**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** |