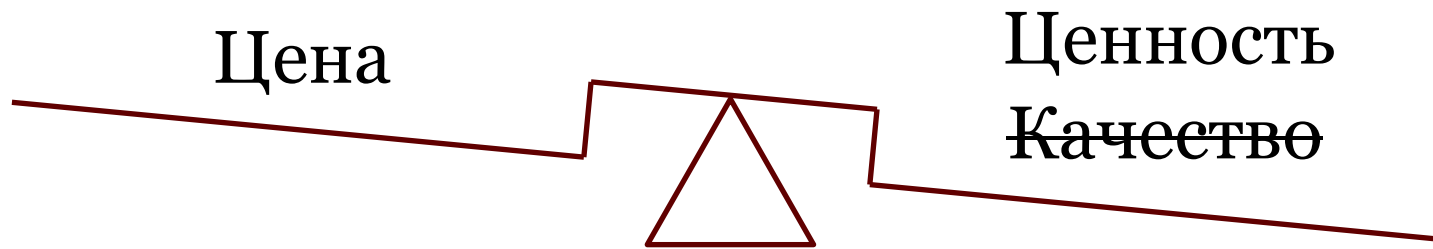




# Оценка и управление ценностью рыночного предложения

Определение **карты ценности** с помощью  
conjoint analysis, для оптимизации  
инвестиционных маркетинговых шагов  
(на примере сервиса доставки еды)

*«Я не знаю ни одного практикующего маркетинг менеджера, который бы не сравнивал цену с качеством»*  
Формулировка задачи о «количестве качества»

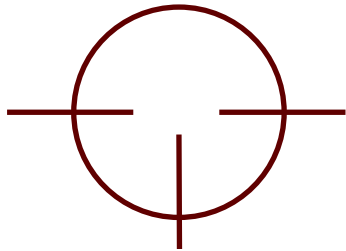


Смоделировать «обратное действие» к процессу перехода количества в качество:

- Найти «компоненты ценности» определяющие воспринимаемое качество
- Определить связь между численными значениями «компонентов» и итоговой ценностью
- Показать «Количество ценности» визуально для удобства практического применения

# *Использование карты ценности оптимизирует ценообразование и маркетинговые инвестиции*

Практическая ценность для участника



Точность решений



Финансовое удовольствие

- Стратегическое ценообразование
  - 3% изменение цены -> может изменить прибыль до 30%
  - Оружие защиты в ценовых войнах, позволяющее избегать банкротства компаний и опустошения рынка
- Ориентир для стратегической вне ценовой конкуренции
  - инструмент маркетинговой отстройки
  - оптимизация маркетинговых инвестиций

# Существует успешная практика использования карты ценности малым и средним бизнесом

Описание бизнес кейса используемого в дальнейшем

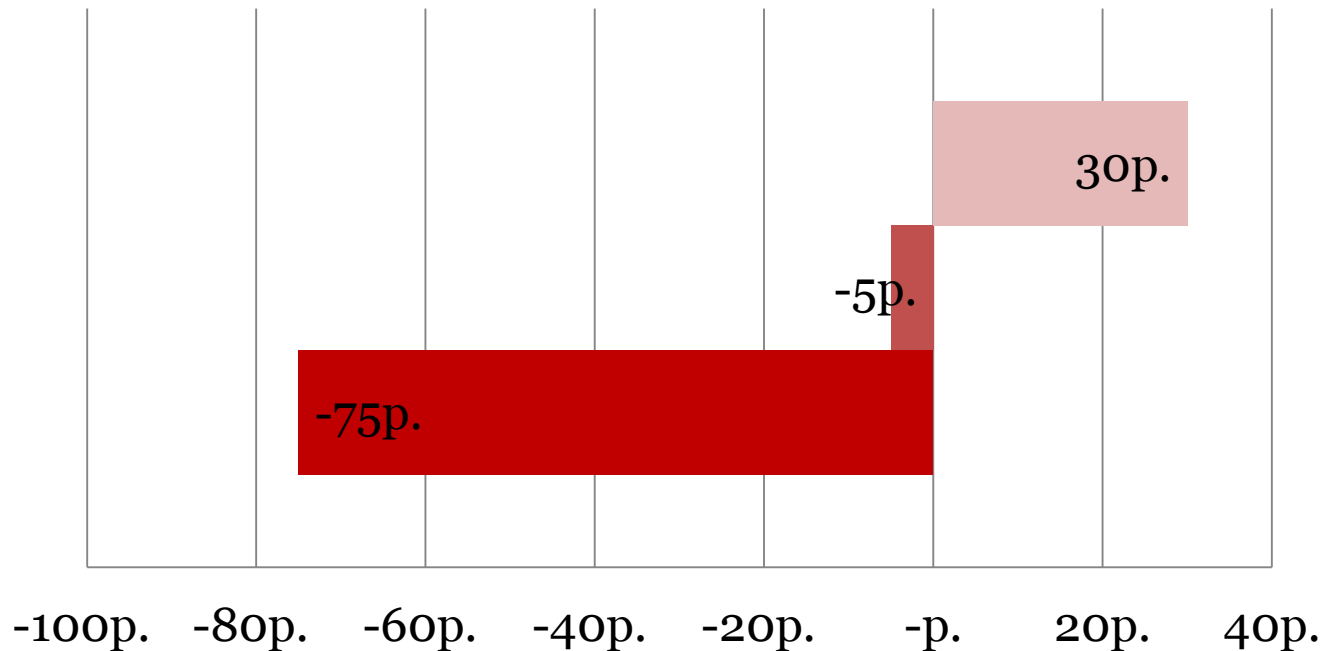


## Экспресс доставка блюд китайской кухни

- Услуга
  - Доставка ланч боксов с популярными блюдами китайской кухни по заказам на телефон и через интернет.
  - Цены немного выше, чем у двух конкурирующих фирм
  - Доставка работает под маркой обслуживания популярного ресторана китайской кухни, где готовят ланч боксы.
- Объемы рынка
  - Потенциально ограничен территорией одного города
  - Реальные объемы 1000-1500 доставок еженедельно
  - Не более 500 постоянных заказчиков, пользующихся доставкой не реже одного раза в месяц и обладающих дисконтной картой

# Клиент готов платить 70 рублей чтобы избежать слишком длительного ожидания

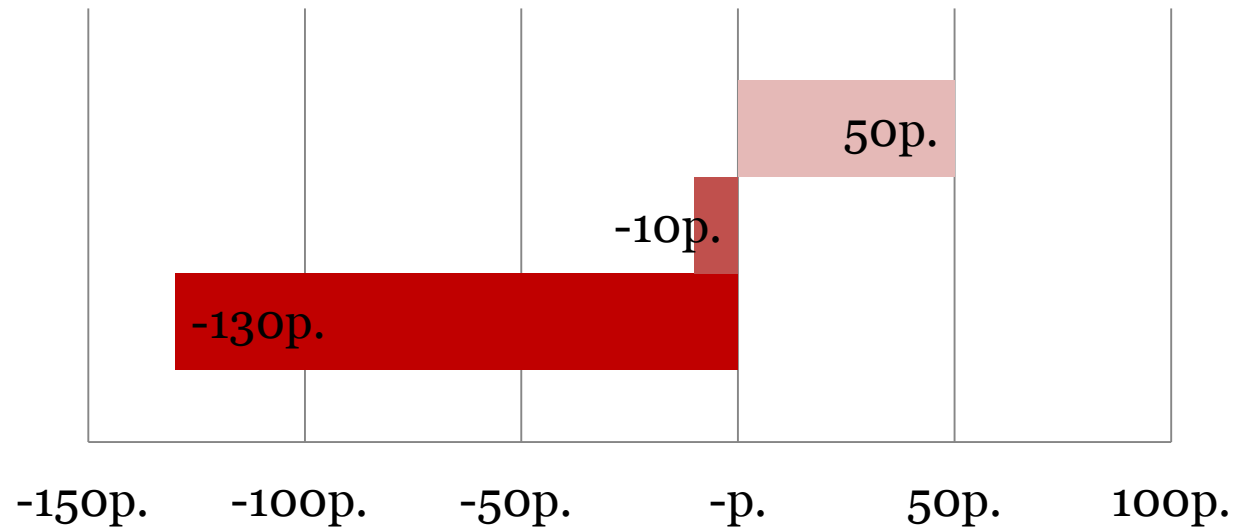
## Ценность скорости доставки



	Скорость доставки
■ В течение 25 мин	30р.
■ В течение 60 мин	-5р.
■ 90 мин и дольше	-75р.

# Неприветливый напряженный сотрудник в контакте с клиентом «крадет» 130 рублей

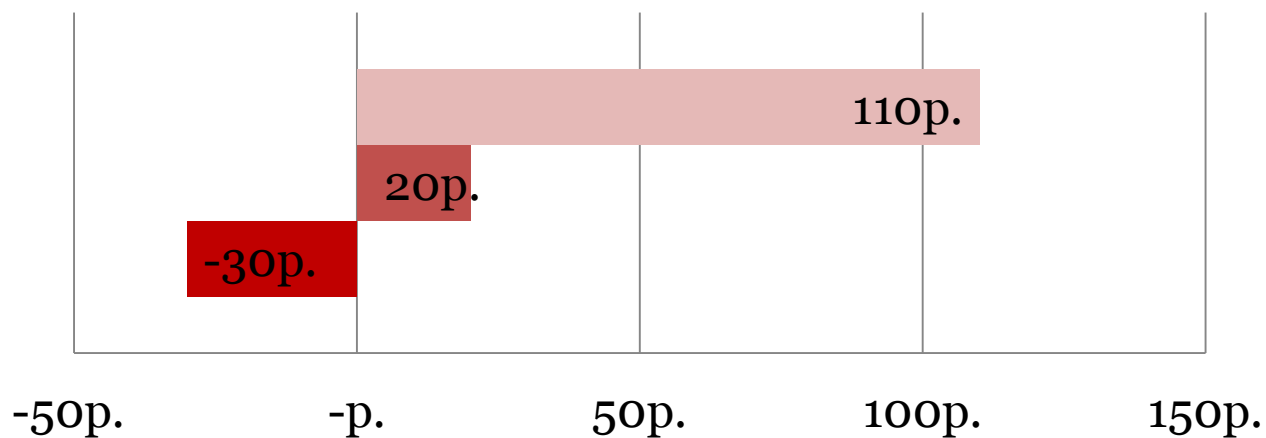
Ценность стиля общения



	Стиль общения
■ Оптимистичный приветливый	50р.
■ Спокойный деловой	-10р.
■ Неприветливый напряженный	-130р.

*Внешний вид доведенный до «стильного» добавит 110 рублей к воспринимаемой ценности продукта*

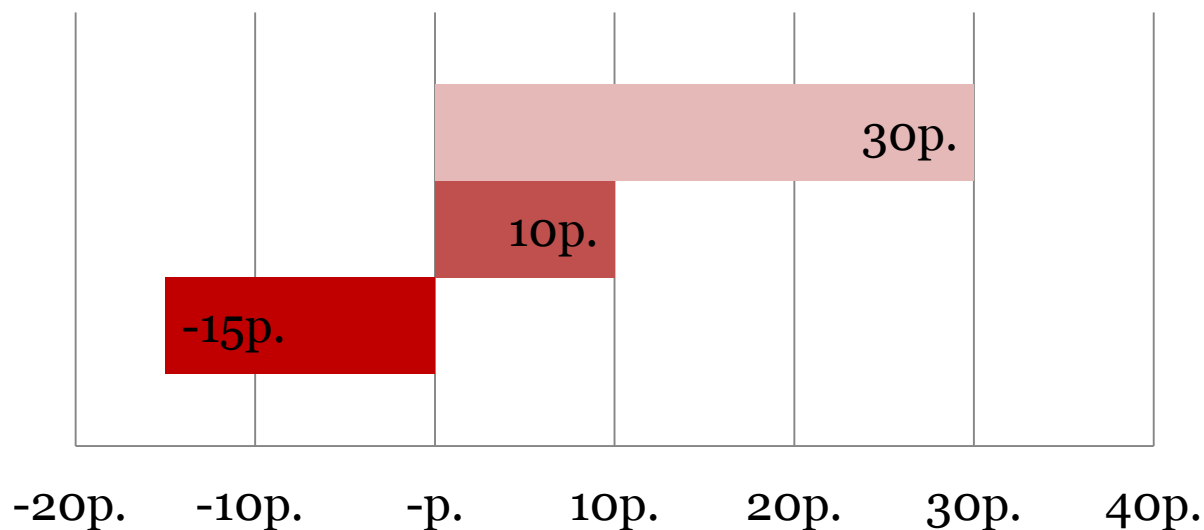
Ценность внешнего вида



	Внешний вид курьера и упаковки
■ Стильный "гламурный"	110р.
■ Аккуратный, форменный, надежный	20р.
■ Обыденный повседневный	-30р.

*Привязанность к знакомому сервису не очень высока,  
цена переключения всего 45 рублей*

Ценность привязки к опробованному сервису

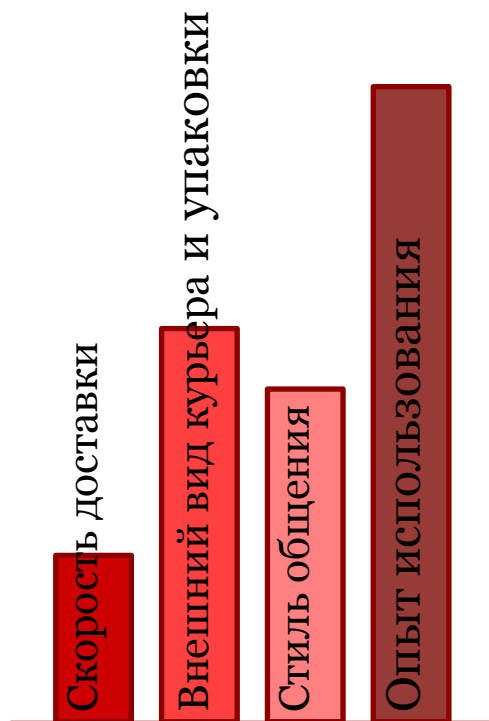


	Есть ли опыт использования
■ Сервис проверенный лично	30р.
■ Непроверенный, но рекомендованный	10р.
■ Неизвестный сервис	-15р.

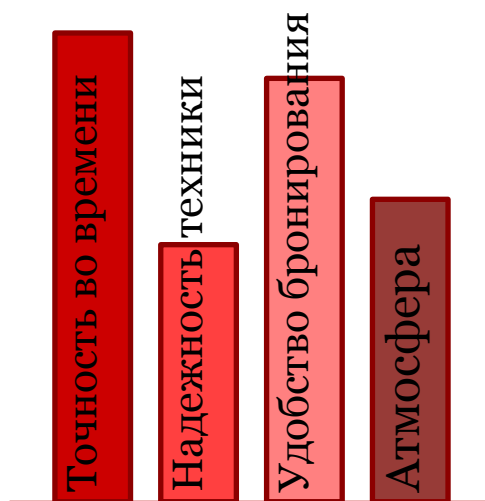


*Карты ценности применимы в пассажирских перевозках и школах не хуже, чем в доставке блюд из ресторана*  
Примеры карт для разных видов деятельности

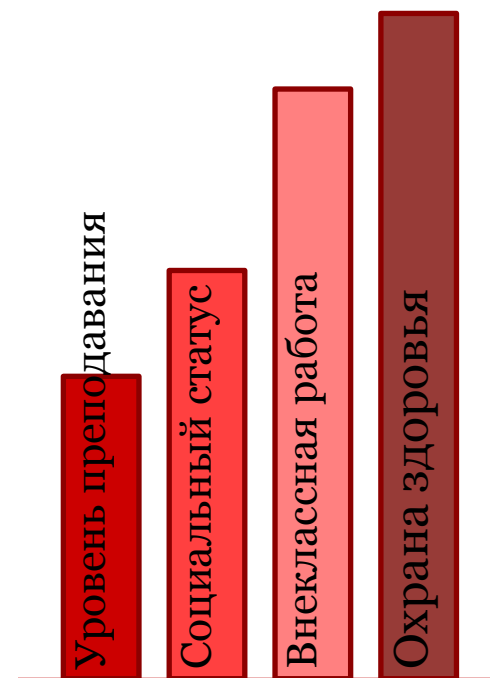
Доставка еды



Пассаж. перевозки

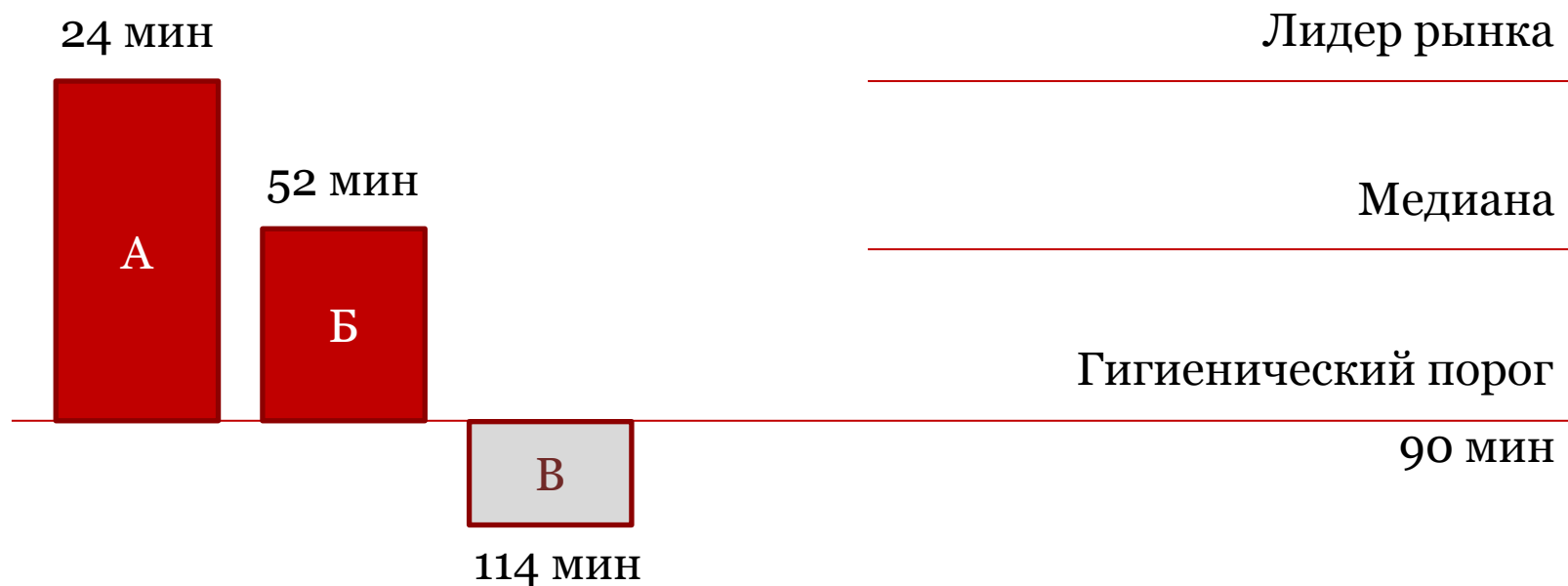


Школы



*Сопоставление нескольких поставщиков по скорости доставки позволяет создать весьма удобную шкалу*  
Нормализованная шкала «уровней качества»

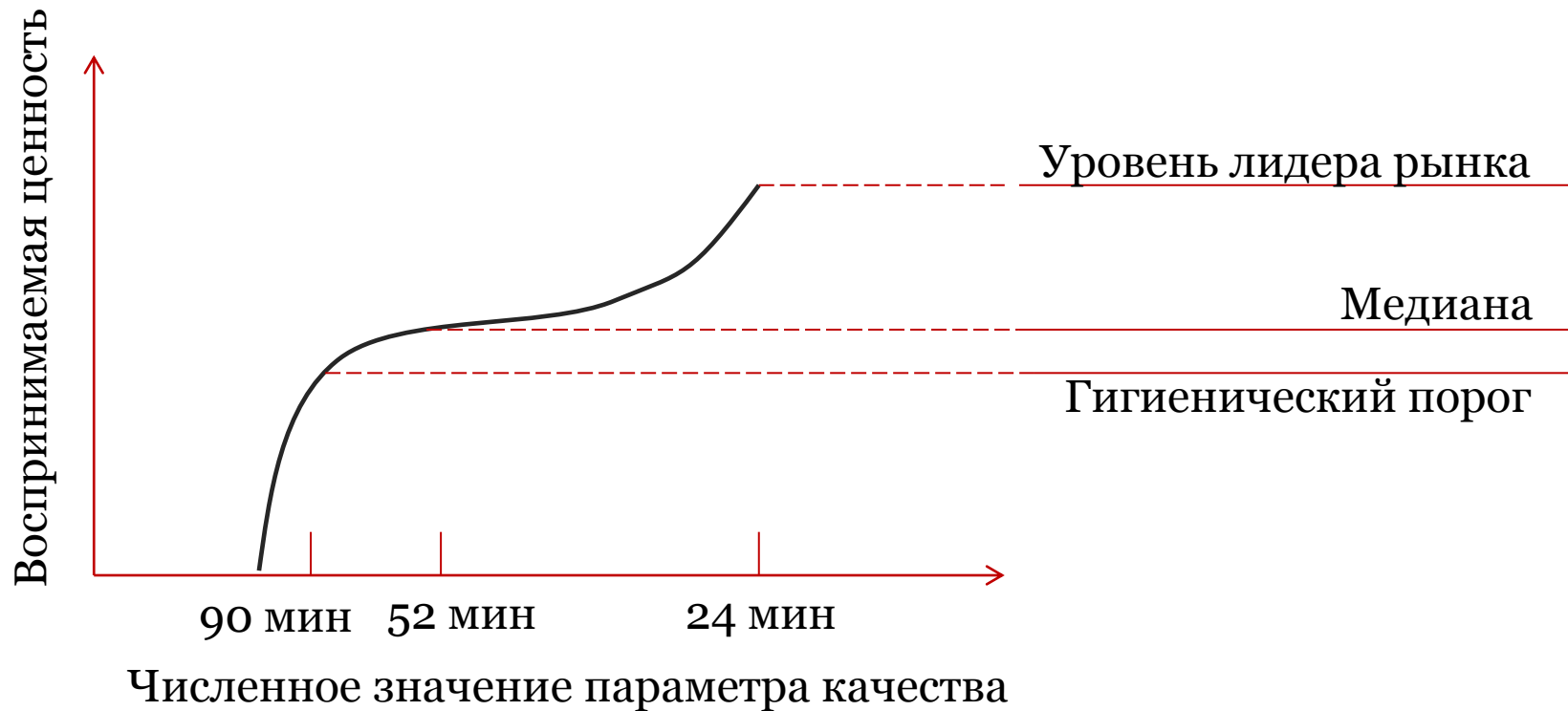
## Скорость доставки



# Удвоение уровня параметра качества не обязательно удвоит воспринимаемую ценность

Демонстрация нелинейности шкалы ценности

## Увеличение ценности

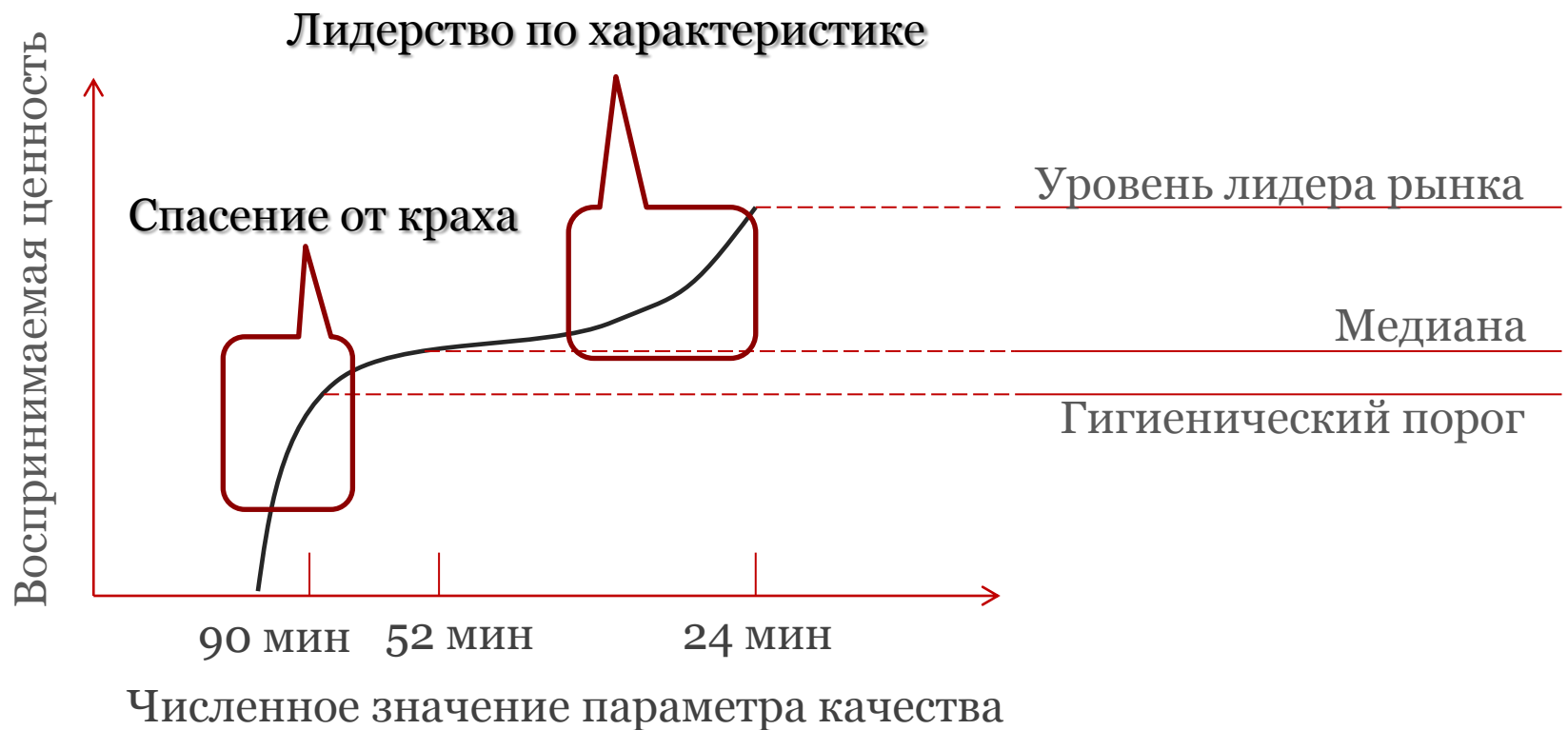


# Текущие уровни параметров качества определяют перспективное направление развития услуги

Пример инвестиционных решений на основе карт ценности

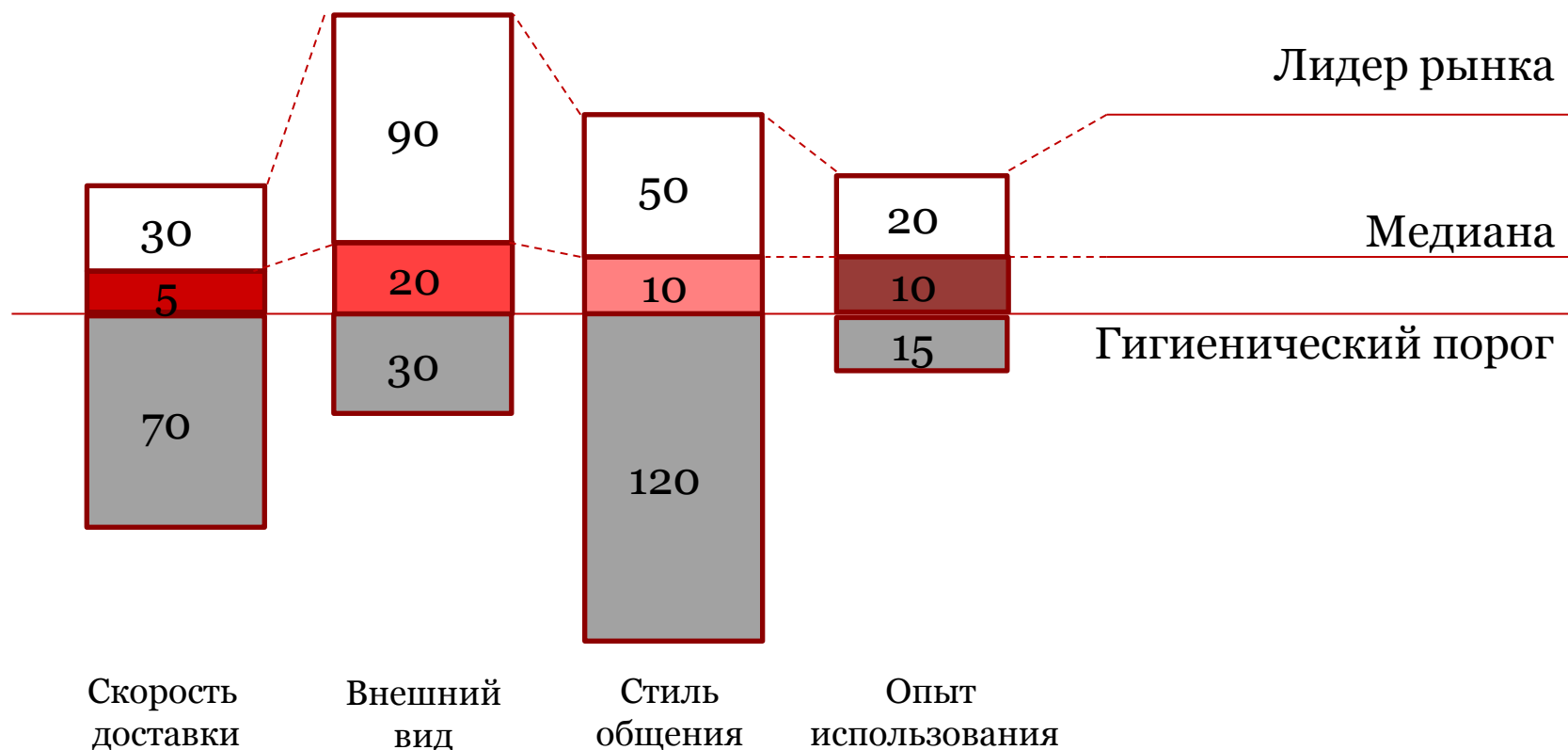


*Не допускать провалов и дифференцироваться, две важнейшие стратегемы в управлении ценностью*  
Приоритетные зоны управления ценностью

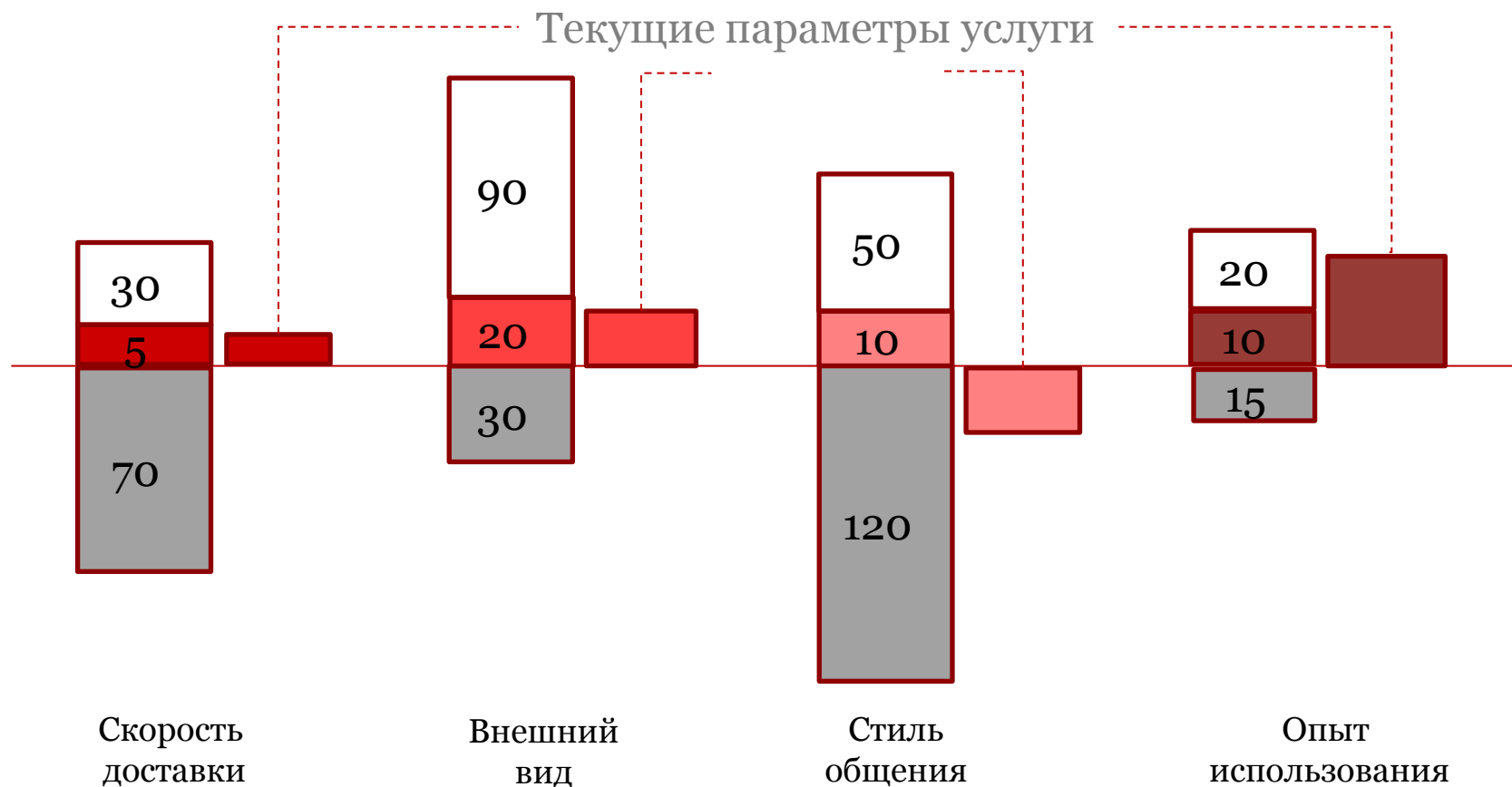


*В случае с доставкой блюд китайской кухни, уровни качества переведены в ценность каждой доставки*

Карта ценности в рублях за единицу



*Зоны улучшений хорошо видны если сопоставить карту ценности услуги и текущие значения параметров бизнеса*  
Карта ценности с наложением на текущие параметры



# *Совмещенный (conjoint) анализ – важнейший компонент методики декомпозиции ценности*

## Укрупненный рецепт нахождения карты ценности

---

- Начальный отбор параметров с использованием
  - Фокус группа, определение всех возможных параметров
  - Отбор трех-четырех важнейших компонентов
  - Численное выражение развитости компонента
- Определение граничных уровней: Лидер, Медиана, Гигиенический порог
  - Инвентаризация игроков на рынке
  - Фокус группа для подтверждения
- Определение ценности каждого из факторов методом Conjoint analysis
  - Дизайн и проведение конджойнт анализа
  - Численная интерпретация полученных данных



# *Вопросы (conjoint) позволяют провести кросс-сравнение вариантов и найти ценность компонентов*

Пример вопроса в совмещенном анализе

## Вариант 1

- Доставка в течение 24 мин
- От не проверенного поставщика
- Курьером в строгой униформе
- Который разговаривает сухо и сдержанно

## Вариант 2

- Доставка в течение 60 мин
- От поставщика рекомендованного коллегой
- Курьером в строгой униформе
- Который очень приветлив в общении

После того как выбор сделан, респондента просят оценить сколько нужно добавить к цене выбранного варианта, чтобы выбор изменился в пользу конкурирующего варианта