**Проект технического задания**

**на проведение маркетингового исследования**

**удовлетворенности 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 удовлетворенность продуктом Заказчика со стороны конечных покупателей (B2С клиентов).
2. **Задачи исследования:**
   1. Выяснить важность характеристик продукта Заказчика для конечных покупателей.
   2. Выяснить, какие марки продуктов покупают (или бренды магазинов/агентств недвижимости/медцентров и пр. – посещают) покупатели.
   3. Выяснить, какой бренд является любимым (наиболее часто покупаемым).
   4. Выяснить удовлетворенность продуктом компании Заказчика:

* Качество продукции
* Широта ассортимента
* Дизайн
* Стоимость
* Популярность марки
* Престижность марки
* Программы лояльности, акции, скидки
* Реклама марки
* **Итоговая оценка продукта** 
  1. (для торговых компаний, агентств недвижимости и пр.) Выяснить удовлетворенность работой персонала компании по параметрам:
* Присутствие продавцов-консультантов
* Легкость дозвона до менеджеров
* Компетентность/квалификация менеджеров
* Культура общения
* Готовность помочь, внимание к клиенту
* Внешний вид
* **Итоговая оценка контактного персонала**
  1. (для медицинский учреждений) Выяснить удовлетворенность работой врача
* Внешний вид, культура общения.
* Квалификация
* Внимание к пациенту, индивидуальный подход
* **Итоговая оценка врача**
  1. Выяснить удовлетворенность службы доставки (логистики):
* Сроки доставки,
* Соблюдение даты/времени доставки,
* Личные качества курьера/водителя/экспедитора
* **Итоговая оценка доставки**
  1. Выделить параметры, которые оценены ниже 4-х баллов (при пятибалльной шкале оценок) и выяснить причины низкой удовлетворенности клиентов. Построить рейтинг причин низких оценок для корректировки продукта Заказчика.
  2. Выяснить общую итоговую оценку компании Заказчика.
  3. Провести анализ влияния оценок по параметрам на итоговую удовлетворенность. Предоставить Заказчику рейтинг параметров, повышение оценок по которым обеспечит наибольший рост итоговой удовлетворенности.
  4. Выяснить основные преимущества и недостатки компании Заказчика
  5. \* Провести анализ удовлетворенности клиентов в разрезе:
* Социально-демографических характеристик
* Частоты покупок/размера чека
* Расстояния от места проживания до магазина
  1. Построить профиль клиентов по полу, возрасту, роду занятий, месту проживания,.

1. **Методология и целевая аудитория.**
   1. Телефонный опрос клиентов компании по базе Заказчика или очный опрос посетителей магазина/медцетра. Размер анкеты - до 25 вопросов (длительность интервью - до 10 минут).
   2. **Размер выборки: 500-800 анкет** (при опросах по клиентской базе Заказчика размер исходного списка контактов должен позволять собрать планируемую выборку).
   3. **Форма предоставления результатов:**

По результатам исследования Исполнитель предоставляет Заказчику:

аналитический отчет (PowerPoint), база с результатами опроса (Excel), аудиозаписи.

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.

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