

Программа мероприятия

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

- Поиск потенциальных клиентов по товарам / работам / услугам;
- Оценка уровня конкуренции на рынке и потенциала рынка;
- Объем рынка закупок конкретной продукции. Оценка ключевых игроков и их деятельности на рынке;
- Аналитические возможности для оценки фактической деятельности компании;
- Выявление признаков аффилированности участников торгово-закупочной деятельности;
- Анализ факторов риска торгово-закупочной деятельности;
- Автоматизация процесса мониторинга интересующих публикаций;
- Анализ уровня цен на закупаемые товары/ работы/ услуги;
- Обоснование НМЦК – как исключить возможность ошибки при расчетах;
- Контроль нарушений на закупках и контрактах;
- Аналитические отчеты в МАРКЕР.