

## Программа мероприятия

### «МАРКЕР. Инструмент для анализа, мониторинга и контроля рынка»

- Поиск потенциальных клиентов – по товарам / работам / услугам, которые закупают компании;
- Объем рынка закупок конкретной продукции. Оценка ключевых игроков;
- Автоматизация процесса мониторинга интересующих публикаций;
- Анализ уровня цен на закупаемые товары/ работы/ услуги;
- Данные о торгово-закупочной деятельности компаний;
- Аналитические возможности для оценки фактической деятельности компании;
- Анализ факторов риска торгово-закупочной деятельности;
- Оценка косвенной аффилированности;
- Уровень конкуренции на рынке;
- Исследование потенциала рынка;
- Аналитические отчеты в МАРКЕР.