



МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

«ПО-ПАРТИЗАНСКИ»

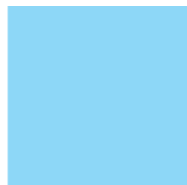
Ольга Тимофеева, заместитель декана по маркетингу экономического факультета ПГНИУ
Ксения Новикова, ведущий эксперт по маркетингу Пермского края



ECONOMY DAY
на экономе ПГНИУ



■ Как провести
маркетинговые
исследования с
«нулевым»
бюджетом?



Зачем Вам инструменты партизанского маркетинга?



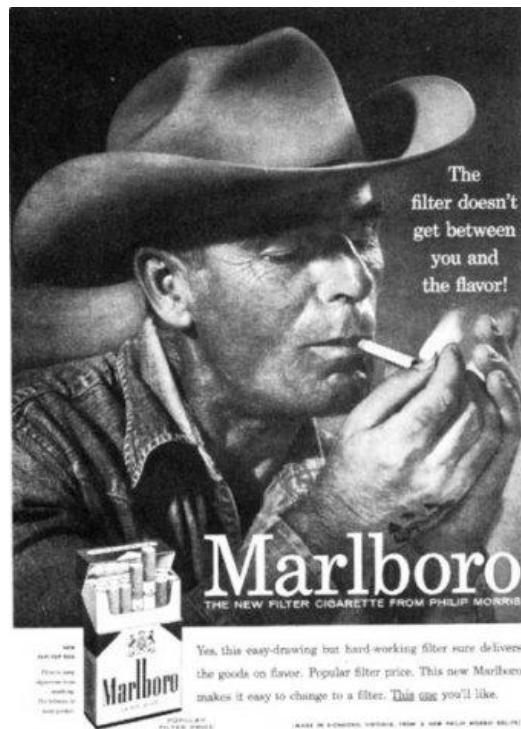
- Чтобы лучше понять своих клиентов и использовать это знание!
- Чтобы увеличить прибыль, получаемую с каждого существующего клиента!
- Чтобы наладить партнерские отношения с контрагентами!

ECONOMY DAY
на экономе ПГНИУ

ПАТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ: используй меньше денег, но больше мозгов!

ПАТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ — малобюджетные способы рекламы и маркетинга, позволяющие эффективно продвигать свой товар или услугу, привлекать новых клиентов и увеличивать свою прибыль, не вкладывая или почти не вкладывая денег.

Джей Конрад Левинсон,
основатель партизанского
маркетинга, придумал в 1951
году ковбоя Marlboro.



«ГОТОВЬСЯ, ЦЕЛЬСЯ, ПЛИ!»

ECONOMY DAY
на экономе ПГНИУ

Мировой рынок маркетинговых исследований



США

9 млрд. долл.



Великобритания

3 млрд. долл.



Франция

3 млрд. долл.



Германия

2,5 млрд. долл.



Япония

2 млрд. долл.

А вот как надо:



**Полевые исследования
(наблюдение,
trace analysis - анализ следов)!**

**Mystery Shopping (тайный
покупатель)!**

**Опросы в социальных
сетях!**

Маркетинговая разведка!

...



ECONOMY DAY
на экономе ПГНИУ

