

Основные направления деятельности

Маркетинговые исследования

- **Количественные и качественные исследования** – анализ количественных показателей рынков, глубинное изучение намерений покупателей, мотивов выбора товаров и услуг, отношений к ним целевой группы потребителей;
- **Аудит розничных продаж** – регулярное исследование цен, ассортимента, запасов, продаж, наличия рекламных материалов по каждой исследуемой категории продукта;
- **Разработка маркетингового плана** – на основе анализа рынка и маркетинговой стратегии компании, разработка конкретного плана по выходу на рынок или увеличению на нем своей доли.