**Проект технического задания**

**на проведение маркетингового исследования**

**знания марок B2С клиентов**

г. Москва от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 202\_ г.

Настоящее Техническое задание составлено в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон, оно является неотъемлемой частью Договора № \_\_\_\_ от \_\_\_\_, детализирует его и разработано для его реализации.

1. **Цели исследования:**
   1. Выяснить осведомленность о марках исследуемого рынка, в том числе марке Заказчика, со стороны конечных покупателей (B2С клиентов).
2. **Задачи исследования:**
   1. Выяснить важность марки (бренда, производителя) для конечных покупателей при выборе исследуемой продукции.
   2. Оценить признаки Pull и Push стратегий на исследуемом рынке.
   3. Выяснить уровень осведомленности о марке: top of mind, спонтанной и с подсказкой.
   4. Выяснить опыт покупки /использования марок исследуемого рынка.
   5. Выяснить предпочитаемую марку.
   6. Построить модель BrandHealth (Здоровье бренда, Маркетинговая воронка) для марки Заказчика и лидеров исследуемого рынка. Определить приоритеты в продвижении марки исходя из построенной модели.
   7. Рассчитать зависимость между знанием марки и покупаемостью и построить график зависимости. Проанализировать позиции марок и наклон линии тренда с точки зрения эффективности вложений в повышение знания марки Заказчика.
   8. Построить матрицы позиционирования по параметрам знание марки и удельный вес покупателей марки. Определить перспективы марки Заказчика в рассматриваемых осях и конкурентов, имеющих максимально схожее позиционирование.
   9. Провести анализ осведомленности о марках среди различных сегментов респондентов.
   10. Провести анализ перекрестного знания марок.
   11. Построить профиль респондентов по полу, возрасту, роду занятий, месту проживания.
3. **Методология и целевая аудитория.**
   1. Телефонный/очный/онлайн опрос целевой аудитории. Метод сбора данных будет рекомендован агентством исходя из доступности целевой аудитории, соблюдения требований к репрезентативности выборки, соотношения цена/качество. Размер анкеты - до 25 вопросов (длительность интервью - до 10 минут). При онлайн интервью – используется сокращенный размер анкеты (до 15 вопросов).
   2. **Размер выборки: 500-800 анкет**.
   3. **Форма предоставления результатов:**

По результатам исследования Исполнитель предоставляет Заказчику:

аналитический отчет (PowerPoint), база с результатами опроса (Excel), аудиозаписи. При очном опросе – карта меток геолокации мест интервью.

1. **Сроки оказания услуг.**
   1. Общий срок оказания услуг составляет 15-25 рабочих дней со дня перечисления авансового платежа с расчетного счета Заказчика.
2. **Стоимость услуг.**
   1. Общая стоимость услуг составляет: **Х00 000 (Х тысяч) рублей,** без НДС. Стоимость будет рассчитана после уточнения требований к целевой аудитории, выбора способа сбора данных, согласования размера выборки, географии и пр. характеристик, влияющих на сложность проекта.

|  |
| --- |
| 1. **Подписи Сторон.**   **От Заказчика От Исполнителя** |