



**RADAR**  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ  
КОМПАНИЯ

РЫНОК СУЩЕСТВУЕТ  
НЕЗАВИСИМО ОТ ВАС...



## ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ

# Инновационные методы исследований финансового рынка

Москва, Отель Савой, 26 сентября 2008 г.

© 2007-2008, ООО Исследовательская Компания «РАДАР»

107140, Россия, Москва,  
ул. Краснопрудная,  
д. 12/1, стр.1, пом. 15, 17

tel: +7 | 495 | 1788477  
e-mail: [info@radar-research.ru](mailto:info@radar-research.ru)  
web: [www.radar-research.ru](http://www.radar-research.ru)

...ДО ТЕХ ПОР, ПОКА  
ВЫ С ЭТИМ СОГЛАСНЫ





<b>11:00 – 11:30</b>	Регистрация участников конференции
<b>11:30 – 11:45</b>	Открытие конференции. Приветствие Генерального Директора компании РАДАР Марка Шафира
<b>11:45 – 12:15</b>	Доклад «Сегментация рынка банковских услуг и определение вариантов позиционирования брендов». <i>Марк Шафир (РАДАР)</i>
<b>12:15-12:45</b>	Доклад «Возможности разработки кредитных продуктов с использованием Conjoint-анализа». <i>Александр Земсков (РАДАР)</i>
<b>12:45-13:15</b>	Доклад «Исследования капитала бренда: западный опыт и российские реалии». <i>Ксения Петриченко (РАДАР)</i>
<b>13:15 – 13:40</b>	Кофе-брейк
<b>13:40 – 14:00</b>	Доклад «Возможности и перспективы онлайн исследований рынка банковских услуг». <i>Павел Филиндаш (РАДАР)</i>
<b>14:00 – 15:00</b>	Презентация и обсуждение перспектив развития проекта «Синдикативный трекинг здоровья брендов на рынке розничных банковских услуг» Finance®Compass
<b>15:00</b>	Заккрытие конференции





## МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ | ГДЕ?



- Отель Савой Москва (<http://www.savoy.ru/>), Конференц-зал «Зимний Сад»
- Адрес: Россия, Москва, ул. Рождественка д.3/6, стр.1. Тел. +7 (495) 620 8500
- Проезд: м. Кузнецкий Мост, Лубянка, Охотный Ряд

## ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ | КОГДА?



- 26 сентября 2008 г.
- Начало конференции в 11:00
- Продолжительность мероприятия: 4 часа
- Форма работы – устные доклады с презентацией (15 минут), после – краткие выступления и обсуждения (10-15 минут)

## УЧАСТНИКИ | КТО?



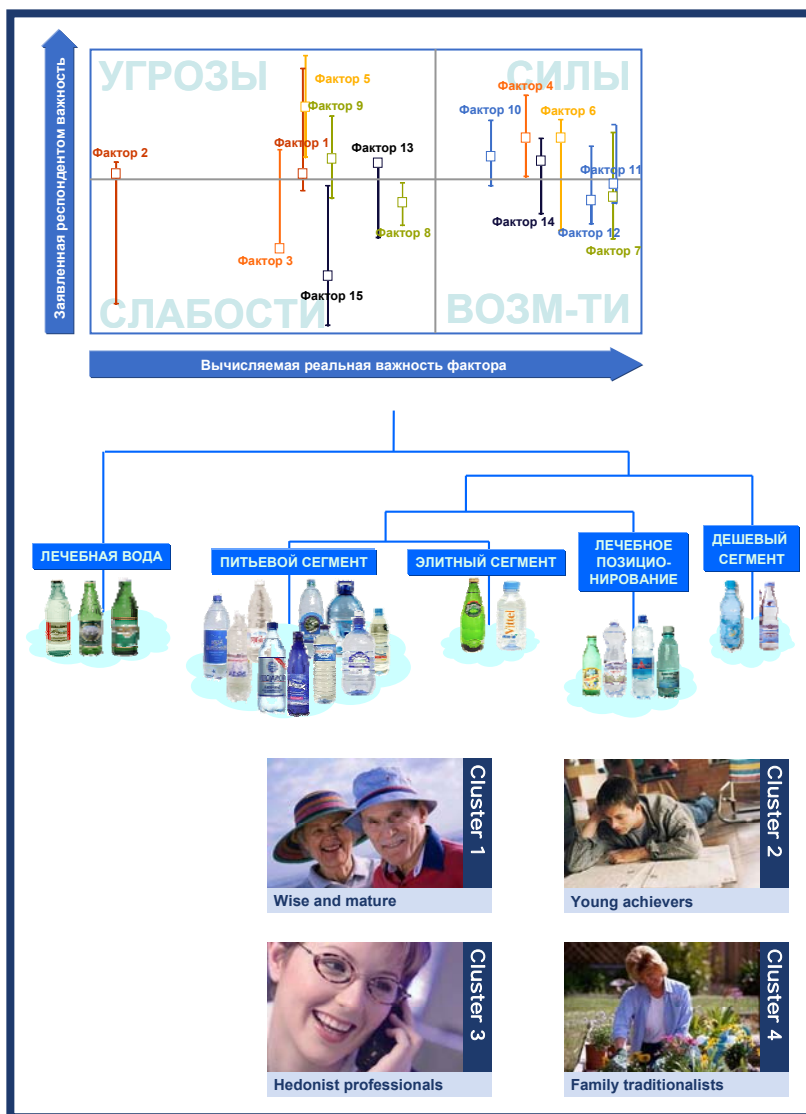
- Докладчики: топ-менеджмент и ведущие специалисты исследовательской компании РАДАР
- Участники: представители коммерческих банков России
- Участие в конференции бесплатное

## ЦЕЛЬ | ЗАЧЕМ?



- Объединить усилия исследователей и маркетологов для того, чтобы реализовать взаимовыгодный обмен опытом и знаниями между специалистами, и совместными усилиями выработать стратегию развития финансовых исследований в России





Определение потребностей

Группировка данных о важности факторов выбора банков в макро-показатели (драйверы) и анализ потребностей целевой аудитории.

Сегментация по потребностям

Методика классификации потребителей по выгодам от продукта. Устойчивость решения. Портрет и характерные черты каждого сегмента.

Поиск целевых сегментов

Оценка привлекательности сегментов. Соответствие банковских брендов сегментам потребителей. Построение матрицы приоритетности.

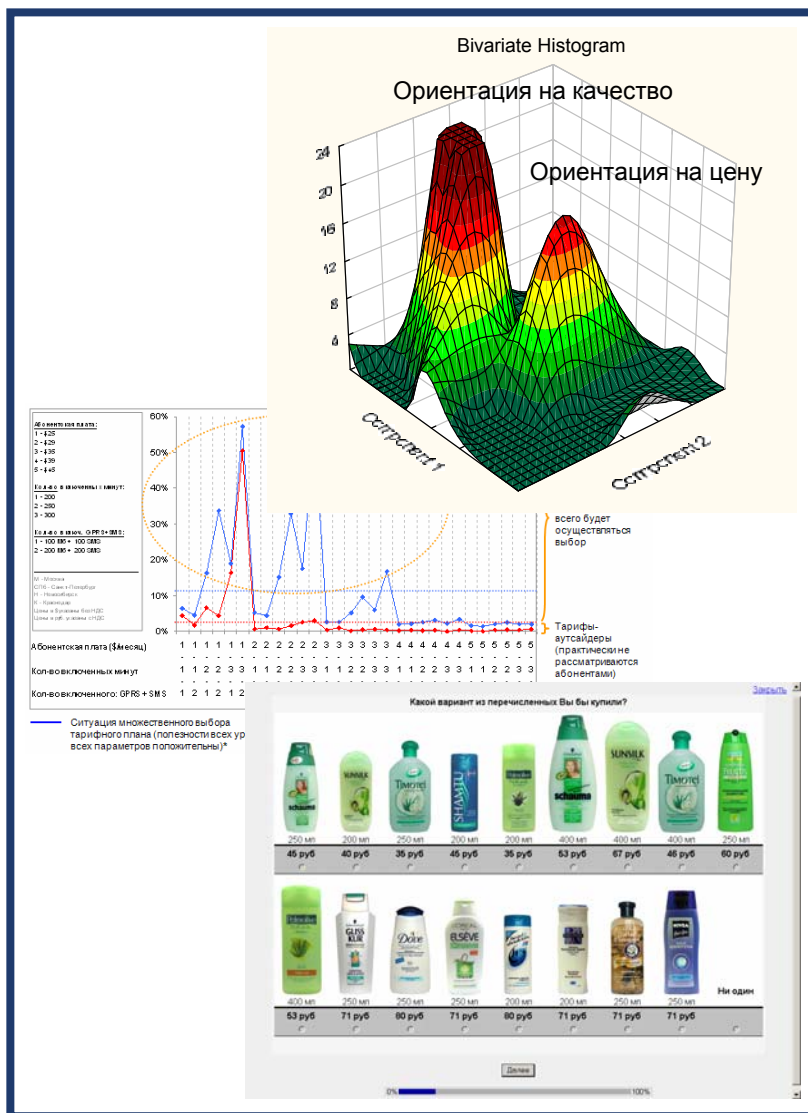
Стратегия позиционирования

Анализ рыночных ниш. Определение атрибутов для дальнейшей коммуникации целевым сегментам.





# ТЕЗИСЫ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ: Возможности разработки кредитных продуктов с помощью conjoint анализа – Александр Земсков



Реальная  
важность

Определение характеристик, действительно важных для потребителя в ситуации выбора кредитного продукта.

Полезность

Определение полезностей частных атрибутов продукта. Сравнение различных продуктов по уровню полезности, которую они несут потребителю.

Насколько  
важен бренд

Роль бренда в процессе выбора кредитных продуктов. Почему одинаковые продукты разных банков имеют разную полезность для потребителя?

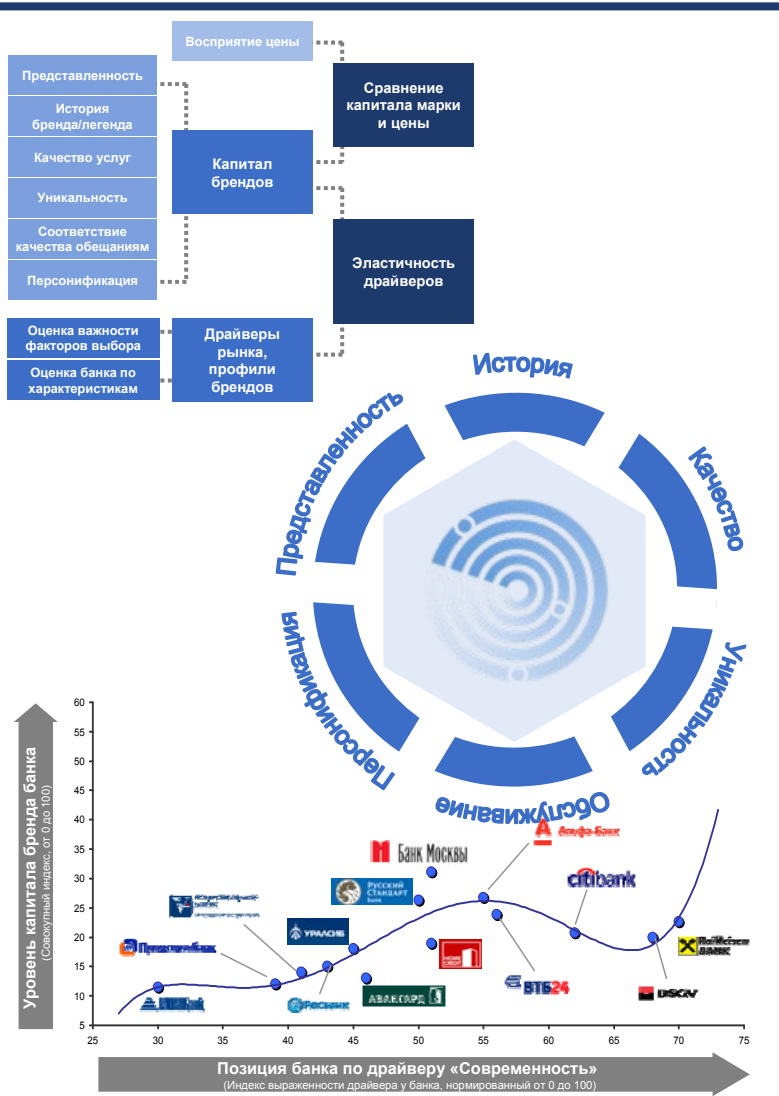
Симуляция  
рынка

Проигрывание различных сценариев конкурентной борьбы и прогнозирование доли рынка на основе данных исследований.





# ТЕЗИСЫ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ: Исследования капитала бренда: западный опыт и российские реалии – Ксения Петриченко



**Что такое капитал бренда**

Готовы ли потребители платить дополнительную «премиальную» стоимость за наш бренд? Из чего складывается капитал марки?

**Существующие подходы**

Обзор западных подходов к определению капитала бренда. Преимущества и недостатки этих методов на финансовом рынке. Особенности рынка.

**Методика компании РАДАР**

Результаты качественного исследования. Как потребители оценивают силу бренда. Количественная модель. Профили капитала брендов.

**Анализ драйверов рынка**

Как повысить капитал бренда? Какие драйверы вызывают наибольший рост капитала моего бренда? Определение стратегии развития.





### Капитальный проект о какой карьере думают студенты

- 33 Стать предпринимателем
- 24 Продвигаться по карьерной лестнице
- 35 Стать профессионалом
- 8 Другое



Источник: онлайн-исследование журнала «Секрет фирмы», агентств Online Market Intelligence и IQ marketing



## Актуальность

Современные тенденции свидетельствуют о том, что все большая часть исследований будет проводиться посредством Интернета (методология CAWI).

## Технология сбора данных

Как устроена интернет-панель? Как отбираются участники для участия в опросе? Как программируется анкета? Как контролируется качество?

## Репрезентативность

Сравнительное исследование пользователей финансовых услуг по данным, полученным методами оффлайн и онлайн.

## Преимущества и недостатки

Технологичность, скорость, заполняемость, логика, контроль, стоимость vs. ограниченная часть населения.





### Finance®Compass 2009



Суть  
исследования

Наш подход к трекингу бренда и рекламы на рынке ритейл банкинга. Особенности сбора данных. Почему мы предлагаем методологию CAWI.

Дизайн  
исследования

Варианты географии проекта. Обсуждение целевой аудитории исследования. Наши предложения по структуре выборки. Периодичность.

Формат  
участия

Как мы будем согласовывать анкету исследования. Как будут готовиться топлайны, отчеты и презентации. Эксклюзивные клиентские блоки исследования.

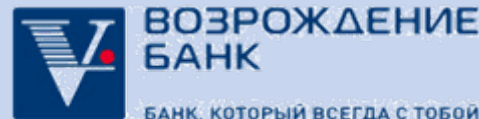
Стоимость  
участия

Какова стоимость годового участия в исследовании на 2009 год в зависимости от числа участников.





Банк Москвы





Для подтверждения вашего участия в конференции Вам всего лишь нужно отправить e-mail с указанием вашей фамилии и должности на адрес:

[Markova@radar-research.ru](mailto:Markova@radar-research.ru)  
(для Валентины Марковой)

Мы будем рады видеть Вас среди участников конференции!

