



# DATA HUNTERS RESEARCH

Маркетинговые и аналитические  
исследования в Казахстане и странах СНГ

Для бизнеса, научных организаций и  
государственных структур

## О нас

**ТОО «Data Hunters Research»** является специализированной компанией в сфере маркетинговых исследований и предоставляет полный спектр исследовательских и аналитических услуг для бизнеса, научных и государственных структур.

Если вкратце, то мы системно и профессионально **достаем информацию**, которая необходима **для принятия точных и прибыльных решений** в бизнесе.

Умеем правильно спрашивать и узнавать, что вашим клиентам и рынку от вас нужно, чтобы вы с помощью этих данных могли зарабатывать больше.

Детально описываем то, что заказчик получит в итоге; **согласовываем источники и стратегию сбора данных**, предоставляем **полный доступ** на каждом этапе работы – **как гарантия достоверности** получаемой **информации**.

Мы убеждены, что самая большая **ошибка** в инвестициях и бизнесе - это **экономить копейки на экспертизе, теряя при этом миллионы** на неудачных решениях.

Как правило, любой бизнес имеет отличную идею и правильные намерения.  
Компания растет, развивается, команда успешно выполняет свои задачи.

Иногда случается, что в бизнесе можно понести **убытки** либо **прогореть**.  
Либо **не удастся реализовать** задуманное и придется **менять свои планы**.

Это жизнь.

Причин неудач может быть много – от проблем с кадрами  
до неожиданностей, к которым невозможно быть готовым.

Но в 90% бизнесов **источником проблем** являются  
**ошибочные решения**.

Надежный способ избежать неверных выводов – это проводить

## Маркетинговые исследования

## Что происходит, когда исследование не проводится. Примеры:

### Пример 1

Coca-Cola прекратила выпуск старой колы и стала «лить» новый напиток в банки с новым дизайном, добавив ярлычок NEW.

#### Что произошло:

Катастрофическое падение продаж, гнев потребителей с требованием вернуть классическую Кока-Колу

#### Причина:

Компания в своих исследованиях не оценила сильную привязанность к бренду. Несмотря на успешные «слепые тесты» нового вкуса, потребители не приняли новую концепцию продукта – они не просили менять дизайн.

#### Результат:

Компания была вынуждена вернуться к прежнему дизайну банки и изменить подходы к созданию новых вкусов

### Пример 2

1980 г. Администрация г. Шеффилд запустила трамвайную сеть в надежде заменить существующий городской транспорт

#### Что произошло:

Низкая популярность трамвая среди жителей города, ежегодные убытки в размере 4 миллионов долларов

#### Причина:

Не было учтено мнение горожан - трамвайная сеть не покрывала важные районы. Вдобавок, неверно выбранная ценовая политика не позволяла трамваям быть удобной альтернативой автобусам

#### Результат:

Городские власти провели серию опросов, которые определили проблемы проекта. По итогам, была внедрена система сезонных проездных билетов, изменена ценовая политика и откорректирована маршрутная сеть

## Что происходит, когда исследование не проводится. Примеры:

### Пример 3

В 2006 г Microsoft запустила новый продукт - медиаплеер Zune.

#### Что произошло:

Низкие темпы продаж не позволили вывести проект на окупаемость

#### Причина:

Уже к моменту запуска iPod от Apple имел сильные позиции на рынке, что не позволило «переключить» покупателей на другой бренд. Microsoft не смогли отстроится от конкурентов ни свойствами продукта, ни позиционированием. Вдобавок, была неверно выбрана модель продаж и дистрибуции на рынке.

#### Результат:

Спустя 5 лет, в 2011 г. плееры были сняты с производства, проект признан провальным.

### Пример 4

В 2002 г компания Ford выпустила модель Lincoln Blackwood с надеждой выйти в сегмент пикапов класса люкс

#### Что произошло:

Продажи модели полностью провалились

#### Причина:

Конструкторы не изучили предпочтения покупателей пикапов – внешне она напоминала гроб (снаружи багажник был отделан под черное дерево, а внутри обшит нержавеющей сталью). Маленький объем, несуразный дизайн, задний привод и цена 52 000 \$ отталкивали ценителей классических пикапов.

#### Результат:

Модель была снята с производства спустя 10 месяцев после громкого анонса

## **В каких ситуациях нужны исследования и в чем мы помогаем клиентам:**

- 1. При создании стратегии развития, стратегии продаж, маркетинга** – выявим тенденции и тренды на вашем рынке, соберем актуальную информацию о ваших клиентах и конкурентах, чтобы вы смогли определить приоритеты в развитии, избежать ошибок и стратегических просчетов
- 2. При входе в новый бизнес, но неясны перспективы и стоит ли оно того?** Опираясь на данные исследований, вы сможете минимизировать риски, избежать ошибок, сократите время на «прощупывание» рынка. Зачем? Чтобы на новом рынке развиваться эффективнее и быстрее конкурентов
- 3. Когда есть идея заняться новым бизнесом.** Делегируйте на нас трудный поиск и отсев идей. В ходе исследований мы четко определим какие бизнесы и продукты имеют потенциал, а какие – нет.
- 4. Если есть сложности в продажах и рекламе в существующем бизнесе** (например, падают / не растут продажи, маркетинг не приносит результатов и тд) – детально изучим первопричины, найдем неочевидное, определим и обоснуем точки и направления роста
- 5. При выходе на новые географические рынки:** новый город, регион, страна. Побеждайте правильными решениями с помощью достоверной информации о рынке, местных конкурентах, потребителях; будьте в курсе политических и правовых особенностей незнакомой местности - чтобы избежать ошибок и непредвиденных проблем.
- 6. Получение финансирования (инвестиции, кредиты, субсидии, гранты)** – с помощью наших исследований вы сможете доказать инвестору реальность и перспективу вашего рынка продукта / идеи. Либо отказаться от заведомо убыточного начинания

Наш ключевая и единственная компетенция – это исследования. Мы - профессионалы в задачах правильного сбора и анализа информации. Это позволяет быть сильными, системными, не размывать внимание, повышать качество услуг и снижать себестоимость.

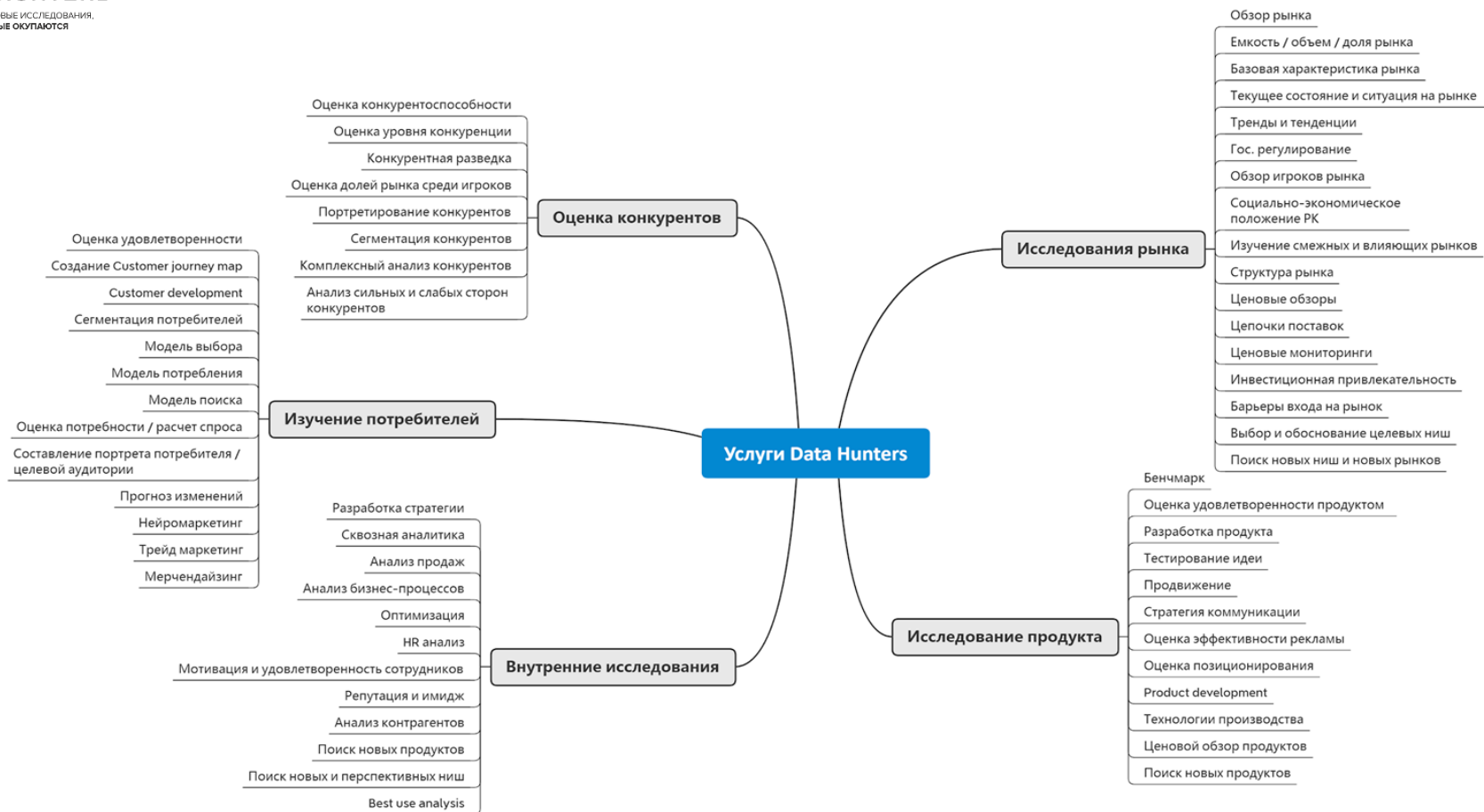
## Основные услуги:

1. Изучение рынка
2. Изучение потребителей
3. Анализ конкурентов
4. Анализ продукта

## Нередко к нам обращаются с конкретной задачей. Мы выделили их в отдельную группу услуг:

5. Ценовые обзоры и ценовые мониторинги
6. Создание баз данных и сбор рыночной информации (любого типа)
7. Поиск и обоснование новых и перспективных ниш / бизнесов / продуктов
8. Изучение городского пространства и геомаркетинг
9. Разработка технического задания для крупных исследовательских проектов

## Карта услуг:





## Инструментарий.

### С помощью чего выполняются исследования:

1. Личные опросы
2. Телефонные опросы
3. Онлайн-опросы
4. Глубинные интервью
5. Домашние визиты
6. Треккинг клиента (сопровождение)
7. Полевые наблюдения и замеры
8. Тайный покупатель
9. Экспертные опросы
10. Картографический анализ и визуализация
11. Камеральный сбор и анализ данных
12. Собственные стратегии извлечения данных

**Мы используем наиболее эффективные методы сбора и анализа данных, комбинируем их для достижения поставленных целей исследования.**

## Некоторые наши кейсы

### Анализ рынка специализированной техники в Республике Казахстан

**Отрасль:** машиностроение

**Задача:** Конечная цель заказчика – сформировать глубинное понимание ситуации на рынке специализированной техники в Республике Казахстан: оценить емкость вторичного рынка, детализировать структуру продаж в разрезе регионов, моделей, марок и брендов, оценить спрос и существующее предложение на первичном и вторичном рынках.

**Что было сделано:** Комбинируя различные источники данных, мы сформировали подробную категоризированную базу спец.техники в регионах с указанием необходимых заказчику технических характеристик, оценили объем продаж и спроса в разрезе областей Республики. Сформировали актуальную картину по сегментам частного и государственного заказа, оценили активность и результаты продаж ряда крупных конкурентов.

**Результат:** Заказчик получил подробную картину своего рынка. Наложив наши данные на собственные показатели, клиент скорректировал стратегию продаж и маркетинга, определил ранее недооцененный перспективный сегмент для сбыта продукции.

## Некоторые наши кейсы

### Поиск и обоснование локаций для сети общепита (геомаркетинг)

**Отрасль:** общественное питание (сетевой общепит формата «фаст-фуд»)

**Задача:** Клиент обратился с конкретной задачей: найти и обосновать наиболее перспективные и «выгодные» локации для планируемой к запуску сети ресторанов быстрого питания.

**Что было сделано:** Мы разделили городское пространство на участки гексагональной формы (соты) с длиной ребра 300 метров. Используя платформу SmartLoc Developer мы получили точный расчет численности населения, количества юридических лиц, плотность застройки и тд в каждом гексе. Гексы отранжировали по убыванию в зависимости от степени привлекательности (плотность населения, конкуренты, генераторы трафика и пр.). В каждом гексе был выполнено панельное исследование конкурентов, проведена серия замеров пешеходного и автомобильного трафика.

**Результат:** Заказчик получил несколько подробных карт с различными сценариями размещения будущей сети – с учетом эффектов каннибализации, близости к целевой аудитории и спросу, наличия конкурентов. Это позволило внести в инвестиционный план ряд поправок, которые позволят избежать провала при старте проекта.

## Некоторые наши кейсы

### Изучение предпочтений и требований покупателей квартир

**Отрасль:** строительство и недвижимость

**Задача:** Заказчик инициировал большой проект – стратегическое повышение качества продукта.

Улучшения касались глобально всего: дворы, подъезды, квартиры, парковки и тд.

Перед нами была поставлена задача - изучить мнение уже купивших квартиры клиентов компании.

Конечная цель исследования – определить, что еще может предложить новым и существующим клиентам застройщик? Что требует пристального внимания? Что улучшить, что убрать, а что – никогда не менять?

**Что было сделано:** Мы разделили клиентов на несколько категорий в зависимости от класса недвижимости, ценового сегмента, времени приобретения и тд. Провели серию телефонных опросов, несколько волн онлайн-анкетирования, глубинных интервью и ряд экспертных интервью.

**Результат:** Собрано огромное количество обратной связи, которая позволила найти подтверждение многим гипотезам, опровергнуть ряд ошибочных предположений и сформировать перечень конкретных рекомендаций для всех подразделений компании.

## Отрасли и виды деятельности наших заказчиков:

- Производство металлов и металлообработка
- Добыча полезных ископаемых
- Энергетика
- Машиностроение, станкостроение
- Химическая промышленность
- Производство эл.оборудования и приборов
- Производство компьютеров и электроники
- Автомобилестроение, продажа авто и спец.техники
- Нефтесервис
- Логистика, транспорт и перевозки
- Производство стройматериалов
- Производство непродовольственных товаров народного потребления
- Ритейл и дистрибуция
- Сетевой общепит
- E-commerce
- IT-разработка
- Девелопмент, недвижимость и строительство
- Банки, финансы, МКО
- Гостиничный бизнес
- Сельское хозяйство
- Фармацевтика
- Здравоохранение и медицина
- Развлечения
- Туризм
- Образование
- Страхование
- Любые виды B2B услуг
- Любые виды B2C услуг

## Некоторые клиенты



p o i r o i r r i e t r i c o i

NAZARBAYEV  
UNIVERSITY

BULANDY GAZOBETON

Производство стеновых блоков

# Стоимость услуг

У подобных услуг нет строго фиксированной цены – это связано с тем, что конечная цена любого исследования зависит от:

- целей исследования
- сложности задачи
- глубины исследования
- особенностей рынка
- доступности информации
- географии
- срочности

*Так выглядит КП, которое мы высылаем заказчикам*

Ваше исследование может стоить и 700 000 тенге, и 18+ млн.

Следует понимать, что каждое исследование уникально – как уникальны ситуации и неодинаковы задачи заказчиков.

Все, кто обращается к нам за исследованием, всегда получают прозрачную и понятную смету по указанному проекту, примерное количество затрачиваемых человеко-часов и детально расписанную каждую задачу.

Это позволяет клиентам видеть понятную и обоснованную стоимость наших услуг.

**DH DATA HUNTERS** | г. Пер-Ситим (Астана), ул. Кавказская 9а, 5 эт. каб. 303 | [info@datahunters.kz](mailto:info@datahunters.kz) | [www.datahunters.kz](http://www.datahunters.kz) | Тел: +7 (700) 777-78-52

**II. Понимательная заявка к коммерческому предложению**

**2.1. Задача исследования**

**2.2. Предлагаемые методологии исследования**

**2.3. Состав работ, сроки и цены**

**III. Условия работ**

Методология исследования базируется на качественных и количественных методах получения и обработки данных. Качественные исследования – это исследование свободной, неструктурированной и открытой информации. Количественные исследования основаны на статистическом анализе информации, в то время как в количественных исследованиях информация является структурированной и структурированной.

1. Первое задание исследования является качественным исследованием рынка. В ходе качественного исследования мы проводим глубокое интервью и выясняем рынок, динамику трендов и потребности на рынке, выявляем драйверы и барьеры. Проведение качественного рынка дает понимание потребностям конкурента на рынке, анализ существующих конкурентов, их стратегии позиционирования, а также выявление новых игроков и трендов.

**DH DATA HUNTERS** | г. Пер-Ситим (Астана), ул. Кавказская 9а, 5 эт. каб. 303 | [info@datahunters.kz](mailto:info@datahunters.kz) | [www.datahunters.kz](http://www.datahunters.kz) | Тел: +7 (700) 777-78-52

Мы готовы, экспертный состав нашей команды из топ-менеджеров, специалистов в ряде наиболее востребованных областей, обширные ресурсы, развитую инфраструктуру, наличие мощностей для масштабирования, а также возможность привлечения дополнительных ресурсов в кратчайшие сроки.

В качестве услуги мы предлагаем не просто данные и выявленные тенденции, а еще, проведение анализа, на основании полученных данных, мы сможем, выявить и проанализировать рынок.

Наши услуги формируют комплексную картину с последующей трансформацией, выявлением трендов и структурированием информации для исследования.

4. Итогом проведенного исследования и последующего исследования, клиент формирует стратегические направления и управляет процессами на рынке более успешно.

**2.3. Состав работ, сроки и цены**

Мы указываем стоимость и рыночную стоимость Рыночные Известия – цена, которая определяет количество информации, которую мы хотим предоставить клиенту. В результате клиент получает прозрачную информацию о том, сколько стоит услуга.

№	Состав работ	Срок	Цена
1	Подготовка заявки к проекту (анализ, формирование гипотез исследования)	20	40 000
2	Исследование рынка (анализ рынка, разработка источников информации и проведение интервью по сбору данных)	15	25 000
3	Исследование потребителей (исследование структуры рынка и структуры потребителей рынка, проведение интервью для выявления трендов, выявление драйверов и барьеров)	15	40 000
4	Исследование конкурентов (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	5	10 000
5	Анализ рынка и конкурентов	45	100 000
6	Исследование потребителей и структуры рынка	65	200 000
7	Исследование конкурентов	10	80 000
8	Исследование потребителей (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
9	Исследование конкурентов (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
10	Исследование потребителей (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
11	Исследование конкурентов (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
12	Исследование потребителей (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
13	Исследование конкурентов (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
14	Исследование потребителей (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
15	Исследование конкурентов (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
16	Исследование потребителей (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
17	Исследование конкурентов (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
18	Исследование потребителей (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
19	Исследование конкурентов (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000
20	Исследование потребителей (анализ рынка, выявление трендов, выявление драйверов и барьеров)	10	80 000

## За что нас выбирают:

- Маркетинговые исследования выполняют **высококвалифицированные специалисты**.  
Суммарный опыт команды - **600+ проектов в 25 отраслях экономики**.  
**8 лет** – средний по компании стаж наших сотрудников в бизнесе и исследованиях.
- **Мы специализируемся на сложных и комплексных исследованиях**. Технологически «сложные» бизнесы, рынки с недоступной информацией либо отсутствием источников данных, комплексные задачи – наше любимое дело.
- **Основа нашего подхода – в глубоком погружении в бизнес и ситуацию каждого клиента**. Задаем много вопросов, изучаем отрасль, особенности, нюансы, историю и тренды. Это позволяет взглянуть на бизнес глазами заказчика и фокусироваться на важных и приоритетных параметрах.
- **Бизнес-прагматизм, житейское здравомыслие и исследовательский подход**. Наша задача – не получить оплату на счет за бумажки с цифрами и графиками. Вдумываемся, отсекаем фантазии, проверяем факты, действуем из имеющихся ресурсов
- **Перепроверяем очевидное, уточняем цифры и факты, избегаем банальностей**. Делаем исследование чтобы не удивлять, а предоставить максимально точное и актуальное описание реальности



## Почему мы:

- **Вы понимаете, за что платите.** На этапе вашего обращения, мы создаем подробную смету и описываем весь состав работ. В итоге вы видите сколько стоит каждая задача в деньгах и времени.
- **Описываем то, что вы получите по итогам исследования.** До старта работ, мы утверждаем дизайн исследования и структуру Итогового Отчета – главный документ, предмет сделки с заказчиком, который содержит все результаты, данные и выводы по проделанной работе.
- **Дисциплина и проектный менеджмент.** Создаем и утверждаем архитектуру целей, задач, подзадач и состава работ. Это превращаем в жесткий и ежедневный план. Наш опыт говорит о том, что дисциплина и планирование – лучшие способы сохранить качество результата.
- **Объясняем и делимся.** Прозрачность наших инструментов и методов за счет доступа представителя заказчика к информации исследования в любой момент времени.
- **Сопровождаем и помогаем.** После окончания проекта мы активно поддерживаем связь с клиентами – высылаем пояснения, отвечаем на вопросы. Отношения между людьми важнее всего

## Контакты:

Если у вас есть вопросы касательно вашего исследования или будущего проекта – пишите на почту либо звоните. Мы всегда рады новым знакомствам!

+7 (700) 777 78 52

+7 (7172) 77 90 82

e-mail: [info@datahunters.kz](mailto:info@datahunters.kz)

Хотите предложить сотрудничество? Мы открыты новым возможностям:

+7 702 937 03 55

e-mail: [info@datahunters.kz](mailto:info@datahunters.kz)

Заглядывайте в гости 😊

г. Нур-Султан, БЦ «Туркестан»

ул. Кажымукана 8а, 5 этаж каб.№1, 2, 3.

[www.datahunters.kz](http://www.datahunters.kz)