



След седемгодишно присъствие на пазара днес Market LINKS е една от водещите български компании в областта на маркетинговите изследвания и комуникации.

ПАЗАР

Пазарът на информационно обслужване у нас се развива динамично, а след влизането на страната в Европейския съюз (ЕС) се отчита сериозен ръст в обема и на клиентите. Към момента в България се отделят пет милиона евро годишно за сектора. Market LINKS е агенция, предлагаща цялостно обслужване в сферата на маркетинговите изследвания и комуникации, която устойчиво увеличава своя пазарен дял и разнообразява портфолиото на клиентите си. Основната част от тях са големи български и мултинационални компании, отношенията с които се развиват и поддържат поради високото ниво на удовлетвореност от съвместната работа. Екипът от специалисти на Market LINKS има над десетгодишен опит в осигуряването на качествени продукти за български и чуждестранни клиенти. Делът на Market LINKS на пазара е около 15%, а останалите основни участници са GFK, TNS, Synovate, AC Nielsen.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

През годините на своето активно пазарно присъствие Market LINKS постига висока и добра познатост сред целевата група (менеджъри на фирми), както и разпознаваемост на марката и логото. Основното постижение на агенцията е високото доверие в компанията и надеждността на информацията и продуктите. Market LINKS е марка, която се отличава и с иновативността си, като внедрява съвременните професионални изследователски методи и техники. Ориентираността към специфичните потребности на всеки отделен клиент се изразява в уникалните продукти, които Market LINKS предоставя в стремежа си да осигурява решения на проблеми, а не само информация.

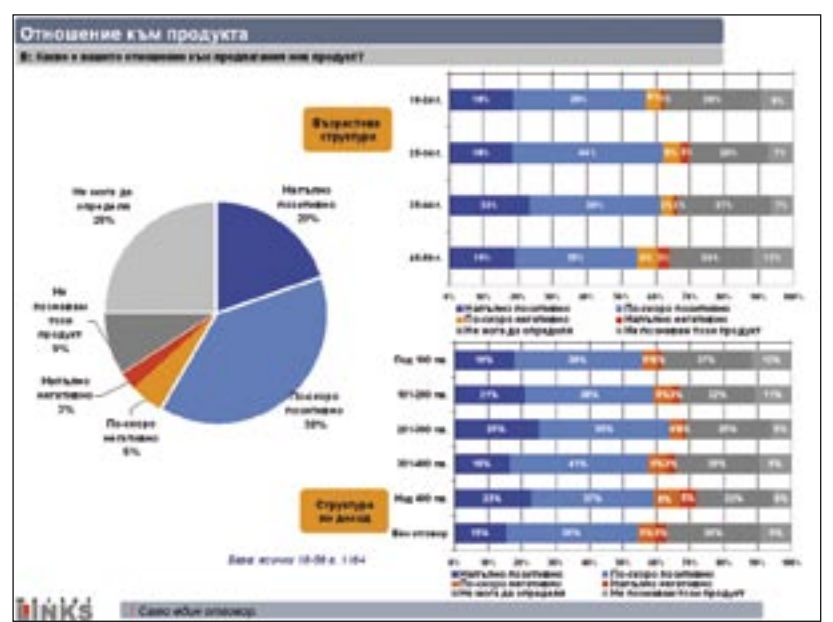
ПРОДУКТЪТ

Market LINKS е агенция, която предлага не само еднократни информационни услуги, но и цялостно обслужване – пазарни проучвания, консултации, изработване на маркетингова стратегия и план, медийно планиране и мониторинг на телевизионна реклама. Извършваните услуги са в три основни направления – маркетингови, медийни и бизнес изследвания. Според вида си предлаганите от агенцията типове изследвания са:

- Количествени (еднократни, периодични и продължителни);
- Качествени (групови дискусии, дълбочинни интервюта, анализ на вторична информация и наблюдения);
- Изследвания с уникален дизайн, комбиниращи качествени и количествени методи с оглед възможно най-пълно постигане на зададените цели. Агенцията използва редица методи, сред които лични, телефонни и бизнес интервюта, оглед на магазини, наблюдение, обработка на вторична информация (desk research) и др.



Market LINKS е разработила два собствени софтуерни продукта: Media Navigator – софтуер за обработка на данни от два основни източника (данни от изследвания на медийната аудитория и медийн мониторинг), който се използва за оценка на рекламни кампании преди и след провеждането им, планиране на бюджет на медии, ста-



тистика на рекламите и оценяване на ТВ програми и предавания. Electronic Test Studio (ETS) е система, която служи за електронна регистрация на мнения – музикални тестове, тестове на реклами, телевизионни предавания, сериали, наблюдения на реакцията на различни комуникационни материали и кампании и т.н. Основното предимство при използване на системата е, че дава възможност участниците в проучването да изразят мнения и спонтанни реакции към местваните обекти в ситуации, близки до реалните – пряко възприемане на визуални продукти (ТВ, аудиопродукти, печатни продукти). Друго методологическо достоинство е, че с ETS се регистрират автентични отговори, защото тя изключва потенциалното въздействие на интервюера, модератора или мненията на останалите участници в проучването. ETS системата се използва като средство за регистрация на отговори при различни методи – количествени и качествени, както и съчетанието им в един проект. Благодарение на предимствата на електронната регистрация на отговорите Market LINKS е разработила поредица от изследователски продукти в областта на рекламата, медиите, общественото мнение и политическата комуникация. Един от последните предлагани изследователски проекти на агенцията е за тест на рекламата Ad Monitor. Той се ползва от различни клиенти и осигурява актуална ин-

формация за ефективността на рекламата в различни пазарни сегменти и позиционирането на рекламираните марки. Методиката позволява дълбочинно изследване на мотивациите и причините за спонтанните оценки по време на електронния тест – качествено обяснение на количествените резултати. Иновативността на Market LINKS се проявява и в това, че прилага стандартни изследователски процедури при решаване на нестандартни задачи и така развива приложението им в нови области. Market LINKS следва световните тенденции в пазарните изследвания, като въвежда и налага съвременните изследователски методи. Най-актуалните от тях са онлайн изследванията. Агенцията поддържа българската част на европейския панел на Respondi. Панелът е представителен за националната съвкупност на онлайн потребителите и съдържа подизвадки на различни специфични целеви групи, които са трудни за достъп чрез стандартните изследователски техники. Онлайн проучванията на Market LINKS са не само панелни, но и AD Hoc, както и такива с уникален дизайн. Те са проучвания, които дават отговор на специфични изследователски задачи – тест на концепции и продукти за високия пазарен сегмент, както и онлайн фокус групи и интервюта. При реализация на онлайн проектите Market LINKS тясно си сътрудничи със свои международни партньори както от Европа, така и от гържаби от целия свят. Те подпомагат разработването на проекта за спецификите на българския пазар със своя богат опит на редица групи пазари.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Сред големите успехи на Market LINKS е идентификацията на марката с въвеждането на нови продукти в областта на пазарните изследвания, насочени към специфични потребности. Един от тях е разработената електронна система за местване на аудио-визуални материали – реклами, ТВ предавания, музика, а друг – онлайн изследванията. Днес марката се е утвърдила като гаранция за достоверност на информацията и в областта на политическите изследвания, като името ѝ се асоциира не само с провеждане на пазарни изследвания, но и с консултиране в областта на маркетинга и политическата дейност. В последните години Market LINKS разшири своята популярност както в страната, така и в чужбина. Сътрудничеството с професионални агенции от различни страни в Европа, Азия, Африка и Америка разширява присъствието ѝ чрез предоставянето на информация за България на външни клиенти.

<p>2001</p> <p>Създава се брандът Market LINKS.</p>	<p>2002–2005</p> <p>Марката се популяризира чрез редовни публикации в пресата и разширяване на клиентската база.</p>	<p>2005–2007</p> <p>Това е период на устойчиво развитие, с ползотворни резултати от усилията за налагане на Market LINKS. Марката се обвързва с мащабни проекти и мултинационални и големи български клиенти (Coca-Cola, „Девин“, ВАТ и др.).</p>
--	---	--

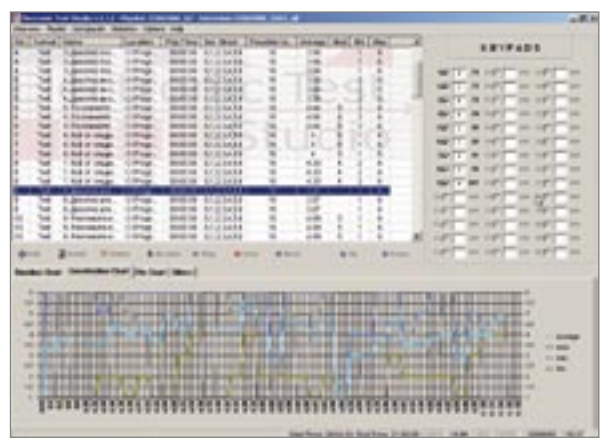
Успоредно с този процес, но именно в резултат на това сътрудничество, става възможно Market LINKS да предлага на българския пазар информация за групи пазари, които са потенциални за рогните производители и износители. Стремелът към иновации не се изразява само в разработване и налагане на нови продукти, но и в принципите при изготвяне и представяне на анализите. Агенцията следва динамиката на съвременния бизнес и подготвя своите анализи с оглед на необходимостта от бързи и адекватни бизнес решения. Завършването на дадено изследване не изчерпва работата с клиента – постоянният контакт и последващите консултации с клиентите имат за цел да подпомогнат процеса на вземане на конкретни решения.

ПРОМОЦИЯ

Market LINKS се налага активно по няколко основни начина. Едният е чрез сътрудничество и ползотворни контакти с клиентите, с проява на интерес и ангажираност към техните проблеми. Клиентите на Market LINKS са едни от най-активно рекламиращите я в професионалните среди. Постоянен промоционален канал са и редовните публикации в пресата, националните и регионалните електронни медии и специализираните издания както на резултати от проучвания, така и на анализи и коментари. Доказателство за професионализма на Market LINKS е и членството на агенцията в международните асоциации INTERSEARCH и ESOMAR. Чрез участието си в професионални форуми в чужбина представителите на Market LINKS налагат извън границите на страната не само марката, но и особеностите на българския пазар и неговите предимства.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Основните ценности на марката са определени още с нейното създаване. Те отразяват стремежа към професионализъм и адекватност чрез ориентиране към клиент-



тите и чрез динамичност в развитието на основния творчески потенциал. Главните ценности на Market LINKS са:

- Надеждност – за да са сигурни потребителите на информацията в нейното качество.
- Иновативност – за да не изостава от динамичното развитие на пазара.
- Позитивност – за да се търсят винаги ефективните решения и да се акцентира върху намирането, а не отхвърлянето на възможности.
- Гъвкавост – за да се открива оптималното изследователско и маркетингово решение във всяка една уникална пазарна и обществена ситуация.
- Устойчивост – на ценностите и стандартите, които марката Market LINKS следва.

www.mmlinks.net

Факти, които не знаете за MARKET LINKS

Екипът на агенцията в основната си част е непроменен от нейното създаване. Взаимното доверие между специалистите прави от тяхното сътрудничество пълноценен процес, в който всеки участва с уникалните си качества и работи в среда на взаимно стимулиране на личното професионално развитие.

Логото на Market LINKS е създадено от целия екип чрез вътрешно тестване.

Марката Market LINKS вече се появи на две световни конференции по качествени изследвания.

Market LINKS има активно сътрудничество с изследователски компании от веригата INTERSEARCH в над 40 страни.