***Добрый день, уважаемые коллеги!***

*[](http://images.yandex.ru/yandsearch?p=4&text=%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3&img_url=http://ekb.dkvartal.ru/system/images/news/000/330/738_x_thumb.png&pos=141&uinfo=sw-1233-sh-588-fw-1008-fh-448-pd-1&rpt=simage)Глава 10*

***Сравниваем «до» и «после»***

*Маркетинг, маркетинговый анализ – это всегда сравнение. Что лучше, что хуже. Что – полезно, что - опасно. Поэтому мониторинг рынка – дело для маркетолога обычное.*

*Как должны выглядеть результаты мониторинга? Как оформить ежемесячный или ежеквартальный отчёт, чтобы в нём сразу было понятно, что изменилось по сравнению с предыдущим периодом? Для этого вводим в отчёт следующие разделы:*

1. ***Таблицы******«Изменение долей поставщиков, покупателей и производителей»***

*В этих таблицах по каждому участнику рынка указываем изменение его доли во времени (год к году, квартал к кварталу и т.п.) и заносим данные в графу «прирост доли рынка». Фирмы перечисляем по убыванию объёмов торговли за текущий период времени. Кроме того, цветом удобно выделить новые фирмы, которых в прошлом периоде не было. Если в новом периоде у них сразу возникает несколько процентов, то это всегда достойно внимания. Новички – зона особого риска. Если хотим понять – кто быстрее всех двигается, перестраиваем список по фильтру «прирост доли рынка» по убыванию параметра.*

*Однако самое быстрое и наглядное понимание произошедших изменений конкурентной среды даёт, на мой взгляд, график изменений долей рынка в виде матрицы БКГ.*

***9.******Графики изменений долей рынка ведущих поставщиков, покупателей и производителей***

*Матрица (так называемая матрица БКГ) отображает на оси координат X-Y темпы роста/падения конкурирующих компаний одновременно с объёмами их торговли. Рисунок обладает высокой информативностью: на одном графике мгновенно определяются лидеры и аутсайдеры сразу по двум параметрам: по объёмам торговли и по темпам продвижения на рынке. У кого шар больше – тот имеем максимальные объёмы торговли, у кого меньше – минимальные; кто выше всех вверху рисунка – тот лидер по темпам роста, кто ниже всех – сдаёт всем свои позиции.*

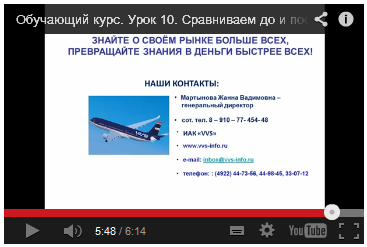
*Если Вы ищите нового покупателя, то сравнение темпов покажут вам у кого как «растут аппетиты» на закупку. Если ищите нового поставщика – увидите, кто, хотя ещё и не впереди всех, но скоро может стать лидером. Если ищите производителя – поймёте, чьи товары «набирают обороты» и растут в спросе.*

***10.******График изменений долей ведущих регионов-потребителей (регионов-поставщиков)***

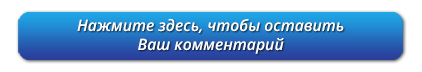
*Та же самая на вид матрица, отображающая темпы роста/падения торговли российских регионов одновременно с объёмами их экспорта/импорта.*

*Таким образом, эти три новых раздела позволят быстро сориентироваться, кто, хоть и не № 1 сегодня на рынке, но зато очень активно стал других двигать. Также, если Вы сами – участник ведущей семёрки, то тут же обнаружите, кого вы обошли, а кто вас опередил.*

***Видео урок: Сравниваем "до" и "после"***

*[](http://www.youtube.com/watch?v=X0kT0_SjW2Y)*

[***Перейти к просмотру видео-урока***](http://www.youtube.com/watch?v=X0kT0_SjW2Y)

*[](http://www.vvs-info.ru/msg/review/)*

***Держим связь,***

***Жанна Мартынова - основатель и руководитель "VVS"***

[***http://product-market.ru/***](http://product-market.ru/)