



ОТ ФРАГМЕНТОВ К СИСТЕМЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ КАК ОСНОВА СТРАТЕГИИ



**Ольга
Юдина**

старший директор
по работе с клиентами,
«Ипсос Комкон»



**Екатерина
Юрчак**

руководитель направления
исследований потребителей,
«Вкусно — и точка»



«Вкусно – и точка»: стратегия в новой реальности

- Потребительские ожидания сформированы
- Прежняя стратегия уже неактуальна

Главный вопрос:

какую роль бренд
теперь должен
играть для людей?




Миссия «Вкусно – и точка»:

**вкусная еда и приятные
впечатления,
доступные
каждому**

ВКУСНО – И ТОЧКА



ИПСОС КОМКОН



Много данных, но нет системы

**Множество
команд**

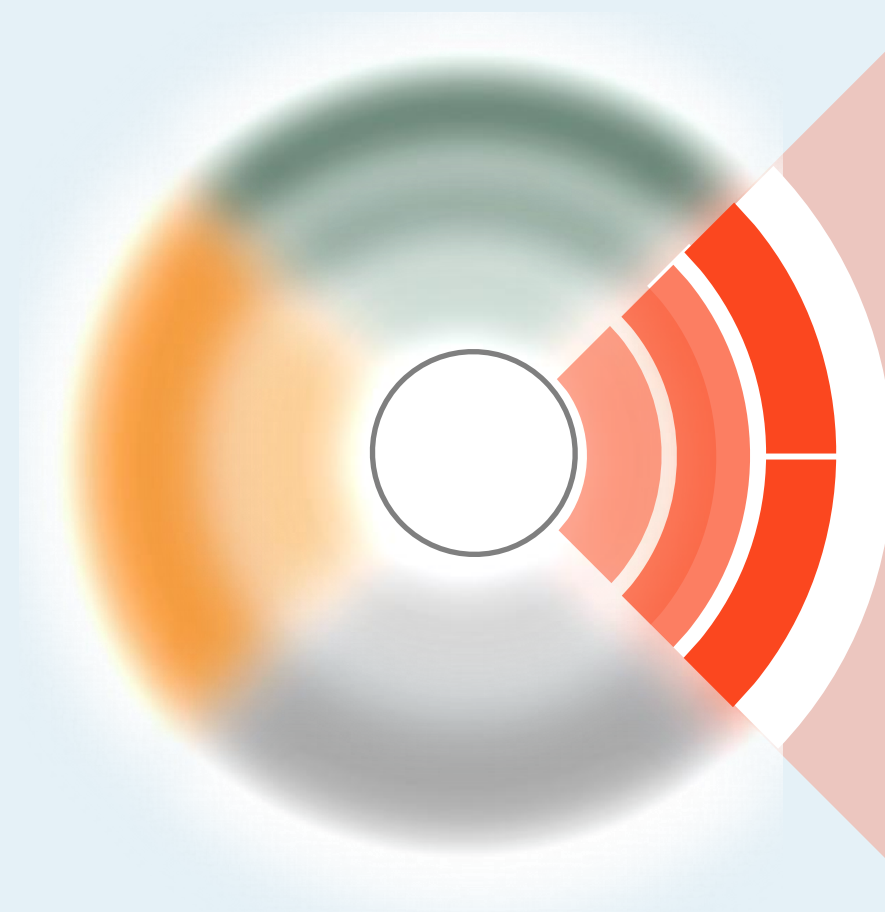
~80 **НОВИНОК
В ГОД**

~120
**пре-тестов
В ГОД**

**Новые
стратегические
запросы**



**Единая модель
связывает
все вопросы
стратегии
и объединяет
все знания
о потребителе**



Для кого мы
работаем

Когда нас
выбирают

Почему
мы нужны

Что мы
предлагаем



От списка проектов к системе решений

Качественные
исследования

Стратегические
проекты

Тестирование
запусков

Трекинги



Какая бизнес
задача?

Какого знания
не хватает?

Как связаны
источники?

Что
исследуем
дальше?



Исследование не заканчивается отчетом



Запуск, который не был случайностью



Hello Kitty

Запуск опирался не только на яркую идею, но и на понимание людей, контекста и ожиданий от бренда

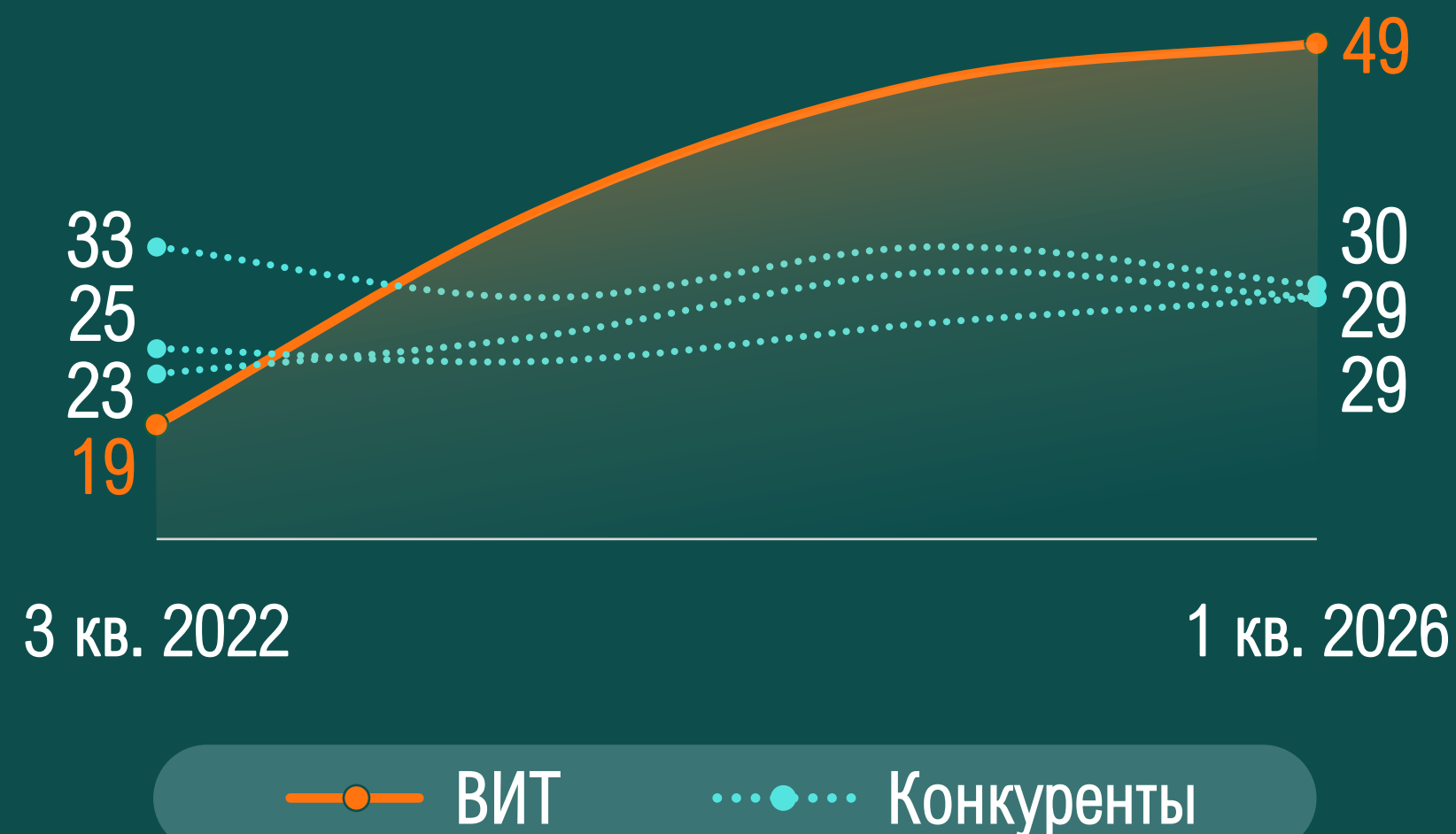
- Вирусный эффект до старта продаж
- Охват в соц. сетях >500 млн
- Out of stock за 3 дня,
- ROI 126%



Рынок показывает, что стратегия работает

Система трекингов
позволяет оценить, как
новая логика решений
отражается на рынке

Ассоциация с высказыванием «Бренд-лидер / лучше остальных»



База: Знающие марку
Источник: трекинговое исследование, ЦА посетители общепита за последние 6 месяцев
в возрасте 16-55 в 150+ городах присутствия «Вкусно – и точка», 3000 интервью
в квартал с равномерным набором по месяцам



ИПСОС КОМКОН

Агентство внутри контура решений

➤ **Понимать контекст**

➤ **Удерживать фокус**

➤ **Систематизировать**



Что изменилось в работе команды

> **Общий язык**

> **Понятная логика**

> **Взгляд вперед**

Исследования
как основа
стратегического
планирования



ИПСОС КОМКОН



Выводы за пределами кейса

При проведении исследований важно:

- 1 Связывать источники
- 2 Интерпретировать вместе
- 3 Генерировать новые гипотезы
- 4 Планировать решения
- 5 Проверять себя
- 6 Пересматривать подход



Стратегия

**не рождается
из одного
исследования**

**Она складывается
из системы
знаний, связанной
с решениями**

