



Высшая школа маркетинга
и развития бизнеса

Развитие бизнеса: актуальные
тренды. Практика российских
компаний среднего бизнеса 2013.
Результаты исследования

Москва, 2013 год



Структура исследования

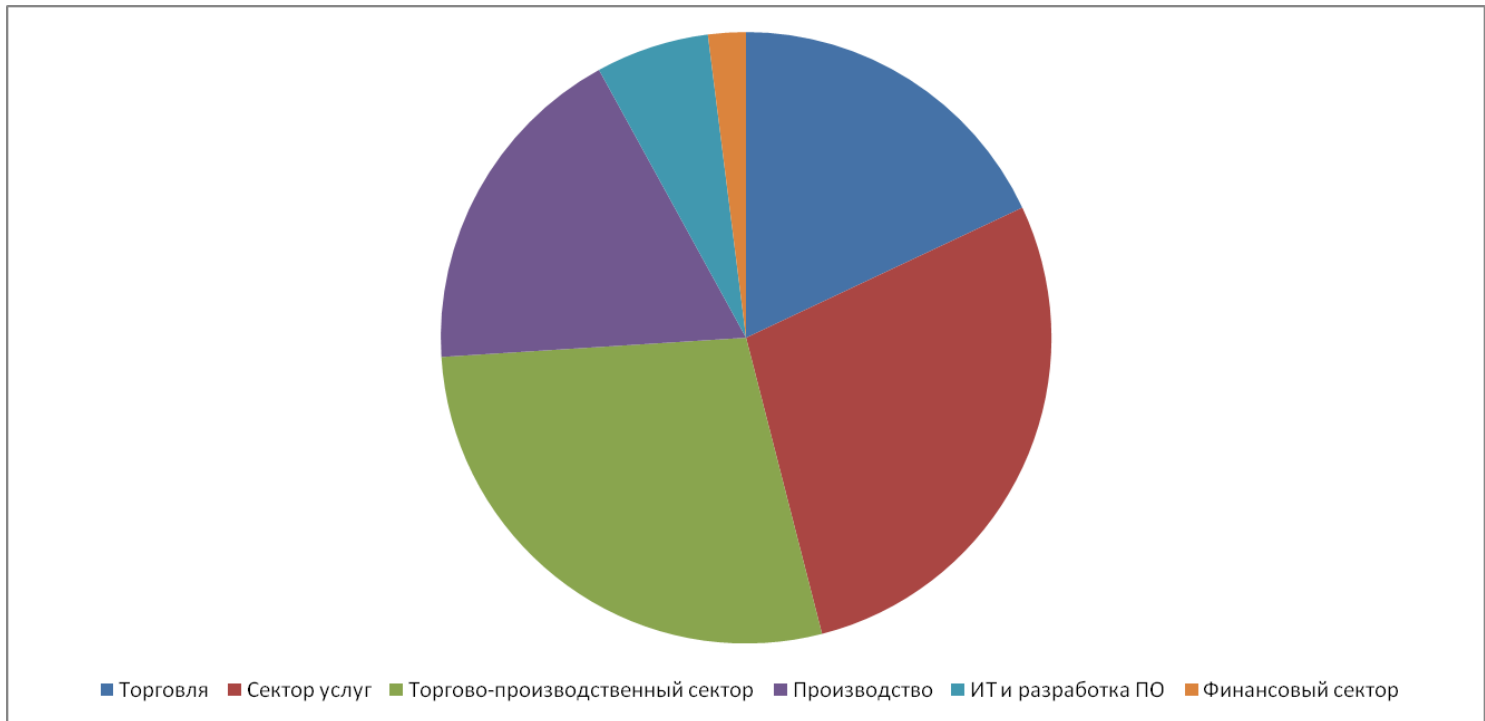
Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

- 200 компаний среднего бизнеса – электронный опрос
- 10 независимых экспертов - интервью



К какому сектору относится ваш бизнес?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Тренды: отраслевые сегменты

Оценка экспертов

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

Растущие сегменты

- Новые технологии
- Агробизнес
- Инфраструктура
- Экология
- Государство



Где вы находите точки роста для вашего бизнеса?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Тренды: точки роста Оценка экспертов

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

Расширение бизнеса в регионы

- Большие перспективы франчайзинга
- Большие сложности (риски)
 - Локальные модификации бизнес модели
 - Эффективные механизмы управления затратами
 - Законодательство и бизнес - этика



Тренды: точки роста

Оценка экспертов

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

Выход на зарубежные рынки

- Выход на европейский рынок
 - Предсказуемость
 - Прозрачность
 - Готовность воспринимать новые модели
- Выход на развивающиеся рынки
 - Продукты питания
 - Технологии



Тренды: точки роста

Оценка экспертов, комментарии

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

Новые продукты

- Расширение спектра сервисных услуг для получения дополнительного дохода
- Модификация продуктов, улучшение качества
- Создание новых отраслевых моделей (опыт других секторов)
- Создание новых продуктов в смежных секторах



Тренды: точки роста

Оценка экспертов, комментарии

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

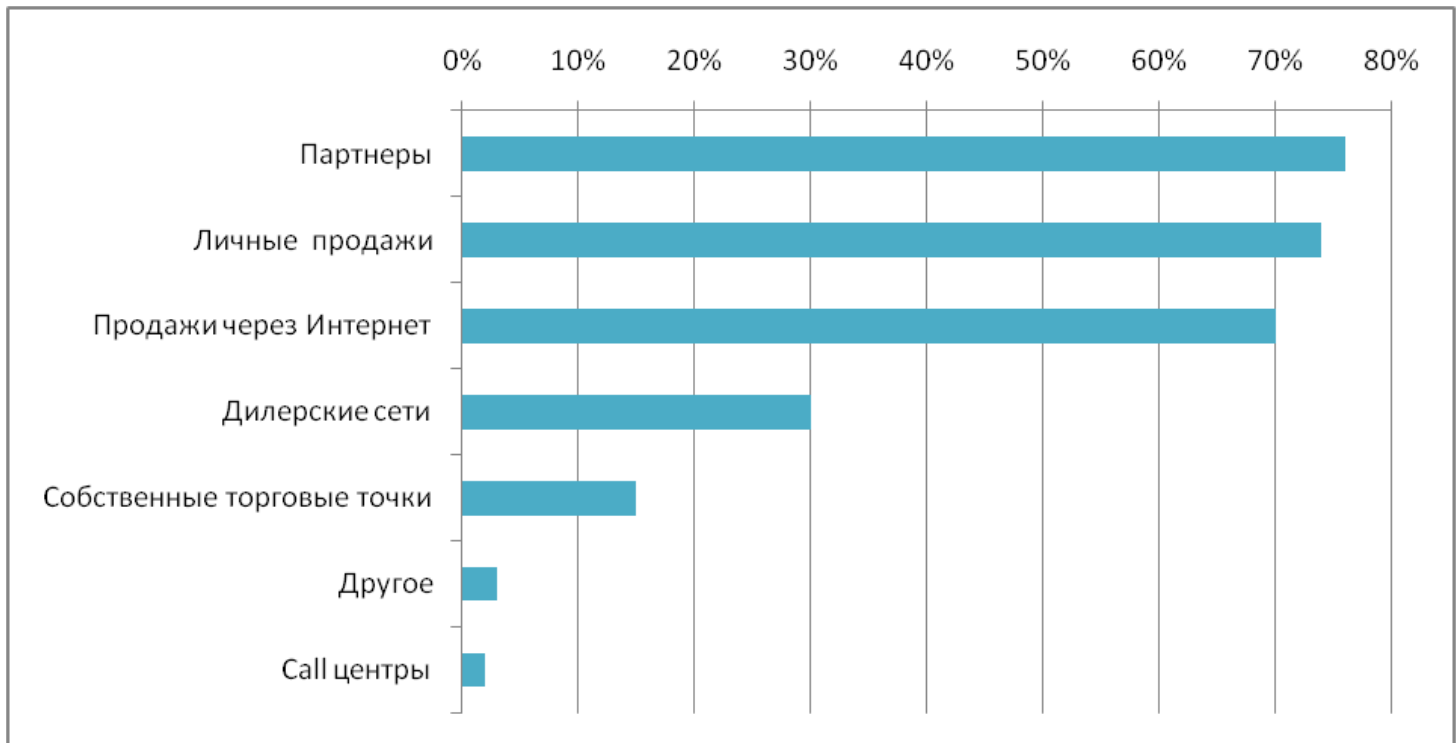
Новые сегменты

- Микросегментация и разработка кастомизированного предложения для групп клиентов
- Поиск новых сегментов для существующего портфеля продуктов\услуг
- Получение новых клиентов в результате конкурентной борьбы
- Создание новых ниш



Какие каналы продаж Вы используете?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Тренды: каналы продаж

Оценка экспертов

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

- Изменение модели продаж: от решения к видению
- Изменение модели закупок: покупка компетенций, прямые продажи.
- Развитие собственных каналов продаж
- Использование партнерских программ лояльности: риски и перспективы
- Кобрендинг, как канал доступа к новым сегментам



Какие инструменты взаимодействия с клиентами вы используете?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Тренды: модели взаимодействия

Оценка экспертов

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

Области для развития

- Дифференциация товаров по функциональным характеристикам
- Сегментация потребителей по эмоциональным предпочтениям
- Микросегментация – долгосрочная перспектива
- Использование CRM и программ лояльности для получения обратной связи и взаимодействия «один-на-один»



Тренды: модели взаимодействия

Оценка экспертов, комментарии

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

Новые модели взаимодействия

- Использование Интернета не только как канала продаж, но и как инструмента взаимодействия с клиентами
- Поддержка и сервисное обслуживание
- Программы лояльности, основанные на взаимодействии:
 - Клубные форматы
 - Контент маркетинг
 - Семейные форматы
 - Единая точка входа для партнерских программ



Барьеры для роста

Оценка экспертов

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

- Посреднические иерархии
- Игнорирование разницы между расходами и потерями
- Отсутствие доверия
- Отсутствие навыков практической реализации стратегий и управления результативностью



Факторы роста Оценка экспертов

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

- Эффективные управленческие и финансовые модели
- Эффективные конкурентные стратегии
- Улучшение и контроль качества и стандартизация сервиса и моделей взаимодействия с клиентами
- Развитие экспертных моделей продвижения и продаж
- Развитие компетенций