+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Анализ рынка директ-маркетинга в России

https://marketpublishers.ru/r/AE447044B4ARU.html
Дата: 22.08.2024
Страниц: 46
Цена: (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: AE447044B4ARU

Описание

Отчёт об исследовании состоит из 9 глав

Глава 1 содержит методологические характеристики исследования: цель, задачи, объект, методы и информационную базу исследования.

Глава 2 посвящена классификации сегментов и основным характеристикам рынка прямого маркетинга в России.

В Главе 3 содержится информация об объемах рынка прямого (директ) маркетинга в России.

Глава 4 содержит описание основных событий, тенденций и перспектив развития рынка прямого (директ) маркетинга в России.

В Главе 5 содержится информация факторах развития рынка прямого (директ) маркетинга в России.

Глава 6 посвящена описанию объемов и особенностей деятельности direct mail в России.

Глава 7 содержит информацию о финансово-хозяйственной деятельности основных игроков рынка снегоходов в России.

Глава 8 предоставляет информацию о целевой аудитории директ маркетинга в России.

В Главе 9 содержится описание уровня цен на рынке прямого (директ) маркетинга.

Цель исследования

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Текущее состояние и перспективы развития рынка.

Задачи исследования:

1. Объем, темпы роста и динамика развития рынка.
2. Структура потребления.
3. Сценарии прогноза объема рынка на ближайшие несколько лет.
4. Тенденции и перспективы развития рынка.
5. Факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка.
6. Факторы, препятствующие росту рынка.
7. Конкурентная ситуация.
8. Особенности рынка.
9. Характеристика целевой аудитории.
10. Характеристика основных игроков.

Объект исследования
Рынок прямого (директ) маркетинга в России.

Метод сбора данных
Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке прямого (директ) маркетинга и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Информационная база исследований

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.

7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Резюме:

В апреле 2017 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка прямого маркетинга в России.

Объем рынка BTL в России в 2016 году составил 94,5 млрд. руб., что на 7% больше, чем показатель предыдущего года. Согласно расчетам DISCOVERY Research Group, доля прямого маркетинга в общем объеме рынка BTL услуг составляет около 25%, т. е. объем сегмента директ-маркетинга по итогам 2016 г. составил 23,6 млрд. руб. В течение 2009-2016 гг. доля сегмента в общем объеме рынка BTL-услуг выросла на 8%. Таким образом, сегмент директ-маркетинга растет быстрее рынка BTL в целом.

На развитие рынка прямого маркетинга оказывают влияние: растущая популярность digital прямого маркетинга, рост популярности e-mail рассылок, расширение спектра услуг и инструментов прямого маркетинга, увеличение количества заказов от местных производителей, зависимость успеха ДМ-кампании от сезона.

На прогноз объема рынка в 2017 году влияют три фактора. Во-первых, это общая экономическая ситуация в стране. Во-вторых, прогноз зависит от характера

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

госрегулирования – будет оно усиливаться или ослабляться для данной отрасли. Причем это касается не только рекламной сферы. Как показывает опыт последних лет, инициативы государства в отношении регулирования алкогольной отрасли, медицинской и фармацевтической деятельности, так или иначе влияют на ситуацию на рекламном рынке. В-третьих, на прогноз влияют прочие события, которыми будет насыщен 2017 год. Речь о Кубке Конфедераций, подготовке к Чемпионату мира по футболу, подготовке к президентским выборам.

Краткое описание исследования

Готовый анализ рынка прямого (директ) маркетинга в России. Исследование содержит сведения об объеме рынка, темпах роста, тенденциях и перспективах развития и других ключевых показателях.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Содержание

ГЛАВА 1. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Объект исследования
1.2. Цель исследования
1.3. Задачи исследования
1.4. Метод сбора и анализа данных
1.5. Источники получения информации
1.6. Объем и структура выборки

ГЛАВА 2. КЛАССИФИКАЦИЯ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА

2.1. Общие характеристики прямого маркетинга
2.2. Классификация видов прямого маркетинга
2.3. Направления использования методов прямого маркетинга
2.4. Сходства и отличия прямого маркетинга в B2C и B2B сфере

ГЛАВА 3. ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

3.1. Объем и темпы роста рынка
3.2. Прогноз развития рынка

ГЛАВА 4. ОСНОВНЫЕ СОБЫТИЯ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРЯМОГО

маркетинга в России
4.1. Растущая популярность digital прямого маркетинга
4.2. Рост популярности e-mail рассылок
4.3. Расширение спектра услуг и инструментов прямого маркетинга
4.4. Увеличение количества заказов от местных производителей
4.5. Зависимость успеха ДМ-кампании от сезона

ГЛАВА 5. ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

5.1. Частое использование компаниями рыночных баз данных

5.2. Необходимость серийной коммуникации с потребителем
5.3. Влияние законодательства на деятельность специалистов по прямому маркетингу

ГЛАВА 6. DIRECT MAIL В РОССИИ

6.1. Преимущества direct mail
6.2. Типы писем в direct mail
6.3. Объем рынка direct mail
6.4. Прогноз развития рынка direct mail
6.5. Тенденции и особенности direct mail
6.5.1. Двухшаговые продажи
6.5.2. Наиболее важные параметры рассылки
6.5.3. Наиболее популярные типы публикаций в рассылках
6.5.4. Реализация всех требований к подписке
6.5.4. Важность отправки писем в определенное время
6.5.5. Использование direct mail одновременно с другими инструментами
прямого маркетинга 35

ГЛАВА 7. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ BTL-АГЕНТСТВ (В ТОМ ЧИСЛЕ ДИРЕКТ-

маркетинга) в условиях кризиса 36
7.1. Рост требований клиента к агентству
7.2. Сокращение бюджетов компаний на маркетинговые услуги
7.3. Снижение качества персонала в агентствах
7.4. Увеличение отсрочки платежа
7.5. Развитие многопрофильных агентств
7.6. Усиление борьбы между региональными агентствами
7.7. Важность для клиента качественной работы агентства
7.8. Основные претензии к деятельности в сфере прямого маркетинга

ГЛАВА 8. ОПИСАНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА

ГЛАВА 9. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РЫНКЕ ПРЯМОГО МАРКЕТИНГА

9.1. Общая характеристика игроков на рынке прямого маркетинга
9.2. Профили основных игроков на рынке прямого маркетинга
9.2.1. INBRIEF

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

9.2.2. Diversity
9.2.3. BeeTL
9.2.4. Action
9.2.5. Poster One

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Список Таблиц

СПИСОК ТАБЛИЦ:

Таблица 1. Рейтинг агентств, работающих в сегменте прямого маркетинга.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Список Диаграмм

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста BTL рынка в России, млрд. руб. и %.
Диаграмма 2. Использование различных видов маркетинговых услуг в России, %.
Диаграмма 3. Статистика открытия и отклика на e-mail рассылку организаций различных сфер деятельности, %.
Диаграмма 4. Параметры, влияющие на эффективность электронной рассылки, %.
Диаграмма 5. Важность характеристик BTL-агентства для клиента, %.
Диаграмма 6. Рейтинг агентств, работающих в сегменте прямого маркетинга.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Название: Анализ рынка директ-маркетинга в России

Ссылка: https://marketpublishers.ru/r/AE447044B4ARU.html

Цена: Цена по запросу

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:
info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:
https://marketpublishers.ru/r/AE447044B4ARU.html