



*"Frees me for other
things"*

Freedom

Effortless | Choice

4 Cornerstone Drivers являются инструментом, позволяющим структурировать информацию и получить целостное представление о продуктах и рынке в целом.

GfK FuturePath выявление, оценка потенциала и приоритизация инновационных территорий



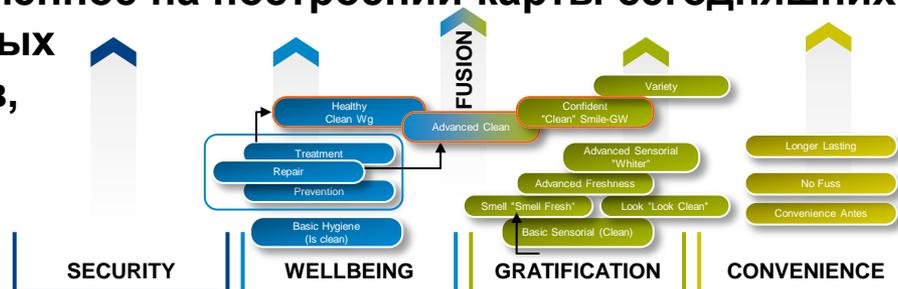
FutureScape



Фундаментальное исследование, нацеленное на построении карты сегодняшних и будущих приоритетных инновационных платформ, потребительских сегментов, ситуаций потребления, потребностей.

Исследование позволяет оценить количественно и приоритизировать

платформы и территории инноваций, подходящих для развития марки / бизнеса компании



GfK FuturePath помогает вам:

Определить какие группы потребителей являются наиболее привлекательными и доступными целевыми группами для развития марки



Определить территории будущих инноваций (эмоциональные и рациональные), которые соответствуют целевым сегментам, потребностям, ситуациям потребления



Оценить количественно размер и потенциал инновационных платформ / территорий



Сформировать черновой стратегический план активации выделенных территорий развития, платформ, сегментов



Структура исследования



It's about the headlights not the rear-view

