

Маркетинговый прорыв

Ожидаемые сроки исполнения: Один семестр (Февраль 2023 - Май 2023)

Контекст

В какой области решаем проблему?

Маркетинг, поведение потребителей

Проблема

Что за проблема: кто пытается достичь какую цель и что мешает?

Менеджеру компании, осуществляющей свою деятельность в постоянно меняющихся условиях, необходимо понимание, что нужно сделать для укрепления текущей позиции и завоевания новых рынков



Пользователи

Чья это проблема? Кто хочет что-то получить, но не может?

Менеджеры по маркетингу различных компаний

Заказчик и другие стейкхолдеры

Кто вовлечен (какие стейкхолдеры/целевые аудитории и их сегменты)?

менеджеры компаний, на базе которых выполняются проекты (ООО "Музей Кофеграфии", ООО «СТМ-Сервис», ООО «Сигма Лаб»)

Данные

Какие есть (если есть) исходные данные для решения такой проблемы? Где их искать/собрать/парсить?

отчетные данные компаний



Рекомендуемые инструменты

Есть ли у заказчика предпочтения/рекомендации по инструментам/методам, которыми такие проблемы решают?

Анализ аналогов

Какой вам известен мировой опыт в решении такого рода проблем?

Предполагаемый тип решения

В каком направлении предлагаем участникам искать решения?

Программа маркетинга





МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Минтранс России



Транспортный
университет

Предполагаемая ролевая структура команды

Состав ролей участников команды. Возможные направления подготовки участников

менеджер, маркетолог, аналитик

Доступная экспертиза

Какими экспертами мы обеспечим решение этой задачи

Дополнительные материалы

Ссылки на дополнительные материалы или дополнительная информация, которая позволит более полно раскрыть суть проекта

Возможный реализатор проекта

Какому институту/академии потенциально может быть интересен данный проект для реализации

ИЭФ

