

ABC-Shoper - специализированное направление агентства, предоставляющее услуги ТАИНСТВЕННОГО ПОКУПАТЕЛЯ (Mystery Shopping).

В последнее время Наше Агентство преуспевает в торговом аудите не только в Москве, но и по всей России.

Мы расширяем свои возможности по аудиту в России. Теперь мы имеем своих аудиторов (таинственных покупателей) не только в крупных городах России, но и в удаленных:

Александров
Ангарск
Армавир
Архангельск
Асбест
Балаково
Барнаул
Белгород
Бодайбо
Березники
Борисоглебск
Братск
В. Новгород
Владивосток
Владимир
Вологда
Екатеринбург
Ижевск
Иркутск
Краснодар
Киров
Кемерово
Котлас
Курган
Лангепас
Магнитогорск
Нефтекамск
Нижний Новгород
Нижневартовск

Нижний Тагил
Новокузнецк
Новый Уренгой
Ноябрьск
Нягань
Омск
Оренбург
Пенза
Пермь
Первоуральск
Рыбинск
Рязань
Самара
Саратов
Ставрополь
Сыктывкар
Тюмень
Тула
Усть-Илимск
Хабаровск
Челябинск
Череповец
Чита
Якутск

Список растет.

Аудит розничной торговли (Retail audit) – это исследование включает в себя анализ ассортимента, цен, дистрибуции, рекламных материалов в розничных точках по исследуемой товарной группе.

Аудит розничной торговли позволяет получить информацию о том, какие марки продукта имеются в продаже, их доступность в магазинах (езде ли представлены), по какой цене и в каких объемах продаются.

При помощи этих данных можно:

- Определить объем и доли рынка
 - Произвести сравнительный анализ
 - Выявить незанятые ниши
 - Скорректировать позиционирование существующей и разработать основу позиционирования нового продукта
-

Тайный покупатель (таинственный покупатель, от англ. Mystery shopper) — вид маркетингового исследования, направленного на оценку процесса обслуживания клиента с использованием специально подготовленных людей (тайных покупателей), осуществляющих проверки от лица потенциальных/реальных клиентов, и детально докладывающих о результатах проверок.

Маркетинговый аудит – сторонняя оценка BTL-активности компании, ее дистрибуторов или агентств.

Обычно заказывается оценка:

- уровня и качества дистрибуции марок;
 - наличия и технического состояния фирменного торгового оборудования;
 - качества работы торгового и обслуживающего персонала;
 - качества работы промо - персонала.
-

Маркетинговый аудит заказывают исследовательским фирмам, но в последнее время такие заказы все чаще выполняют BTL-агентства.

При проведении проектов аудита мы выделяем следующие критерии успеха:

- объективная и предельно понятная исполнителям система оценки;
- оперативность проведения аудита;
- сохранение конфиденциальности информации проекта.