

# ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА

Сегодня в гостях у журнала «Бизнес» российский юрист, занимающийся исследованиями российских и немецких рынков, владелец компании Nechaev Business Services Владимир Нечаев.

**– Владимир, объясните, пожалуйста, нашим читателям, в чем заключается Ваша деятельность?**

– С 2006 года я занимаюсь в Кёльне международным консалтингом и бизнес услугами для компаний, стремящихся организовать бизнес в России или, наоборот, в Германии. К моим рекомендациям относятся такие компании, как почтовый гигант TNT, химический концерн Flowserve Corporation из Англии, финансовый холдинг AWD, техническая фирма Danfoss.

**– Почему вы решили ввести в ваш бизнес еще одно направление деятельности – маркетинг и исследование рынков?**

– После непродолжительной тестовой фазы моего консалтингового бизнеса в 2006 году мне стало ясно, что многие компании остро нуждаются в исходной информации для маркетинговых планов. Начиная с 2007 года, мной был поэтапно создан крупный немецкоязычный портал о российской экономике с онлайн-магазином для продажи исследований рынков.

**– Какие инструменты для исследования рынка существуют?**

– Инструменты для исследования рынка могут быть весьма разнообразны и подбираются в зависимости от потребности клиента. Мы подбираем инструменты в зависимости от целей и бюджета компании-заказчика. К самым распространенным задачам исследований рынка принадлежат такие, как определение круга клиентов и их платежеспособности, бенчмаркинг и выявление незаполненных ниш.

На основе собранных данных составляются маркетинговые мероприятия. Определение круга клиентов на

примере открытия новой точки розничной торговли, как правило, не вызывает вопросов. В жилом квартале – это жильцы близлежащих домов, в центре города – возможно, работники офисов или туристы. Сбор эмпирических данных производится опытным путем при помощи обработки специальных статистик или подсчета пассажиропотока находящейся рядом остановки.

Оценка платежеспособности клиентов опирается на инструмент статистического опроса или интервью с «ключевыми» людьми, владеющими информацией подобного рода.

Бенчмаркинг проводится для определения круга конкурентов. Цель: определение возможного позиционирования продуктов. Выявление незаполненных ниш на рынке – маркетинговая задача по максимизации прибыли. Задача по выявлению ниши может быть решена при помощи разных исследовательских инструментов: от простейшего копирования деятельности успешных конкурентов до проведения опроса по принципу «чего же не хватает клиенту?»

**– Сколько стоит проведение исследования рынка для магазина розничной торговли в Германии?**

– Для определения цены необходимо выявить задачи заказчика, провести анализ потребностей и разработать план по сбору данных.

**– Владимир, журнал «Бизнес» благодарит Вас за интервью.**

## **i Nechaev Business Services**

Inh. Vladimir Nechaev  
Herkulestr. 105-107, 50823 Köln  
Tel./Fax: +49 221 5955618  
Mobile: +49 177 9632477  
info@nbs-partner.com  
www.nbs-partner.com  
www.nbs-research.com

Низкие цены -  
хорошее настроение

**Брынза**  
домашняя



**Брынза**  
казахстанская



Fa. SLOO GmbH & Co. KG  
St.-Georgen-Strasse 24  
95463 Bindlach  
Tel. : +49 (9208) 65 77 - 0  
www.slco.de