**БРИФ НА ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ МЕТОДОМ**

**ГЛУБИННЫХ ИНТЕРВЬЮ**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Информация о компании** | |
| Наименование компании/бренд |  |
| Web-сайт компании |  |
| Сфера деятельности компании |  |
| Описание продукта компании: товаров/услуг/брендов |  |
| 1. Контактные данные | |
| Имя |  |
| Должность |  |
| Телефон/WhatsApp |  |
| e-mail |  |
| 1. **Информация об исследовании** | |
| **Причины проведения:**  *причины, вызвавшие необходимость проведения маркетингового исследования (например, разработка нового продукта, подготовка рекламной кампании, изменения маркетинговой политики компании, изменения в поведении клиентов, существенные изменения на рынке, изменение положения марки и т.д.)* |  |
| **Задачи исследования:**  *какие темы и гипотезы необходимо обсудить с респондентами?*  *На чем сфокусировать интервью, какие темы гайда наиболее важны?* |  |
| **Информация, необходимая для подготовки проекта технического задания на исследование** |  |
| *Интересует мнение специалистов, представителей организаций (B2B) или мнение – конечных покупателей / физлиц (B2C)* |  |
| *Для B2B респондентов:*  *Какие отрасли, уровень организаций и должности респондентов нужны для исследования?* |  |
| *Для B2C респондентов:*  *Какие требования к респондентам будут выделять целевую аудиторию?* |  |
| *Скринер: Какие требования предъявляются к респондентам, какими вопросами необходимо отобрать интересных респондентов и отсечь неинтересных?* |  |
| *Из каких городов должны рекрутироваться респонденты?* |  |
| **Планируемый срок** *проведения исследования* |  |
| **Форма предоставления результатов**  *Аудиозаписи, транскрипты интервью, презентация в формате PowerPoint, workshop, дистанционная или личная встреча и др.* |  |
| **Бюджет исследования**  *Если есть, укажите бюджетные ограничения* |  |
| **Особые требования или пожелания** |  |