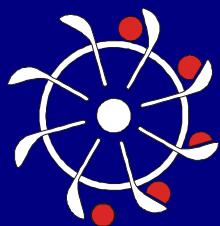


# **МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА ДЕТСКОГО ОТДЫХА: АТТРАКЦИОНЫ, ИГРОВЫЕ КОМПЛЕКСЫ, ПАРКИ.**

Данное исследование подготовлено МА Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. МА Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. МА Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения МА Step by Step.

**Дата выпуска отчета:  
февраль 2007 г.**



**STEP BY STEP  
МАРКЕТИНГОВОЕ  
АГЕНТСТВО**

**г. Москва**

## Оглавление:

Оглавление:.....	2
Аннотация.....	3
<i>Цели исследования: анализ состояния и основных тенденция российского рынка детского отдыха (аттракционов, игровых комплексов, парков).</i> ....	3
Метод проведения исследования.....	3
Полное содержание исследования .....	5
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков. ....	10
Выдержки из исследования.....	13
Темпы роста Рынка.....	15
Влияние сезонности на Рынок.....	16
Основные производители Рынка. ....	17
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции.....	20
Основные тенденции в потребительском сегменте .....	22
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка .....	23

## Аннотация

**Цели исследования:** анализ состояния и основных тенденция российского рынка детского отдыха (аттракционов, игровых комплексов, парков).

**Метод проведения исследования:** кабинетное исследование.

В исследовании подробно рассмотрены основные макроэкономические аспекты, влияющие на развитие рынка детского отдыха. Проведено исследование современных тенденций в инвестировании, а также показана целесообразность инвестирования в данную отрасль. Представлены основные аспекты законодательства в сфере развлечения и отдыха, а также рассмотрены вопросы безопасности при использовании аттракционной техники с учетом текущей ситуации в России. Приведена актуальная (в том числе количественная) информация по смежным рынкам.

Отдельно подробно рассмотрены вопросы по открытым паркам и по комплексам развлечений в ТРЦ. Представлен анализ существующих форматов детских развлекательных парков. Исследованы тенденции в форматных, возрастных сегментах продукции. Произведена оценка количественных показателей исследуемого рынка.

Рассмотрены вопросы аренды аттракционной техники, а также аренды площадей под развлекательные комплексы. Изучен вопрос ценообразования на розничном рынке.

В исследовании подробно представлен анализ крупнейших игроков рынка среди производителей аттракционной техники и среди розничных игроков. Произведен их конкурентный анализ.

Произведен анализ потребителей услуг рынка детского отдыха, выявлены основные предпочтения и тенденции в потребительском сегменте.

По результатам исследования представлен STEP-анализ рынка детского отдыха, представлены факторы, положительно влияющие на развитие данного рынка, и возможные риски.



Количество страниц: 103.

Язык отчета: русский.

## Полное содержание исследования

Введение

Методологическая часть

Описание сипа исследования

Объект исследования

Цель исследования

Задачи исследования

География исследования

Время проведения исследования

Методы сбора данных

Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок

Законодательство, лицензирование и налогообложение

Безопасность на аттракционах

Описание смежных Рынков

Рынок игровых автоматов

Рынок кинотеатров

Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции

Определение продукции

Сегментирование продукции по основным наименованиям

Сегментирование по возрастной категории

Сегментирование по формату

Сегментирование по основным направлениям развития

Тенденции различных сегментах Продукции

Тенденции в возрастных сегментах

Тенденции в «форматных» сегментах

Основные количественные характеристики Рынка

Объем и емкость Рынка

Объем Рынка в натуральном выражении

Объем Рынка в денежном выражении

Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении

Темпы роста Рынка

Влияние сезонности на Рынок

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители Продукции

Прокат аттракционов

Аренда торговых площадей под развлекательные центры

Розничный сектор

Основные принципы ценообразования в розничном секторе

Объемы российского производства, импорта и экспорта

Импорт продукции

Объемы импорта

Основные страны-импортеры

Основные компании-импортеры

Основные виды импортируемой продукции

Российское производство

Объемы российского производства

Основные российские компании-производители

Соотношение объемов импорта и российского производства

Экспорт продукции

Объемы экспорта

Основные страны-экспортеры

Основные компании-экспортеры

Основные виды экспортируемой Продукции

Соотношение экспорта и импорта

Основные тенденции в структуре импорта-экспорта

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции

Основные параметры конкуренции

Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Компания МИР

ЗАО «Карусель восток и запад»

ОАО Аттракцион

НПП Культтехника-Юг

AirPalace

ОАО Восток

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции

Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора

Сегментация основных каналов розницы

Основные параметры конкуренции

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний

Star Galaxy

GameZona

Crazy Park

IgroMax

Атрилэнд

Фэнтази парк

Диво Остров

Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими проектами на рынке детских развлечений

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

Сегментация по возрастной группе потребителей развлечений:

Сегментация по уровню дохода

Сегментация по количеству детей до 16 лет в семье

Сегментация по активности посещения парков

Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг

Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени

Структура осведомленности потребителей о марках и поставщиках Продукции или Услуг

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги

Зависимость спроса на Продукцию или Услуги от различных характеристик потребителя. Эластичность спроса

Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)

Основные тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Инвестиции в парки аттракционов.

Инвестиции в развлекательный комплекс в ТРЦ

Тенденции Рынка



Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции по основным количественным показателям Рынка

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Общие выводы по отчету

Приложение

Приложение 1. Список парков культуры и отдыха г. Москвы.

Приложение 2. Перечень парков культуры и отдыха, подведомственных Управлениям культуры административных округов города Москвы.

Приложение 3. Перечень городских парков культуры и отдыха, подведомственных Комитету по культуре города Москвы.

Приложение 4. Перечень детских кинотеатров, подведомственных Комитету по культуре города Москвы

### Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков.

Диаграмма 1. Динамика реального объема ВВП 2003-2006г., в % к значению среднего условного квартала 2003 года.

Диаграмма 2. Динамика изменения индексов производства, в % к предыдущему году.

Диаграмма 3. Динамика роста денежных доходов населения, млрд. руб.

Диаграмма 4. Динамика номинальной начисленной заработной платы в 2000 – 2006 г.

Диаграмма 5. Динамика инвестиций в основной капитал, включая инвестиции в основной капитал крупных и средних организаций, субъектов малого предпринимательства, индивидуальных застройщиков, объем неформальной деятельности.

Диаграмма 6. Количество родившихся на 1000 человек населения, тыс. чел.

Диаграмма 7. Доли сегментов игровых автоматов, прогноз на 2007г.

Диаграмма 8. Рост числа кинотеатров в России, 2000-2006 гг.

Диаграмма 9. Доли объема рыночных сегментов на рынке развлечений, 2005 г., %

Диаграмма 10. Стоимостные объемы сегментов рынка развлечений, млн. долл.

Диаграмма 11. Распределение основных проектов по количеству точек в Москве и регионах.

Диаграмма 12. Возрастной состав населения России на 2006 год, %

Диаграмма 13. Численность населения моложе трудоспособного возраста по округам РФ относительно общего числа детей, в %

Диаграмма 14. Портрет посетителей парков

Диаграмма 15. Распределение долей между жителями, пользующимися и не пользующимися услугами современной индустрии развлечений в целом

Диаграмма 16. Структура проведения досуга

Диаграмма 17. Частота посещения парков г. Москвы

Таблица 1. Распределение населения по возрастным группам (на начало 2006г.)

Таблица 2. Основные формы развития парков аттракционов.

Таблица 3. Возможные места установки надувных аттракционов.

Таблица 4. Классификация аттракционов по категориям клиентов.

Таблица 5. Ставки аренды в Москве по данным на 1 полугодие 2006 г.

Таблица 6. Ставки аренды в Санкт – Петербурге на 1 полугодие 2006 г.

Таблица 7. Средние значения ставки арендной платы для «якорных» арендаторов в сфере детских развлечений в Москве.

Таблица 8. Цена обычного билета на некоторые виды аттракционов Диво-Острова, Санкт-Петербург.

Таблица 9. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 10. Показатели проекта Атрилэнд.

Таблица 11. Сравнительная характеристика крупнейших розничных компаний по основным описательным параметрам

Таблица 12. Возрастной состав населения России

Таблица 13. Рост ежедневной посещаемости парков за последние 2 года, г. Москва

Таблица 14. За последние 5–10 лет Вы стали посещать парки культуры и отдыха, в % от числа опрошенных

Таблица 15. Цель посещения парков культуры и отдыха

Таблица 16. Оценка парков г. Москвы посетителями

Таблица 17. STEP-анализ российского рынка детских развлечений

Таблица 18. Возможные риски, связанные с Рынком

Таблица 19. Суммы инвестиций некоторых операторов развлекательного рынка

Таблица 20. Окупаемость в зависимости от вида аттракциона

Таблица 21. Затраты на открытие аттракционов и игровых площадок в ТРЦ

Таблица 22. Перечень распределения парков культуры и отдыха по административным округам города Москвы

Таблица 23. Перечень парков культуры и отдыха, подведомственных Управлениям культуры административных округов города Москвы

Таблица 24. Перечень городских парков культуры и отдыха, подведомственных Комитету по культуре города Москвы

Таблица 25. Перечень детских кинотеатров, подведомственных Комитету по культуре города Москвы

Схема 1. Типы развлекательных парков и комплексов.

Схема 2. Цепочка движения товара.

Приложение 1. Список парков культуры и отдыха г. Москвы

Приложение 2. Перечень парков культуры и отдыха, подведомственных Управлениям культуры административных округов города Москвы

Приложение 3. Перечень городских парков культуры и отдыха, подведомственных Комитету по культуре города Москвы

Приложение 4. Перечень детских кинотеатров, подведомственных Комитету по культуре города Москвы

Приложение 5. Перечень нормативных документов по рынку аттракционов и развлечений

### Выдержки из исследования

Досуг и развлечение одна из важнейших сфер повседневной жизни человека.

В России сегодня все большую популярность приобретает семейный отдых. Необходимо заметить, что наряду с образованием, различные формы организации досуга способны оказать серьезное влияние на мировоззрение, особенно мировоззрение детей и молодежи.

В настоящее время в России наблюдается тенденция развития бизнеса в сфере парковых аттракционов. По словам президент САПИР (Союз Ассоциаций и Партнеров Индустрии Развлечений) Р. Романова *«Российское производство аттракционной техники с каждым днем становится все более высокотехнологичным. Потенциал российских производителей большой, но они отстают от зарубежных по технологиям и опыту производства аттракционов»*.

Учитывая динамику и перспективы развития индустрии развлечений в будущем, можно с уверенностью сказать, что Россию ожидает невероятный подъем в сфере строительства центров семейного отдыха, тематических парков, и аквапарков. Рынок активно развивается и является перспективным для инвестиций.

В настоящее время интерес к исследованию данного рынка очень велик. В источниках массовой информации периодически можно встретить обзорно – аналитические статьи, посвященные тенденциям и прогнозам российского рынка развлечений. Тем не менее, систематизированных данных очень мало. В таких условиях представленное исследование будет очень актуально.

**В России** сегодня работает около 700 парков, из них около 30 крупных (*по данным РАППА*). **В Москве** в настоящее время в столице 15 парков культуры и отдыха (5 городских и 9 районных). Их общая площадь – более 2500 га. Самой большой площадью располагает Измайловский парк – 1200 га, самый маленький – сад «Эрмитаж» (см. приложение).

СХЕМА 2. ТИПЫ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПАРКОВ И КОМПЛЕКСОВ.

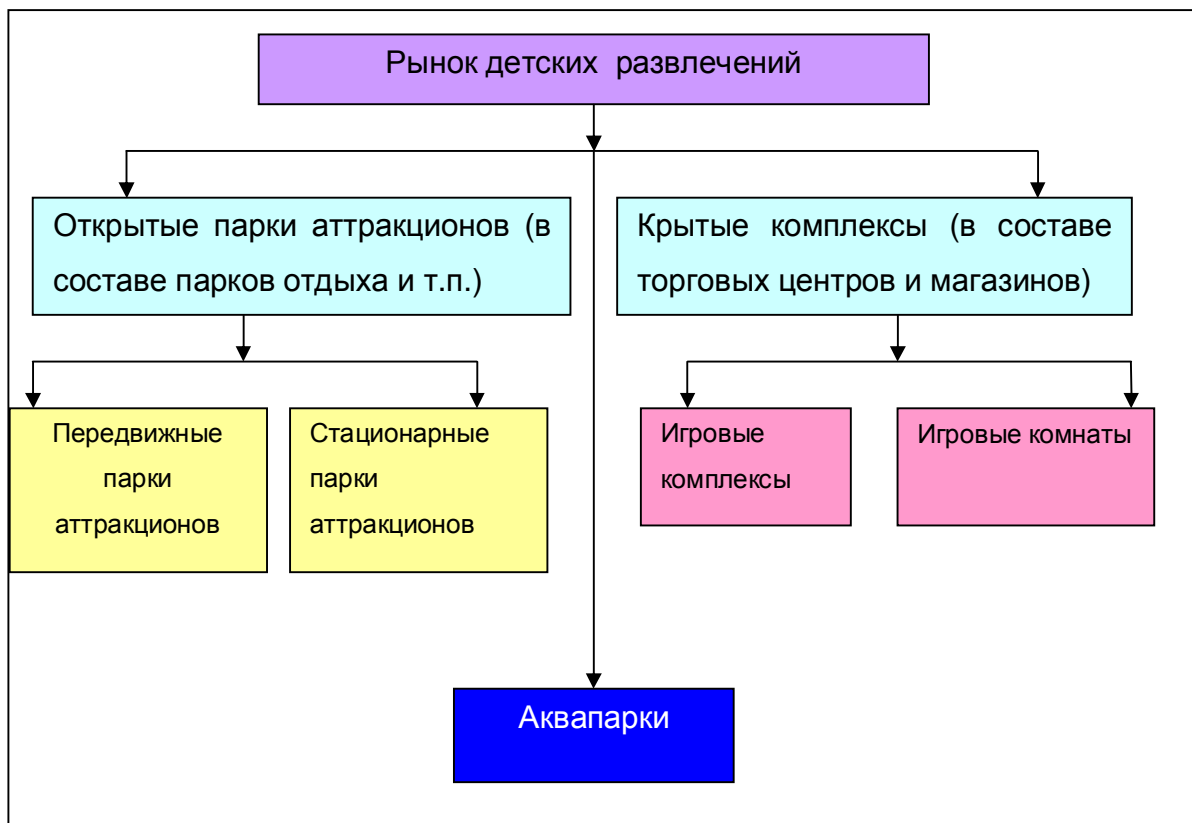


ТАБЛИЦА 1. ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ РАЗВИТИЯ ПАРКОВ АТТРАКЦИОНОВ.

Формат	Комментарий	Пример
Многофункциональные комплексы	Большие аттракционы на открытом воздухе, крытые павильоны, рестораны в сочетании с комплексным благоустройством и сопутствующей инфраструктурой	«Диво остров» (Санкт - Петербурге)

Площадки под открытым небом	Насчитывают 20 - 35 аттракционов под открытым воздухом, как правило, завязаны на большие пешеходные потоки (станции метро и т.п.)	
Крытые комплексы	Направление только начинает развиваться. Комплекс может представлять собой здание в несколько этажей, на площадях которого располагаются аттракционы, игровые автоматы, боулинги, роллердром, рестораны и кафе.	«Фантази-парк» (Москва). Уникальный крупнейший и единственный в России развлекательный семейный центр, расположенный на 6000 кв.м. на 4 уровнях современного, здания.
Аттракционные площадки	Находятся в крупных торговых комплексах. В настоящее время данные комплексы называются Торгово-Развлекательными комплексами или центрами (ТРЦ).	Сетевая структура, открывающая парки развлечений в торговых центрах, - московская сеть Star Galaxy

Источники: МА Step by Step

### Темпы роста Рынка

Оживление на рынке парков развлечений началось после 2000 года. Последние три года Москва и Санкт – Петербург входят в европейскую пятерку по динамике развития индустрии развлечений. Их ежегодный рост в целом составляет **30-35%**, а по отдельным сегментам - почти **50%**. Объем индустрии развлечений в

Москве превосходит \$3 млрд., а в Санкт - Петербурге - около \$1,5 млрд. (Тот же показатель в Берлине \$8 млрд., в Стокгольме \$3 млрд.) (Источник: «INTEGRITY CONSULTING & MARKETING SERVICES», август 2006г.)

### **Влияние сезонности на Рынок**

Открытые парки:

- открытые парки аттракционов подвержены сезонным колебаниям спроса: в летний период спрос значительно выше, чем в межсезонье и зимний период;
- открытые площадки требуют ежегодного приведения в порядок после зимы.

Крытые комплексы:

- крытые площадки зимой клиентов не теряют.

### **Основные принципы ценообразования на рынке аттракционов:**

- цена билета должна быть **привязана к среднему уровню доходов в данном регионе**. Желательно, чтобы стоимость билета на детский аттракцион не превышала 30 рублей, на семейный — 80 рублей.
- цена на **вновь установленные аттракционы в первые два года может быть в 1,5 – 2 раза выше;**

### **Стоимость на услуги детской игровой комнаты:**

- **Детские уголки**, расположенные на территориях столичных торговых центров, **практически не приносят доход собственникам площадей в торговых центрах**. В пресс-службе ИКЕА заявили, что детские уголки с аттракционами изначально вносятся в план будущих магазинов ИКЕА и «Мега» и дети играют бесплатно. Бесплатным для подростков является интернет-класс в "ДельтаЛэнде" в центральном универмаге "Детский мир",



так как финансирование проекта взял на себя ДельтаБанк (Ведомости 08.06.2005.).

- В некоторых торговых центрах бесплатным является только первый час пребывания ребенка. Каждый последующий час их пребывания в детской игровой комнате под присмотром профессиональной няни обходится в сумму от 100 руб. и выше.

### Основные производители Рынка.

По данным РАППА крупнейшими отечественными производителями аттракционов являются:

- Компания «Мир» (Москва),
- НПП «Культтехника—Юг» (Краснодар),
- ОАО «Аттракцион» (Ейск),
- AirPalace (Санкт-Петербург)
- ОАО «Восток и Запад»
- ОАО «Восток».

**ТАБЛИЦА 2. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ**

Компании	Год основания	Ассортимент продукции	Географический охват	Мощность
«Мир»	1988	Петлевые катальные горы, семейные катальные горы, колеса-рестораны, панорамные колеса, качели, гигантские качели, башни	Россия, страны Европы.	Оборот компании «Мир», занимающейся производством аттракционов, в 2006 году достиг \$12-15 млн. По прогнозам аналитиков оборот группы компаний «Мир» в 2006 году

		свободного падения		должен превысить \$20-30 млн.
«Карусель Восток и Запад»	1991	Детские аттракционы эконом-класса (5); детские аттракционы (30); семейные (17); молодежные (экстремальные) (14); интерактивные:(7); малые формы (10).	Более 20 городов России и стран СНГ. Москва, Санкт – Петербург, Сургут, Ярославль, Альметьевск, Владивосток, Ростов-на-Дону, Саратов, Минск, Комсомольск-на-Амуре, Ялта, Красноярск, Белгород, Нижний Новгород.  Является владельцем 3-х больших и 4-х мини парков в г. Москва.	
«Восток»	2000	Призовые аттракционы (6) Аттракционы для помещений (9) Детские аттракционы (4) Надувные аттракционы (13) Батуты (13)	Города России: Вологда, Калининград. Является держателем нескольких парков аттракционов в г. Санкт – Петербурге.	Объем продаж ОАО «Восток» в 2005 г. составил порядка \$1,5-2 млн. За период 2000-2005 общие капиталовложения ОАО "Восток" в закупку оборудования составили около \$4 млн.
«Аттракцион»	1959	Около 35 наименований аттракционов	Регионы России и некоторые страны СНГ. В настоящий момент	

			ОАО "Аттракцион" имеет парк на городском пляже в г.Ейске, где представлены современные аттракционы собственного производства.	
«Культтехника -Юг»		Крупные и детские колеса обзора, карусели сложного вращения, цепочные карусели, вращающиеся качели, карусели детские, автодромы для взрослых и детей, дороги детские (ж.д. и троллейбусные), аттракционы малых форм для детских игровых площадок, силовые аттракционы и др.		
«AirPalace»	Середина 90х годов.	Более 100 серийных моделей надувных аттракционов: батуты, горки, бассейны, поролонные изделия, мягкие комнаты.		

- Наиболее крупным производителем аттракционов является ОАО «Мир».
- Крупными производителями аттракционов в России можно назвать компании «Карусель Восток и Запад», «Восток», «Аттракцион», «Культтехника-Юг», «AirPalace».
- Компания «Мир», является крупным экспортером во многие европейские страны. Все остальные компании – производители имеют налаженную систему сбыта в различные регионы России и некоторые страны СНГ.
- Многие производители имеют собственные парки в том городе, где расположено производство.
- Все производители делают акцент на современных технологиях, высоком качестве, а также гарантиях безопасности при эксплуатации своей продукции.
- Заметна тенденция развития группы семейных аттракционов.
- Многие отечественные производители делают акцент на доступный уровень цен, послепродажный сервис, обучение персонала и т.п.
- Таким образом, среди российских производителей существует достаточно серьезная конкуренция по цене и ассортименту. И, поскольку региональный рынок практически не насыщен, борьба ведется за «освоение» регионов.

### ***Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции***

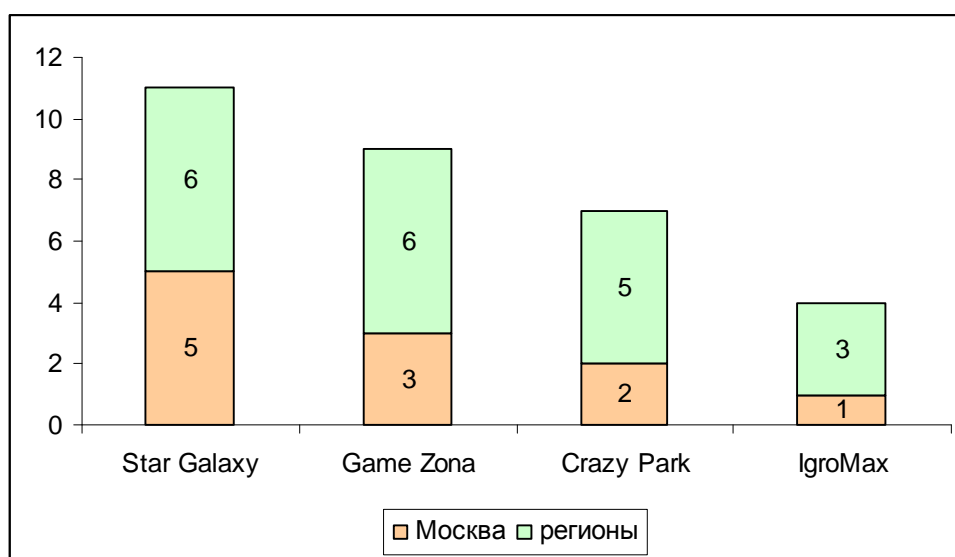
- Как было показано выше, среди российских производителей существует достаточно серьезная конкуренция по цене и ассортименту. Заметна тенденция активного роста в сегменте семейных развлечений с акцентом на современные технологии, высокое качество, гарантиях безопасности при эксплуатации.
- Крупные компании стремятся на региональный рынок, который в настоящее время практически не насыщен.

Лидерами рынка развлечений в исследуемом сегменте являются (в порядке убывания):

- Star Galaxy
- Game Zona
- Crazy Park
- IgroMax

(Источник: «[www.business-magazine.ru](http://www.business-magazine.ru)» 19 декабря 2006г.)

**ДИАГРАММА 1. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПРОЕКТОВ ПО КОЛИЧЕСТВУ ТОЧЕК В МОСКВЕ И РЕГИОНАХ.**



Источник: INTEGRITY CONSULTING & MARKETING SERVICES, август 2006.

По данным исследования, проведенного ЕНМЦ по заказу правительства Москвы в 9 парках города в 2005г.,

- 30% респондентов (большая часть) посещают парки **регулярно** (1 – 2 раза в месяц);
- **несколько раз в год (редко)** посещают парки **26%** респондентов,
- к наиболее **активной части** можно отнести тех, кто посещает парки довольно часто: почти ежедневно и 1 – 2 раза в неделю (**25%**).
- 75% из числа опрошенных москвичей показали, что парк для них – самое популярное место для отдыха и прогулок.

**Таблица 3. Цель посещения парков культуры и отдыха.**

Цель посещения парка	%
Пообщаться с друзьями, знакомыми	33
Подышать свежим воздухом	29
Побыть наедине с природой	21
<b>Посетить аттракционы</b>	<b>16</b>
Посетить культурно–массовые мероприятия	14
Заняться спортом	12
Другое	12
Не дали ответа	4

*Источник: информационно-аналитический сборник «Симптом» № 4, 2005.*

**16% посетителей парков** приходят, чтобы посетить аттракционы, и **являются целевой аудиторией** для игроков рынка аттракционов.

### **Основные тенденции в потребительском сегменте**

На рынке семейных развлечений появляется все большее количество потребителей.

Этому способствует, во-первых, увеличение рождаемости, во-вторых, рост материального благосостояния жителей России.

### ***Факторы, благоприятствующие развитию Рынка***

Среди факторов благоприятствующих развитию рынка, прежде всего стоит отметить рост доходов населения и увеличивающуюся в последние годы рождаемость. Улучшение общей экономической ситуации в России также благотворно сказывается на рынке детских развлечений.

Растет интерес к сегменту открытых развлекательных парков тематической направленности. Такие парки могут функционировать как в крупных городах, так и на свободных площадях между городами (по аналогии с крупными парками в странах Западной Европы и США). Во втором случае в парк можно привлечь значительно большее количество потребителей, тогда как в первом случае число потребителей ограничено количеством жителей города.

Продолжается развитие комплексов развлечений в торговых центрах. При этом особый акцент делается не только на крупные города, но и на региональные центры.



**Маркетинговое Агентство Step by Step** работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет



Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

**Наши ключевые клиенты:** ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.