

Для решений, которые меняют компанию

Выбираем с вами, где расти и что менять.

Исследуем покупателей, конкурентов и спрос, чтобы выбрать, куда вкладывать деньги и силы компании. Руководство получает обоснованный план роста, команды знают, что делать. Воплощаем этот план вместе с ними.

Масштаб одного исследования рынка

976 516

постов, комментариев
и других высказываний

133 039

поисковых запросов
по теме рынка

268

каналов, групп
и сообществ

Из 576 872 найденных запросов выделили 133 039 по теме рынка.
Отделяем покупателей от продавцов и проверяем, кто стоит за мнением.

Где развивать компанию и что мешает росту

Маркетинг и продажи

Выбрать предложение и каналы привлечения, найти причины отказов и подготовить аргументы.

Продукт и новые направления

Определить, за что покупатель готов платить и куда вкладываться до крупных затрат.

Стратегия и управление

Согласовать стратегию, бюджет и работу команд, устранить потери внутри процессов.

Репутация и люди

Укрепить доверие к компании, привлечь нужных сотрудников и выяснить причины ухода.

Капитал и финансовые рынки

Оценить влияние рыночных перемен на деньги компании и понять ожидания инвесторов.

Закупки и финансирование

Найти заказчиков и финансирование проекта, выбрать поставщиков с учётом рисков.

Фрагмент завершённого исследования для производителя оборудования

Аналоги покупает медицина. Начать рекомендовали со спорта.

Производителю нового оборудования подготовили план выхода на два рынка. Для продаж медицинским учреждениям нужна регистрация изделия. В спортивном сегменте нашли спрос на оборудование того же назначения с другой конструкцией. Начать продажи рекомендовали со спортивных покупателей.

109 813

товарных позиций в найденных контрактах до отбора

44

найденных контракта с прямыми аналогами после отбора

Разные покупатели, разные цены

Прямые аналоги примерно в 7 раз дороже отечественной альтернативы. Сравнили медиану контрактных цен аналогов с медианой предложений дилеров. Для двух сегментов нужны своя экономика и свой подход к продажам.

Что получил производитель

Производитель получил план выхода на два рынка. Начать продажи рекомендовали со спортивного сегмента, медицинский выделили в отдельный этап с регистрацией изделия. На этой основе команды продукта, продаж и финансов готовят предложение и рассчитывают цену и затраты для каждого этапа.

Начнём с предстоящего решения

Расскажите о компании и вариантах, которые обсуждаете. Разберём, какие вопросы можно проверить данными рынка и что понадобится для следующего шага. Объём, срок и условия работы согласуем по задаче.