

Сначала узнай, потом выпускай! **Василий Богданов, главный редактор журнала "Маркетинг Менеджмент"**

Каждый из нас встречался с плохой рекламой или с плохими брендами. С такими, которые в лучшем случае НЕ помогают продавать товары и услуги, а в худшем – отпугивают покупателей.

Например, люди покупают кофе «Жокей», если только оно имеет самую выгодную цену (это как раз тот случай, когда название не помогает, потому что жокеи не имеют ничего общего с кофе). Люди, умеющие читать, не покупают воду «Блю вотэ», если есть другая вода. Только в самом крайнем случае люди покупают очки в магазинах «Очкарик», а одежду – в магазинах «Три толстяка». И далеко не каждый рискнет «похезать», то есть покушать, в забегаловке с названием «Хезбургер» (финский аналог МакДональдса, появившийся недавно и в Москве).

Когда мы видим рекламу таких продуктов, мы понимаем, что решения приняты без проверки на потребителях.

Почему же умные бизнесмены и руководители не проводят исследования, прежде чем выпустить на рынок продукт, или рекламную кампанию? Иногда – потому, что решения о брендах принимаются единолично владельцем бизнеса, который считает, что то, что нравится ему, автоматически нравится и всем остальным. Это тяжелый случай и ему нельзя помочь. Намного чаще бизнесмены не проводят исследований просто потому, что не знают, как это делать, и, зачастую небезосновательно, не доверяют исследовательским агентствам.

Для тех, кто хотел бы делать бизнес более надежно, вышла книга «Онлайн исследования в России 2.0». Это сборник статей о том, как проводить исследования с помощью интернет-инструментов. Статьи самые разные, и охватывают практически весь круг вопросов от методологии исследований до конкретных советов и примеров, как провести исследование тех или иных аспектов товара или услуг.

Пожалуй, ее единственный недостаток – язык авторов для обычного читателя несколько тяжеловат. К сожалению, хорошие специалисты в исследованиях не всегда хорошие писатели. Однако, поскольку книга носит прикладной характер, и других книг по данному направлению практически нет, деваться некуда.

Зато книгу можно заказать и получить совершенно бесплатно на сайте www.omirussia.ru

Согласитесь, это уже несомненное преимущество!

Обязательно закажите эту книгу, и проверяйте свои товары и рекламные кампании до того, как начнете тратить деньги на их выпуск.

[Журнал «Маркетинг Менеджмент»](#)