ПРИМЕРЫ КЕЙСОВ И ДОСТИГНУТЫЕ ЭФФЕКТЫ

|  |  |
| --- | --- |
| **Поиск рынков сбыта**  Для нашего Заказчика, производителя БПЛА (беспилотных летающих аппаратов):  - за 14 дней изучили продукт и рынок;  - предложили 61 гипотезу сфер применения грузовых БПЛА (грузоподъемность 10-200 кг) в области аэрологистики в 15 рыночных отраслях;  - выявили потенциал выручки 3,2 млрд.руб/год.;  - создали прецедент для увеличения доли компании на рынке (нашли рынки которые для компании были не очевидны);  - сократили издержки на аналитику. | **Анализ конкурентов и технологий**  Для нашего Заказчика, ИТ компании, запускающей новую линейку программно-аппаратных комплексов:  - нашли и обосновали рынок сбыта;  - собрали всю необходимую информацию для маркетинга под go-to-market стратегию;  - сократили затраты на аналитику и маркетинг;  - сократили время выхода продукта на рынок и издержки с этим связанные;  - помогли повысить точность прогнозов продаж;  - выявили доп. потенциал выручки +425 млн.руб./год;  - сократили Заказчику ресурсоемкость пресейлов. |
| **Оценка трендов и прогнозирование**  Для нашего Заказчика, IT холдинга, планирующего запуск собственного производства вычислительных мощностей для ИИ    - ​​​​​​​собрали информацию о том, какие в настоящий момент есть способы реализовать вычислительные мощности для ИИ в России и в мире, а в дальнейшем их расширять, какие для этого уже есть или тестируются технологии;  - собрали данные как выглядит рынок продуктов, связанных с ИИ в мире и в России, какие тренды нас ожидают;  - ​​​​​​​собрали информацию, которая помогла Заказчику оценить перспективу предоставления в аренду вычислительных мощностей под задачи ИИ (на базе ЦОД);  - сократили Заказчику время на принятие решения и издержки с этим связанные;  - сократили затраты на аналитику;  - ​​​​​​​выявили потенциал выручки по направлению | **Исследование потребностей клиентов**  Для нашего Заказчика, быстрорастущего производства инновационной техники, в целях формирования стратегии бренда    - провели исследование целевой аудитории (покупателей и не покупателей);  - сформировали характеристики целевых сегментов и приоретизировали их;  - провели глубокую конкурентную разведку и трендвотчинг;  - принесли Заказчику несколько инсайтов и концепций позиционирования бренда;  - сформировали требования клиентов к продукту;  - определили текущий образ бренда, позитивные и негативные аспекты продукта, удовлетворенность потребителя;  - снизили затраты на неэффективные маркетинговые каналы;  - сократили затраты на аналитику;  - оцифровали емкость рынка и помогли увеличить точность прогнозов по продажам;  - помогли пересмотреть позиционирование бренда. |