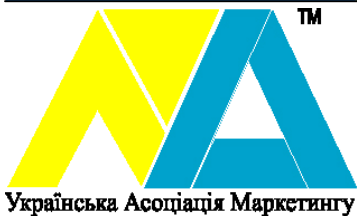


Апрель 2009

04.2009

МАРКЕТИНГ ГАЗЕТА



Українська Асоціація Маркетингу

Обратите внимание

Поздравляем
исследовательскую компанию
"PRAVDA Research"
со вступлением в коллективные
члены УАМ.

Рекомендовали:

Ирина Балава, "IPSOS Ukraine" и
Глеб Троненко, компания "АЮДИИ"

В этом выпуске:

Ставлення населення України та Росії до україно-російських відно- син. (КМІС)	2
Политический и экономи- ческий кризис глазами украинцев. (TNS)	4
TNS объявила о назначе- нии нового Глобального директора сектора TNS Finance	5
Экономический кризис достигнет своего дна в последнем квартале 2009 года. (ММГ)	6
По мере того как мир затягивает потуже пояса и нарастает игра в обвине- ния, Америка остаётся последним бастионом веры в свободную торгов- лю. (УМР)	8
Новости от UMG-Research International	7
Новости клубов УАМ	9
«Старый друг – лучше новых двух» - о работаю- щих программах лояльно- сти на Международном бизнес-форуме «Дни Ди- рект Маркетинга в Укра- ине 2009»	9

Издание Всеукраинской Общественной Организации
«Украинской Ассоциации Маркетинга»



Новости наших членов



КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ
KIEV INTERNATIONAL INSTITUTE OF SOCIOLOGY

Вул.Волоська 8/5, Київ, 04070, Україна; тел./факс (+38 044) 537-3376, ел-пошта: office@kiis.com.ua
8/5 Voloska St, Kyiv, 04070, Ukraine; phone/fax (+38 044) 537-3376, e-mail: office@kiis.com.ua
www.kiis.com.ua

СТАВЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ТА РОСІЇ**ДО УКРАЇНО-РОСІЙСЬКИХ ВІДНОСИН**

Ми продовжуємо порівнювальний аналіз даних паралельних досліджень, проведених минулого 2008 та поточного 2009 року за взаємною домовленістю в Україні (КМІС) та в Росії (Левада-Центр).

З 13 по 23 березня 2009 року Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) провів всеукраїнське опитування громадської думки. Методом інтерв'ю опитано 2000 респондентів, що мешкають в усіх областях України, у Криму та у Києві за стохастичною вибіркою, репрезентативною для населення України віком від 18 років.

Статистична похибка вибірки (з імовірністю 0.95 і за дизайн-ефекту 1.5) не перевищує 3,3% для показників близьких до 50%, 2,8% - для показників близьких до 25%, 2,0% - для показників близьких до 10%, 1,4% - для показників близьких до 5%, 0,9% - для показників близьких до 2% та 0,6% - для показників близьких до 1%.

Дослідження Левада-Центру проводилося 20-23 березня 2009 року. Було опитано 1602 росіянина, які проживають у 127 населених пунктах. Статистична похибка не перевищує (без урахування дизайн-ефекту) 3,4%.

Динаміка відповідей українців на запитання «Якими б ви хотіли бачити відносини України з Росією?»

Протягом місяця знизилася кількість тих, хто бажає дружніх стосунків між Україною та Росією, як незалежними державами (із 68% у лютому до 63% - у березні).

Порівняно із лютим дещо підвищилася кількість тих, хто вважає що Україна та Росія повинні об'єднатися в одну державу - з 23% до 26%.

Порівняно з лютим, у березні підвищився відсоток тих, хто не визначився - з 1% до 4%.

Динаміка відповідей росіян та українців на запитання: «Як Ви загалом зараз ставитеся до Росії/України?»

Дані трьох досліджень (див. таблицю 2) показують, що ставлення до Росії в Україні набагато краще, ніж ставлення до України в Росії, 90% українців позитивно ставляться до Росії. Кількість тих, хто негативно ставився до Росії у 2008 році (7%) практично не змінилася (6%).

Ситуація в Росії дещо змінилася - там позитивне ставлення до України збільшилося з 29% у січні 2009 року до 40% - у березні 2009, а негативне ставлення зменшилося на 13% (із 62% до 49%).

Таким чином, у березні добре ставилися в Україні до Росії 90% населення, а в Росії до України 41%; погано ставиться до Росії в Україні 6% опитаних, в Росії до України - 49%.

За останні 1-2 місяці ставлення українців до Росії не змінилося, ставлення росіян до України дещо покращилося (частка тих, хто ставиться добре зросла на 11%).

«Якими б ви хотіли бачити відносини України з Росією?»

Варіанти відповідей	Україна, квітень 2008 (%)	Україна, лютий 2009 (%)	Україна, березень 2009 (%)
відносини України з Росією повинні бути такими самими, як з іншими країнами – із закритими кордонами, візами, митницями	10.2	7.8	7.7
Україна й Росія повинні бути незалежними, але дружніми державами – з відкритими кордонами, без віз та митниць	66.7	67.6	62.9
Україна й Росія повинні об'єднатися в одну державу	20.3	23.1	25.7
ВАЖКО СКАЗАТИ	2.8	1.4	3.7
Разом	100	100	100

«Як Ви загалом зараз ставитеся до Росії/України?»

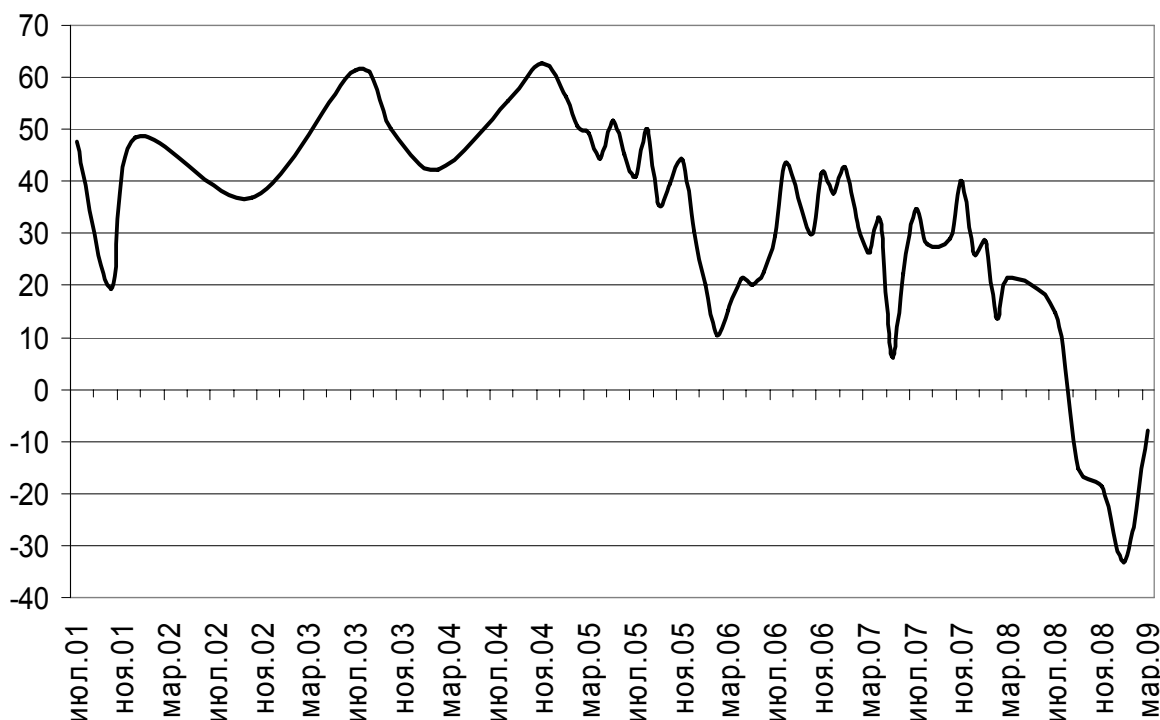
(питання КМІС) Як Ви загалом зараз ставитеся до Росії?

(питання Центру Левада) Як Ви в цілому ставитеся зараз до України?

	ДО УКРАЇНИ (Росія), %			ДО РОСІЇ (Україна), %		
	березень 2008	січень 2009	березень 2009	квітень 2008	лютий 2009	березень 2009
дуже добре/в основному добре	55	29	41	88	91	90
в основному погано/дуже погано	33	62	49	7	5	6
ВАЖКО СКАЗАТИ	12	9	9	5	4	4

Графік 1. Індекс відношення до України в Росії

(різниця між позитивними та негативними оцінками, %)



Новости наших членов



Политический и экономический кризис глазами украинцев

Согласно национальному ежемесячному исследованию «Омнибус» (Omnibus), проводимому компанией «ТНС Украина» на постоянной основе (ежемесячно опрашивается 1200 респондентов, представляющих население Украины в возрасте 16-75 лет), политический кризис в стране и дальше усугубляется.

По результатам исследования «Омнибус», проведенного в марте 2009 г. (полевым этапом проходил с 6 по 14 марта, теоретическая ошибка выборки не превышает 3%), рекордное количество респондентов – 90,6% считают, что в целом все, что происходит в Украине, идет в неправильном направлении; только 3,8% уверены, что в правильном направлении; и 5,7% - затруднились дать ответ.

Половина украинцев (50%) полагают, что для разрешения политического кризиса со своего поста должен уйти Виктор Ющенко. 21% респондентов придерживаются мнения, что это должна быть Юлия Тимошенко, 13% думают, что никто из них не должен уходить в отставку. Еще 13% не определились со своим мнением по этому вопросу, 3% отказались от ответа.

Вопрос формулировался следующим образом: *«Кто, по Вашему мнению, должен уйти в отставку со своего поста для разрешения политического кризиса - Юлия Тимошенко или Виктор Ющенко?»*

Большее половины опрошенных (54%) считают, что Виктор Ющенко несет наибольшую ответственность за усугубление политического кризиса в Украине. 19% украинцев придерживаются мнения, что ответственность за усугубление политического кризиса лежит на Юлии Тимошенко, 5% - что на Викторе Януковиче. 3% респондентов назвали в качестве виновников усугубления кризиса других политиков, 16% затруднились ответить на этот вопрос, 3% отказались от ответа.

Вопрос формулировался следующим образом: *«Кто, по Вашему мнению, из трех ведущих украинских политиков - Виктор Ющенко, Юлия Тимошенко или Виктор Янукович несет наибольшую ответственность за усугубление политического кризиса в Украине?»*

губление политического кризиса в Украине?»

34% украинцев полагают, что Президент Виктор Ющенко больше других политиков заинтересован в усугублении экономического кризиса в Украине для борьбы со своими политическими противниками. 16% респондентов назвали в таком качестве Юлию Тимошенко, 10% - Виктора Януковича. Около 3% участников исследования выбрали других политиков, 9% украинцев придерживаются мнения, что никто из политиков не заинтересован в усугублении политического кризиса. 25% затруднились ответить, 4% отказались от ответа.

Вопрос формулировался следующим образом: *«Существует мнение, что некоторые политики используют экономический кризис в Украине и его последствия для борьбы со своими политическими противниками. Кто из политиков, больше других заинтересован в том, чтобы экономический кризис в Украине усугублялся?»*

Согласно этому же исследованию, 71,1% украинцев оценивает сегодняшние отношения между Украиной и Россией как плохие, 17,7% рассматривают текущие отношения с Россией как хорошие, 8,8% затруднились ответить и 2,4% отказались от ответа.

На вопрос, кто виноват в том, что на данный момент между Украиной и Россией сложились не совсем дружественные отношения

40,1% украинцев считают, что Украина и Россия в равной степени виноваты;

30,9% ответили, что Украина виновата в сложившейся ситуации;

13,2% украинцев заявили, что Россия виновата в том, что на текущий момент отношения между нашими странами не совсем дружественные;

6% назвали виновником США;

6,9% затруднились ответить;

2,9% отказались от ответа.

Треть украинцев (36,8%) считают, что в ближайшее время отношения между Украиной и Россией останутся без изменений; 23,8% полагают, что они будут ухудшаться; 22,4% считают, что отношения между Украиной и Россией улучшаться в ближайшее время; 14,8% затруднились ответить и 2,1% отказались от ответа.

На вопрос, когда Украина сможет преодолеть нынешний экономический кризис, ответы украинцев распределились таким образом:

Не знаю, трудно о чем-то судить заранее	39%
В 2011-2012 году	24,8%
До конца 2010 года	15,7%
До конца 2009 года	9,4%
Никогда	5,1%
До осени 2009 года	0,8%
Отказ от ответа	5,3%

TNS объявила о назначении нового Глобального директора сектора TNS Finance

30 марта 2009 года, Лондон, Великобритания: TNS, крупнейшая в мире сеть компаний, проводящая исследования на заказ, сегодня объявила о назначении Боба Ньюхауса (Bob Neuhaus) на пост Глобального директора сектора TNS Finance. Он будет совмещать работу на данном посту со своей нынешней должностью Исполнительного вице-президента (Executive Vice President) TNS подразделения Financial Services в Северной Америке.

На новом посту Боб Ньюхаус будет отвечать за все аспекты исследовательской практики TNS в области финансов, включая исследования на заказ (custom research), развитие бизнеса, развитие нового продукта и прибыльность. При выполнении этих глобальных функций Боб Ньюхаус будет подчиняться Педро Росу (Pedro Ros), Главному исполнительному директору TNS, его офис будет находиться в г. Стамфорд, США.

Боб Ньюхаус руководит в TNS подразделением Financial Services в Северной Америке с 2006 года; до этого он занимал руководящие посты в таких глобальных финансовых организациях, как JP Morgan, M & T Bank и Greenwich Associates.

Одной из основных задач г-на Ньюхауса на новом посту является обеспечение надежной позиции TNS при консультировании клиентов по поводу возможностей на сегодняшнем рынке и о том, как они могут эффективно реагировать на глобальный финансовый кризис. Г-н Ньюхаус будет предоставлять ценную для клиентов TNS информацию, воспользовавшись своим опытом в Секторе Global Finance с тем, чтобы помочь финансовым компаниям восстановить доверие, перестроить бренды, и организовать отношения с заказчиками на других принципах.

Педро Рос, Главный исполнительный директор, сказал: “Это очень хорошо, что г-н Ньюхаус будет занимать эту должность и будет руководить сектором глобальных финансов во время, которое ставит много задач перед глобальной экономикой. И мы хотим помочь нашим клиентам эффективно реагировать на вызов времени. Поэтому TNS несет огромную ответственность за предоставление клиентам действенных инсайтов, которые помогут им в развитии своего бизнеса. Кроме огромного опыта, накопленного Бобом Ньюхаусом в данном секторе, он хорошо разбирается в потребностях клиентов TNS при ведении бизнеса и понимает те задачи, которые перед ними стоят в секторе финансов. Этот факт, а также наше умение предоставлять хорошо спозиционированные бизнес решения по данным вопросам, позволяет TNS быть тем поставщиком услуг, которого предпочитают многие банки, страховые и инвестиционные организации. Уверен, что г-н Ньюхаус разовьет этот успех.”

Новости наших членов

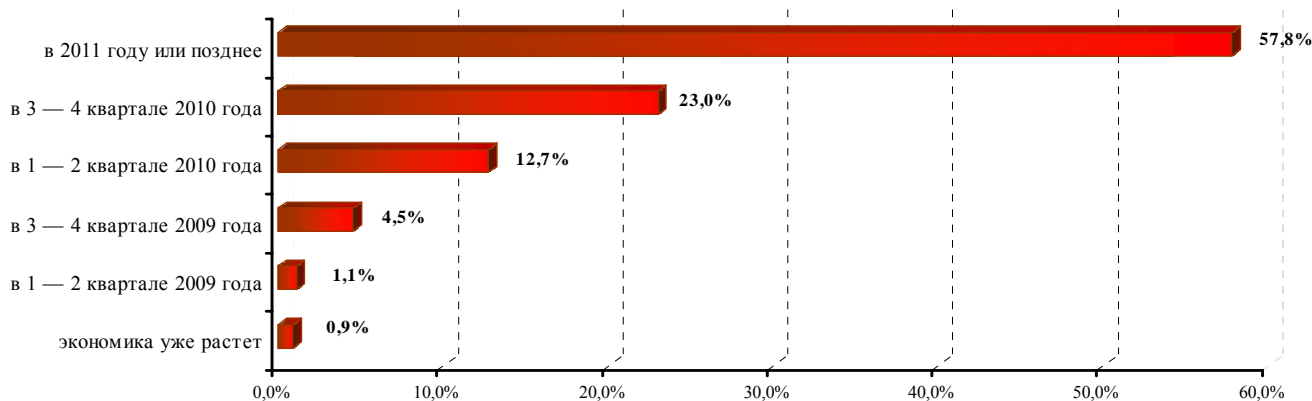


Экономический кризис достигнет своего дна в последнем квартале 2009 года

Свой рост мировая экономика начнет в 2010 году, так считает 55% украинских бизнес-специалистов, принявших участие в опросе «Причины кризиса и пути выхода из него».

По данным того же исследования, которое провела Международная Маркетинговая Группа, позитивная динамика в Украине начнется не ранее 2011 года, и может даже позже – такое мнение высказали 57,8%. Немного оптимистичнее настроены 23% респондентов, они предполагают, что реальный рост экономики Украины начнется в 4 квартале 2010.

Диаграмма «Когда украинская экономика начнет реальный рост?»



Что касается факторов влияния на развитие кризиса, то, по мнению представителей украинского бизнеса, в Украине это нестабильность верховной власти и ее высокий уровень коррупции (89,7% и 82,5% соответственно). Что касается мировой ситуации, то более всего на развитие кризиса в мире влияют неадекватная финансовая политика крупнейших стран (64,5%), необеспеченное деньгами потребление товаров и услуг (63,5%), а также перегретость финансового рынка (59,7%).

43,9% экспертов прогнозируют, что своего «дна» экономический кризис в Украине достигнет в конце 2009 – начале 2010 года, т.е. позже мирового примерно на 1 - 2 квартала.

Результатом кризиса будет модернизация экономики Украины

60% представителей украинского бизнес-сообщества, которые приняли участие в исследовании «Причины кризиса и пути выхода из него», считают, что в результате кризиса бизнес не только понесет потери, но и обновится, расширится, поскольку компании наберутся опыта и пересмотрят свои приоритеты.

Согласно данному исследованию, которое в марте провела Международная Маркетинговая Группа, изменения коснутся не только бизнеса, но и власти Украины. 30% респондентов считают, что власть сменится, чуть меньше бизнес-специалистов, а именно 25% - что и после кризиса ничего не поменяется.

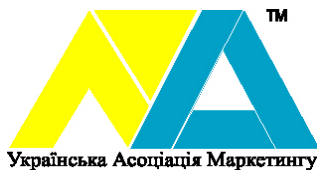
В сложившейся ситуации, бизнесмены рекомендуют искать новые решения и пути выхода, а также оптимизировать расходы, повышать конкурентоспособность бизнеса и эффективность производства. Основной же совет простым людям – не паниковать, а работать и еще раз работать. В то же время 13,2% опрошенных, готовы к активным действиям в виде протестов и борьбы за власть.

В целом, вывод, который делают эксперты позитивный - в результате кризиса Украина резко снизит зависимость от импортируемой продукции и модернизирует свою экономику.

Екатерина Игольникова, PR-менеджер компании Международная Маркетинговая Группа,
телефоны в Киеве 581-68-41, а также +38(097)967-70-52,
e-mail katerina.igolnikova@marketing-ua.com

Організатор

Генеральний спонсор



Четвертый международный форум

«Промышленный маркетинг. Программа антикризисных действий»

ФОРУМ "Промышленный маркетинг" - крупнейшее мероприятие в сфере промышленного маркетинга в Украине. Форум изменил формат (выделились 2 секции – общеметодическая и отраслевые). Таким образом, мы уверены, что каждому участнику будут предоставлены полезные методические материалы и индивидуальная информация по профильному рынку.

Цель Форума: развитие промышленного маркетинга в Украине через обмен опытом между представителями разных областей промышленности, знакомство с новыми технологиями в сфере маркетинга и предоставление возможности их использования на промышленных предприятиях.

Участники Форума:

руководители и специалисты отделов маркетинга и продаж промышленных предприятий;
руководители маркетинговых, консалтинговых, рекламных, PR агентств, выставочных компаний;
представители профильных СМИ.

На форуме будут представлены результаты исследования промышленных рынков в 2008–2009 гг.

Время проведения - 12 июня 2009 года.

Это однодневное мероприятие с 10:00 до 17:00. Предусмотрены перерывы на кофе и обед.

Место проведения: центр Магистерской подготовки КНЭУ, конференц-зал, ул. Мельникова 79/81, Киев

Формат Форума: Интерактивные семинары и **отраслевые** секции. Будет проведена целевая игра "Антикризисный маркетинг".

Стоимость участия 490 грн. с НДС

Контактная информация: Пр-т Победы 54/1, оф. 436 Киев, 03057, Украина Тел. /факс: 044 456 08 94 uma@kneu.kiev.ua, <http://uam.in.ua>

Новости наших членов

Новости от UMG-Research International

Уважаемые Коллеги,

Ukrainian Marketing Group (UMG) является лидирующей компанией по проведению маркетинговых исследований в Украине и странах СНГ. Нашими Клиентами являются МТС, Кока-Кола, Нестле, Саб-Миллер, Филип Моррис, Эрикссон, Сервье, Крафт Фудз, Союз-Виктан, Тетра-Пак и многие другие.

Сегодня мы открываем новый этап в сотрудничестве со средствами массовой информации.

Предлагаем Вашему вниманию рубрику "Мнение киевлян по наиболее резонансным новостям недели".

Метод получения информации: телефонный опрос CATI; выборка 200 респондентов в Киеве, репрезентативно населению 18+.

Материалы рубрики будут предоставляться по вторникам и четвергам. Информация предоставляется бесплатно при обязательной ссылке на Ukrainian Marketing Group (UMG).

Если у Вас возникнет желание узнать мнение киевлян по поводу какой-либо новости, звоните или пишите Виктории Котовой - e-mail. kotova@umg.com.ua. tel. +38 (044) 568-59-21/19

Нынешняя новость дня:

- Киевлянам был задан вопрос: «Кто, по Вашему мнению, принес большую пользу государству Украина за последние 2 недели: Юлия Тимошенко, подписав газовое соглашение в Брюсселе, или Виталий Кличко, одержав очередную победу в боксе?»

55% - посчитали, что большую пользу принес Виталий Кличко, 45% - отдали пальму первенства Ю. Тимошенко. При этом, Виталий Кличко в большей степени получил голоса мужчин и молодежи. Ю.Тимошенко получила большинство голосов женщин в возрасте 55 лет и старше. Также, экономической тематике отдали свое предпочтение киевляне с высшим образованием.

- Для 43% киевлян переход на летнее время это - возможность успевать больше. Хроническим недосыпанием будут «страдать» 39 % опрошенных. Больше всего это характерно для женщин с высшим образованием.

18% не знали о переходе на летнее время на момент опроса. Большинство из них - мужчины.

www.umg.ua, www.research-int.com



По мере того как мир затягивает потуже пояса и нарастает игра в обвинения, Америка остаётся последним бастионом веры в свободную торговлю.



Результаты одного из последних исследований показывают, что общественное мнение в 18 из 19 стран сейчас настроено против свободной торговли и склоняется в пользу большего правительственного регулирования, а Соединенные Штаты остаются единственной нацией положительно воспринимающей свободную торговлю.

Недовольство правительствами и индустрией финансового сервиса нарастает, сопровождаясь пессимизмом и затягиванием поясов по всему миру: **86% стран считают свое государство пребывающим в рецессии** и большинство (52%) домашних хозяйств развитых наций едва сводят концы с концами.

Глобальный отчет по восприятию кризиса был представлен на конференции Международных Исследовательских Организаций (International Research InstituteS - IriS) проходившей 21-22 марта в Гааге, в которой также принимала участие **украинская исследовательская компания UMP**. Исследование проводилось в течение 2 недель среди 16 000 респондентов в 19 странах.

Глобальная депрессия.

Большинство потребителей во всем мире (60%) считают, что **сегодняшние условия худшие из тех, которые они когда-либо знали**, и многие опасаются угрозы остаться без работы (57%). Оптимизм пребывает в дефиците – **Китай единственная страна, чьи потребители все еще ожидают, что полного спада можно избежать**, а все остальные предполагают, что рецессия продлится, по крайней мере, 6 месяцев. **Более трети (36%) думают, что рецессия продлится более двух лет.**

Начинается игра в обвинения.

Во всем мире люди склоняются к обвинению своих правительств в текущих экономических проблемах (26%), почти четверть (23% глобально) возлагают основную вину на финансовую индустрию или жадность корпораций, в то время как пятая часть (20% глобально) определяет источником кризиса США и администрацию Буша. «Анти- корпоративные» настроения сильны в Европе (30% обвиняют в основном банки и скудность корпораций) и в США (19%), но почти полностью отсутствуют в России и Китае (только 1% в каждой из стран).

26% граждан во всем мире думают, что их правительства предпринимают достаточно для сопротивления текущим трудностям. **Только общественность Китая, Голландии и Австралии склоняется к тому, что их правительства делают необходимые усилия.**

Потребители переходят на более дешевые товары и сокращают покупки.

Траты на подарки, еду вне дома и одежду пока претерпевают наибольший урон – шесть из десяти потребителей во всем мире уже сократили свои покупки в этих областях. Следующими на очереди в 2009 году могут быть индустрии отдыха и дорогих товаров, полу-

чившими статус первых для дальнейшего сокращения.

Глобально значительное количество людей сокращают затраты даже на товары первой необходимости такие как еда (28% переключается на более дешевые альтернативы и 20% фактически покупают меньше еды) и медикаменты (18% должны ограничивать издержки на препараты или лечение из-за нынешних условий).

Потребители в Азии и Южной Европе делают наибольшие сокращения среди целого ряда товаров и услуг, тогда как в Западной Европе они пока что только меняют свои покупательские привычки.

Исследование показало, что ради экономии денег женщины сокращают больше своих ежедневных затрат, тогда как мужчины более оптимистичны и склонны видеть сегодняшнюю ситуацию как время для поиска выгодных сделок. В некоторых странах, население со средним доходом страдает более всего, но, конечно же, домохозяйства с самым низким уровнем дохода наиболее пессимистичны.

Комментируя полученные данные, Аллерт Р. Де Ланге, Президент организации IriS сказал:

«Оценки того, что происходит, и как потребители адаптируют своё поведение, изменяются от страны к стране. В Голландии и Германии, и в некоторой степени в Великобритании и Австралии, сильно нуждающиеся слои фокусируют усилия на поиски новых возможностей и более дешевых альтернатив. Хотя во многих странах психология более простая – прекратить траты на жизненно необходимые вещи, даже если это означает остаться совсем без них».

Г-н де Ланге продолжает:

«Мы видим самую крайнюю реакцию у потребителей азиатских стран, кроме Китая, в Северной Америке и Восточной и Южной Европе; прогрессирующая безработица и неспособность платить за лечение или основные товары первой необходимости – наиболее вселяющие страх перспективы для потребителей в странах с низким уровнем социальной защиты».

«Во всем мире фактически страдают слои населения со средним и нижним уровнем доходов. Мы видим значительные перемены среди этих групп – предметы роскоши, дорогая одежда и отдых будут исчезать из жизни сотен миллионов людей в ближайшие месяцы».

Описание исследования:

Исследование IriS включает в себя 15,992 интервью, проведенных по выборкам с национальной репрезентативностью среди взрослого населения старше 16 лет с 14 по 28 февраля. Интервью проводилось с использованием он-лайн и телефонных панелей.

<http://www.ump.ua/>

<http://www.irisnetwork.org/>

НОВОСТИ КЛУБОВ УАМ

Клуб директоров исследовательских агентств.

Уважаемые члены клуба. Во 2-м номере журнала «Маркетинг в Україні» представлена экспертная оценка УАМ объемов рынка маркетинговых исследований. Приглашаем Вас принять участие в обсуждении оценки. Пожалуйста, присылайте свои комментарии на адрес uma@kneu.kiev.ua Тема письма «Комментарии к оценке» до 24 апреля. Ваши комментарии будут размещены на сайте. Будем благодарны за комментарии и на английском языке для размещения на англ. Веб страничке УАМ.

Клуб преподавателей.

28 апреля Львовская областная организация УАМ проводит семинар-тренинг для преподавателей – членов УАМ совместно с Корпорацией Парус. Тема семинара «Автоматизация учета взаимоотношений с клиентами с помощью CRM-системы. Парус – Менеджмент и Маркетинг 7.40» (для Windows)

Участникам семинара будут предоставлены CD со следующей информацией: демоверсия CRM-системы Парус – Менеджмент и Маркетинг 7.40» и «Парус – Туристическое агентство».

-Методические пособия с разработанными заданиями по этим системам

-Инструкция по использованию этих систем

ПРЕДОСТАВЛЕННУЮ ИНФОРМАЦИЮ МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ!

Стоимость семинара входит в членские взносы.

Для участия в семинаре необходимо зарегистрироваться у Председателя Львовской областной организации Мороз Людмилы Андреевны по тел: (0322) 39-89-81 или (032) 728-82-8

Студенческий клуб «M-team»

Анархия победит!

Компания МТС совместно с Украинской Ассоциацией Маркетинга при поддержке международной студенческой организации AIESEC, специализированного журнала Marketing Media Review и студенческого журнала College приглашает студентов – маркетологов и всех, кто интересуется коммуникационными технологиями будущего, на мастер-класс Гарретта Джонстона, директора по стратегическому маркетингу группы МТС. Информация о времени проведения будет указана на веб-страничке УАМ.

Новости наших партнёров

«Старый друг – лучше новых двух» - о работающих программах лояльности на Международном бизнес-форуме «Дни Директ Маркетинга в Украине 2009»

Участники конференции «Живые кейсы Call-центр & CRM-решений», которая традиционно пройдет в рамках Международного бизнес-форума «Дни Директ Маркетинга в Украине 2009», при информационной поддержке маркетингового журнала LOYALTY.INFO познакомятся с успешным опытом создания программ лояльности для потребителей различных компаний и оценкой эффективности их внедрения.

В условиях снижения покупательской активности на первый план выходят задачи удержания клиентов и повышения отдачи от бизнеса. Сегодня ключевыми показателями становятся прибыльность клиента и затраты на его удержание. Именно программы лояльности призваны повышать первое и снижать второе – а значит пришло время переходить от слов к делу! Тем более у большинства компаний рекламные бюджеты на поиск новых клиентов сведены до минимума, и жизнеспособным останется то предприятие, которое выберет стратегию «завоевания сердец» уже существующих покупателей.

Учитывая потребности времени, организаторы Международного бизнес-форума «Дни Директ Маркетинга в Украине 2009» решили уделить больше внимания вопросам разработки, внедрения и управления программами лояльности.

В рамках Конференции «Живые кейсы Call-центр & CRM-решений» участники смогут ознакомиться с особенностями построения эффективных программ лояльности, их различными инструментами, узнать, какие программы сегодня работают и приносят результат.

Максим Дробышев, автор инновационной технологии LifeStyle Segmentation, эксперт клуба Loyalty.INFO (Россия) расскажет об адресных программах работы с покупателями. Максим продемонстрирует методы построения портретов покупательских сегментов с использованием всей полноты информации об истории покупок, и проведет практический кейс по разработке и проведению адресных акций, направленных на привлечение, развитие покупателей, и перевод их в более маржинальный сегмент потребления.

Новости наших партнёров

Специальный гость конференции **Йолан Бабац**, ДМ консультант, член Совета Директоров Hungarian Direct Marketing Association (Венгрия) поделится секретами успешно реализованных программ лояльности для венгерских и международных компаний Libri, Ronald McDonald, Supershop, Yves Roches, Mexx и особенностях создания Клуба Harley Davidson для венгерских приверженцев этой торговой марки.

Наталья Тоцкая, партнер компании Customer Service Agency предложит участникам посмотреть на проблему удержания клиентов сквозь призму эмоциональной лояльности - высшей формы приверженности клиента компании. В докладе «Лояльность без программ лояльности» основное место будет отведено понятию удовлетворенности персонала, как главному фактору в процессе формирования удовлетворенности покупателя.

О применении новых технологий, а именно инструментов мобильного маркетинга в программах лояльности расскажет **Рената Адлер**, руководитель направления Mobile CRM Департамент i-Free Business Solution (Россия). Рената представит результаты уже реализованных проектов и покажет, что интеграция мобильных технологий в программы лояльности – это не просто модная тенденция, но и реально работающий инструмент.

Независимый эксперт и консультант по разработке и внедрению программ лояльности торгово-сервисных предприятий и банков **Константин Гонтмахер** (агентство целевого маркетинга «ИЮЛЬ», Россия) в своем докладе «Оперативный маркетинг лояльности» продемонстрирует приемы получения быстрого и эффективного результата от программ лояльности при небольших затратах. Константин также готов провести экспресс-аудит предложенных участниками программ лояльности и показать, какие изменения можно и нужно внести, чтобы получить максимальную отдачу.

Международный бизнес-форум «Дни Директ Маркетинга в Украине» (28-29 мая 2009г.) - крупнейший на территории стран Восточной Европы и СНГ бизнес-форум индустрии директ-маркетинга. Форум организует маркетинг-группа OS-Direct при поддержке Украинской Ассоциации Директ Маркетинга (УАДМ)

Подробная информация <http://www.dmdays.com.ua>.



Украинская Ассоциация Маркетинга продолжает выдавать членские билеты индивидуальным членам УАМ

Уважаемые коллеги, если Вы ещё не получили членский билет — пишите, звоните!
И обязательно присылайте нам своё фото 3x4, на конверте укажите свои ФИО (полностью, на украинском языке).

Членство в УАМ дает Вам следующие преимущества

- 1) Скидка на журнал «Маркетинг в Україні» - 5%
- 2) Скидки на подписку журнала "Отдел маркетинга", "PR-менеджер" - 10%;
- 3) Подписка на комплект "Маркетинговые исследования в Украине" + "Маркетинг и реклама" (скидка составляет 7%), "Маркетинговые исследования в Украине" - 7%, "Маркетинг и реклама" - 7%;
- 4) Скидка 7% на покупку литературы в Интернет-магазине деловой литературы (www.booksir.com.ua);
- 5) Аптека гормональных препаратов - скидка 12%;
- 6) Скидки на участие во всех мероприятиях УАМ;
- 7) Пользование ИАС «Парус консультант» на очень выгодных условиях! (Более подробно читайте на сайте: www.uam.in.ua)
- 8) 5% на покупку оргтехники через Интернет-магазин <http://dewevle.net.ua>

Основная миссия УАМ — формирование цивилизованной бизнес-среды.

Ежегодные членские взносы идут на развитие Всеукраинской Общественной Организации «Украинская Ассоциация Маркетинга»

Наш почтовый адрес:
03057, Киев, пр-т Победы
54/1, оф 434, 436.
+38 044 459-62-09

Расписание тренингов Украинской Ассоциации Маркетинга

Дата	Название тренинга	Тренер	Стоимость, грн. (с ПДВ) скидка для членов УАМ – 15%
25.04.09 – 26.04.09	Активные продажи. Искусство быть лучшим.	Исаева Анна	980
11.05.09 – 17.05.09 19.00 - 21.00	SPSS – надежный инструмент практикующего маркетолога (базовый вечерний курс)	Спиваковский Сергей	1200
12.06.09	Всеукраинский Форум «Промышленный Маркетинг»		495
9.09.09 – 11.09.09 19.00 – 21.00	Как строить динамику фокусированных групповых интервью. Круиз для модератора	Ирина Чудовская - Кандыба	980
22.10.09 – 23.10.09	Десятая Международная Научно – Практическая Конференция «Маркетинг в Украине»		500
11.09	Недельные Курсы «Практический Маркетинг»		1980

В стоимость тренингов входят раздаточные материалы, обед, кофе – паузы.

По окончании тренинга выдается **Сертификат УАМ**.

Украинская Ассоциация Маркетинга также организывает **корпоративные тренинги**.

Информация о тренингах УАМ: <http://uam.in.ua>, www.training.com.ua, www.jobmarket.com.ua, www.rabotaplus.com.ua, www.ukrfirm.com, www.kompass.ua, www.jobs.ua, www.treko.ru, ebitda.com.ua, otvetim.com.ua, moitreningi.ru, recruiting.net.ua, www.urg.net.ua, www.training.ua, www.trn.com.ua, www.spravka.ua, educate.com.ua, www.apn-ua, www.job.ukr.net, www.management.com.ua, 212.com.ua.

Философия УАМ — быть голосом маркетологов Украины.

Украинская Ассоциация Маркетинга объединяет исследовательские, консалтинговые и рекламные агентства, выставочные компании, контакт-центры, фирмы-разработчики программного обеспечения для маркетологов – в качестве коллективных членов; и физических лиц, а также преподавателей Вузов Украины, как индивидуальных членов.

Миссия УАМ:

1. формирование цивилизованной бизнес-среды;
2. продвижение и развитие маркетинга как фактора, кото-

рый определяет экономическое развитие и благосостояние страны;

3. поддержка малого и среднего бизнеса путем внедрения маркетинговых методов ведения хозяйственной деятельности.

4. способствование формированию цивилизованного и прозрачного комплекса механизма взаимодействия между органами государственной власти, учебными заведениями и бизнесом в области образования для маркетологов.

Для регулирования взаимоотношений между исследовательскими компаниями и заказчиками исследований разработаны Стандарты качества маркетинговых

исследований УАМ (на основе Стандартов качества маркетинговых исследований EFAMRO). Стандарты качества маркетинговых исследований УАМ зарегистрированы в ДП «УкрНДНЦ» под номером СОУ 91.12.0-21708654-001-2002. Стандарты регулируют права исследовательской компании, клиента (заказчика) и респондента, определяют основные процедуры хранения и обработки информации, права собственности на результаты маркетинговых исследований, права респондентов.

Стандарты качества маркетинговых исследований УАМ являются добровольным стандартом, а для членов УАМ – обязательным стандартом.

Издавания Украинской Ассоциации Маркетинга

Издавания УАМ:

- Аналитический журнал «Маркетинг в Україні».
- Ежегодное информационное издание «Щорічник УАМ».
- «Директиви та Керівництва ESOMAR» - официальный перевод на украинский язык Codes&Guidelines ESOMAR.
- Электронное издание Маркетинг Газета.

Журнал «Маркетинг в Україні» - аналитическое, профессиональное издание ассоциации.

В каждом номере журнала печатаются международные нормативные документы для маркетологов и рекламистов. Украинская Ассоциация

Маркетинга имеет право на перевод и печать документов ESOMAR, EFAMRO, CMOR.

Рубрики издания:

Новости украинского маркетинга/Обзоры рынков/Коммуникации: реклама, PR/Маркетинговые исследования/Управление брендами/Прикладные аспекты маркетинговой деятельности/Маркетинг услуг/Маркетинг в мире/Объем – 72 страницы.

Язык – украинский. Географический охват – Украина. Периодичность – 1 раз в два месяца.

Как приобрести: подписка в ДП ПРЕССА (подписной индекс 22942), в подписных агентствах Украины, в офисе УАМ, в киосках КНЕУ.

Стоимость редакционной подписки одного номера – 25 грн.

Стоимость годовой редакционной подписки (6 номеров) – 150 грн.

Ежегодное информационное издание «Щорічник УАМ».

Справочное издание. Содержит информацию членах ассоциации: маркетинговых и консалтинговых агентствах, выставочных компаниях, контакт-центрах, юридических компаниях, периодических изданиях, разработчиков программного обеспечения. Издание содержит информацию об учебных заведениях, которые готовят маркетологов.

Данные материалы могут быть высланы по почте

Над Маркетинг Газетой работали:

Директор проекту Ирина Викторовна Лылык, **Редакторы:** Наталия Андрущенко, Анна Туницкая, Лылык Марьяна

Адрес редакции: пр-т. Победы 54/1, оф. 436, г. Киев, 03057, Украина.

Телефон/факс: +38 044 456 08 94, 459 62 09. **E-mail:** uma@kneu.kiev.ua, primak@kneu.kiev.ua

Распространение: электронная рассылка по подписке членам, партнерам, представителям УАМ.

Тираж: 3000 электронных адресов.

Ответственность за рекламные материалы несут рекламодатели. По вопросам получения издания, размещения информационных материалов и рекламы в Маркетинг Газете обращайтесь в Редакцию.