



DATA HUNTERS RESEARCH

Маркетинговые и аналитические
исследования в Казахстане и
странах СНГ

Для бизнеса, научных организаций и
государственных структур

www.datahunters.kz

ТОО «Data Hunters Research»
г.Нур-Султан (Астана)
ул. Казымукана 8а, 5 эт.
БЦ «Туркестан» 5 эт., оф. №1

Очень часто в компаниях собственники, руководство и команда вкладывают много сил, «горят» своим бизнесом, но не получают ожидаемого результата. Это происходит по разным причинам, одной из которых является отсутствие достоверных и актуальных данных о потребителях, конкурентах и изменениях на рынке.

Что происходит:



Выручка падает или медленно растет, потому что бизнес не следит за трендами и тенденциями на рынке.



Прибыль упущена либо недозаработана, потому что бизнес продает на неверной географии и выбран неверный целевой рынок.



Планы продаж не выполняются, а бюджет на маркетинг растет, потому что компания плохо знает свою целевую аудиторию.



Приходится демпинговать, давать лишние скидки, «вестись» на возражения покупателей и сокращать расходы, потому что никто не мониторит цены на рынке и у конкурентов.



Инвесторы или банки отказывают, не видя перспектив проекта, потому что данные недостаточно полно собраны либо не обоснованы

А есть компании, у которых все по-другому:

- ✓ Планы продаж выполняются и перевыполняются, потому что выбран правильный продукт для правильной аудитории на правильном рынке.
- ✓ Собственник и директора понимают, как и сколько заработает компания, потому что оценен в цифрах потенциал продукта и емкость рынка.
- ✓ У них низкая стоимость сделки, привлечения клиентов и продажи, потому что они знают свою целевую аудиторию и ее потребности и не тратят деньги на лишнюю рекламу.
- ✓ Действия конкурентов бесполезны, потому что у бизнеса есть план действий на любой случай.
- ✓ Закупочная стоимость сырья намного дешевле, потому что предприниматели изучили рынок поставщиков и выбрали выгодных партнеров.

Почему у этих компаний разный результат?



Потому что в одной компании регулярно и системно собирают коммерческую информацию о рынке, целевой аудитории, поставщиках, конкурентах. А затем используют данные для того, чтобы развивать бизнес. Это как разведка: на войне генерал перед тем, как принять решение, собирает данные о противнике и местности. Каждый бизнесмен – это полководец, который изучает рынок, выводит на него продукт и завоевывает прибыли.



А в другой компании генерал исследует местность и противника не в полной мере. Поэтому в бизнесе возникают проблемы с продажами (и доходами) – жизнь без средств тормозит работу компании либо в конечном итоге, разрушает бизнес.



Нужно иметь информацию по самым важным вопросам: о клиентах, которые платят вам деньги, о планах конкурентов, которые «воюют» за ваши деньги и в целом о рынке - куда он развивается и каким он будет через 3-5 лет. Чтобы избежать проблем, необходимо проводить маркетинговые исследования.

**Мы помогаем бизнесам расти,
а бизнесменам - становиться миллионерами**

О нас

- ▶ **Data Hunters Research** – специализированная компания в сфере маркетинговых исследований. Мы помогаем бизнесу и инвесторам в ситуациях, когда необходимо принять решение, но у них не хватает информации о рынке, потребителях и конкурентах.
- ▶ Делаем все возможные и невозможные исследования: анализируем рынок, потребителей, конкурентов. Изучаем продукт перед запуском на рынок, оцениваем перспективы развития бизнеса. Используем более 100 инструментов сбора информации, чтобы узнать даже то, что тщательно скрывают. Сотрудничаем с инвесторами, компаниями, корпорациями и госструктурами.
- ▶ Суммарный опыт команды – 600+ проектов в 35 отраслях экономики.
- ▶ Не боимся трудных задач: изучаем технологичные бизнесы, рынки с недоступной информацией, а также рынки сложных продуктов.

Какие задачи мы решаем. Услуги



Анализ рынка. Изучим рынок и найдем свободные ниши. Оценим перспективы и спрогнозируем риски.



Исследование потребителей. Изучим ваших клиентов и узнаем, как они выбирают и покупают ваш товар/услугу.



Анализ конкурентов. Проанализируем конкурентов и выясним их сильные и слабые стороны, чтобы точно знать, что делать, чтобы стать лучше.



Продуктовые исследования. Проанализируем продукт и выясним, решает ли продукт задачи клиента, каким он должен быть, как лучше его продвигать и рекламировать.



Ценовые мониторинги. Проводим ценовые обзоры и ценовые мониторинги. Соберем цены ваших конкурентов, а также стоимости любых подрядчиков и поставщиков.

Какие задачи мы решаем. Услуги



Сбор информации под запрос. Создаем базы данных и собираем рыночную информацию любого типа под ваши задачи.



Поиск новых ниш и перспективных продуктов. Ищем и обосновываем новые и перспективные ниши, бизнесы или продукты. Находим точки роста и оцениваем потенциал в цифрах



Геомаркетинг. Изучаем город и городскую среду как организм с законами, правилами и ограничениями. Подбираем и обосновываем подходящие участки для застройщиков и девелоперов, локации для магазинов.

Карта услуг



В рамках каждой услуги мы собираем данные с помощью разных инструментов:

Количественные методы

Это опросы большого количества респондентов, например, 800-1200 человек — ваших клиентов. Используем анкету из 15-25 вопросов, длительность опроса до 20 минут.

Так мы находим статистически значимые закономерности и особенности в поведении опрашиваемых.

Мы проводим:

- уличные опросы
- телефонные опросы
- онлайн-опросы
- поквартирные опросы
- опросы на местах
- наблюдения и замеры

Качественные методы

Это чаще всего интервью длиной от 40 до 120+ минут.

Респондентов в таком случае достаточно от 6 до 12 человек на 1 рыночный сегмент / продукт / рынок.

За одну долгую беседу нам удастся «раскрыть» человека и получить очень искренние, точные и порой неожиданные ответы. Так создаются успешные товары (Mercedes) и самая лучшая реклама (Coca-Cola)

Мы умеем находить респондентов и проводить:

- интервью с потребителями
- интервью с экспертами
- фокус-группы
- эксперименты
- включенные наблюдения

Кабинетный сбор и анализ

Это сбор и обработка информации из открытых и закрытых источников.

Мы проводим много времени на поиск релевантной информации на тему исследования. Можем получить очень много ценных и полезных выводов для целей заказчика.

Источниками данных являются:

- официальная государственная статистическая отчетность
- таможенная статистика
- публичная управленческая, финансовая отчетность компаний
- отраслевые исследования
- научные исследования

Стоит проводить исследования, если вы:

Задумались о расширении производства и масштабировании бизнеса

Вы получите обоснованную оценку спроса и точный ответ: «а на самом ли деле рынку и потребителям нужно больше моего товара или услуг? Если да, то как не ошибиться и заработать больше?»

Хотите вложиться в новый бизнес

Исследования помогают лучше узнать особенности рынка и свести риск потери вложений к минимуму

Хотите трансформировать бизнес или разрабатываете стратегию развития

Нужно изучить рынок, особенности конкурентов и потребности клиентов. Так вы поймете, как будет развиваться бизнес, что на него будет повлиять и как с выгодой реагировать на изменения.

Испытываете сложности в бизнесе

Если понять причины, которые мешают бизнесу расти и зарабатывать больше. С помощью исследований можно их быстрее устранить.

Выходите на новый рынок

Новая география - другие правила. Новые потребители - другие привычки покупать. Нужно изучить местных конкурентов и потребителей, понять особенности региона – тогда вы сможете принимать правильные решения.

Получаете финансирование

Доказать реальность идеи и перспективу рынка легче, если они основаны на данных исследований. Еще данные помогают отказаться от заведомо убыточного начинания.

В каких отраслях мы проводим исследования

- 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
- 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/B2C услуг

**Если вашей отрасли нет - напишите нам.
Возможно, мы ее просто не указали**

Все исследовательские компании проводят исследования, но только мы:

Рассказываем, за что вы платите и описываем итоги исследования

Вы получите подробную смету с описанием состава работ и будете точно знать, сколько стоит каждая задача в деньгах и сколько времени на нее нужно. До начала работ получаете дизайн исследования и структуру итогового отчета.

Объясняем, что и почему делаем

До подписания договора мы опишем логику и методологию исследования, укажем источники информации и подходы к ее обработке. Будет понятно, откуда взялся каждый показатель

Используем детализированную структуру показателей

На этапе обсуждения проекта, вы получаете не просто обещания «да, без проблем оценим рынок», но вы видите конкретные пункты, которые будет содержать Итоговый отчет об исследовании (см. следующий слайд)

Планируем все, вплоть до мелочей

Создаем и утверждаем вместе с вами архитектуру целей, задач, подзадач и состава работ. Превращаем это в жесткий ежедневный план.

Дисциплина и планирование – лучший способ сохранить качество результата.

Основательно разбираемся в вашем бизнесе

Постоянно изучаем отрасли наших клиентов и факторы, которые влияют на их бизнес.

Уделяем этому много времени, потому что подрядчик, не владеющий спецификой вашего бизнеса, не способен эффективно делать исследования

Сопровождаем и помогаем

Вы всегда можете обратиться к нам после окончания проекта. Задавайте вопросы, спрашивайте, советуйтесь – мы поможем.

Исследуем детально и подробно

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Мы не зря называем себя моно-продуктовой компанией.

Проводим полномасштабное исследование по 2500 показателям. Это охватывает все исследовательские задачи и показатели, которые могут быть вам необходимы

Это позволяет вам до старта работ выбрать точные показатели и блоки работ, и отсеять ненужные

Формируем подробную и понятную смету

№	Состав работ	Кол-во трудочасов	Цена, за блок работ
1	Определение целей и задач проекта, формирование гипотез исследования. Погружение в специфику отрасли	20	
2	Формирование методологии исследования, разработка источников информации и создание техзаданий на сбор данных	15	
3	Составление детальной программы исследования: отрисовка этапов и подэтапов. Формирование задач и подзадач для команды проекта, описание критериев результата: соответствие задачам исследования, достоверность, полнота, актуальность	15	
4	Разработка структуры Итогового Отчета: главы, разделы, таблицы, графики	5	
Подготовка и проведение			
5	Проведение серии из 12 глубинных интервью с (1 интервью = , включая расходы на рекрут, организацию встречи, проведение интервью, вознаграждение) - составление списка респондентов (пользователей приложения исходя из портрета ЦА) - составление перечня сценариев/задач - проведение рекрутинга (получение договоренностей на участие в) - проведение ... - видеофиксация экрана телефона - транскрибация аудиозаписей (перевод интервью в текст) - анализ полученных данных, синтез ответов	120	
6	Рекомендации для улучшения опыта взаимодействия		
Менеджмент проекта и создание Итогового Отчета			
7	Контроль графика исследования, ведение журнала проекта	40	
8	Проверка материалов сотрудников Контроль качества и соответствия задачам и целям этапов проекта	30	
9	Обработка результатов и формирование выводов, создание Итогового Отчета	40	
10	Верстка отчета	35	
Итого кол-во рабочих дней		18-20	
Итого кол-во трудо-часов:		326	
Итого цена:			

В смете подробно расписано, какие задачи мы выполняли, сколько трудочасов на это ушло и какая стоимость каждой работы.

Мы считаем, что детализация стоимости услуг – важный фактор выбора подрядчика

Придерживаемся системности, планируем и несем ответственность

Рез. 1.3 План-график работ

№ этапа	Ответственный	Наименование Проекта/Этапа	Форма завершения	Статус	5.7	6.7	7.7	8.7	9.7	10.7	11.7	12.7	13.7	14.7
					встреча	суббота	воскресенье	понедельник	вторник	среда	четверг	пятница	суббота	воскресенье
3	ВМ	Оценка объема рынка												
	ВМ	анализ	лс/ таблица											
	ВМ	анализ	лс/ таблица											
	ВМ	определение объема потребления казального сегмента (госзаказ, B2B, розница)												
	ВМ	анализ	лс/ таблица											
	АБ		лс/ таблица											
	АБ	составление гайда для интервью с экспертами												
	И	интервью с экспертами	аудио											
	И	составление сводной таблицы	лс/ таблица											
	И	оценка уровня конкуренции по сегментам, доля производителей (брендов) на рынке												
4	И	определение основных игроков рынка	doc											
	ВМ	анализ												
	ВМ	анализ данных												
	И	анализ открытых данных												
	ММ	результат экспертов (игроки рынка)	интервью											
5	АБ	составление гайда для интервью с экспертами	гайд											
	И	интервью с экспертами	аудио											
	И	цепочка поставок, каналы распределения												
	АБ	составление гайда для интервью с экспертами	гайд											
	И	интервью с экспертами	аудио											
6	И	требования потребителей при выборе продукта	лс/ таблица											
	АБ	составление гайда для интервью с экспертами	гайд											
	И	интервью с экспертами												
	ВМ	динамика цен	doc											
	ВМ	анализ												
7	ВМ	анализ данных												
	ВМ	анализ открытых данных												
	АБ	составление гайда для интервью с экспертами	гайд											
	И	интервью с экспертами	аудио, транскрипт разговора											
	И	выбор целевых веш. Реконструкция и маркетинговой стратегии (каналы распределения, продукт, ключевые преимущества)												
8	И	определение прогнозного объема продаж												

Устанавливаем четкие дедлайны и соблюдаем их.

Каждый член команды знает свою задачу и профессионально выполняет ее

Некоторые наши клиенты

parametrico



ARCUS ИНБЕСТ



Senior Advisers
consulting & investment company



ANTEQ INDUSTRIAL
MANAGEMENT GROUP



Стоимость услуг

У нас нет фиксированной цены на исследования – стоимость зависит от совокупности факторов, например:

- географии: 1 территория сбыта – 1 рынок
- товарных границах: количество изучаемых позиций и категорий
- целевой аудитории: 1 клиентская группа – 1 исследование
- особенностей изучаемой продукции и рынка, включая наличие и состав товаров-заменителей
- детализации проработки: больше деталей – выше стоимость
- доступности исходных сведений.
- срочности.

Для каждого проекта мы делаем прозрачную и понятную смету, в которой указываем сроки, трудочасы, объем задач и количество показателей, которые изучаем. Так вы увидите ясную и обоснованную стоимость услуг.

Вы также можете сэкономить на исследовании. Мы – сертифицированный консультант Европейского Банка Реконструкции и Развития, который активно поддерживает исследовательские проекты для развития бизнеса либо запуска новых производств. В рамках этой поддержки вы оплачиваете только половину стоимости, вторую часть оплачивает банк. Уточните у нашего менеджера, входит ли ваша деятельность в перечень приоритетных видов деятельности, которые могут получить грантовую поддержку со стороны ЕБРР.

КОНТАКТЫ

Если есть вопросы по будущему исследованию, звоните:

+7 (700) 777 78 52

+7 (7172) 77 90 82

Или напишите на почту **research@datahunters.kz**

Заглядывайте к нам, чтобы пообщаться лично:

г.Нур-Султан, ул. Кажымукана 8а, БЦ «Туркестан», 5 этаж, каб.No1, 2, 3



www.datahunters.kz