**Проект технического задания**

**на проведение маркетингового исследования**

**B2С потребителей на примере рынка продуктов питания**

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 отношение конечных потребителей продукции к теме исследования
2. **Задачи исследования (избыточный перечень задач):**
   1. Выяснить долю покупателей/потребителей продукции среди населения города.
   2. Выяснить портрет покупателя и потребителей продукции.
   3. Выяснить важность характеристик продукции для конечных покупателей.
   4. Построить схему выбора продукции конечными потребителями.
   5. Выяснить знание марок, опыт покупки, лояльность к маркам со стороны конечных покупателей.
   6. Выяснить предпочитаемые каналы покупки продукции (онлайн/офлайн).
   7. Построить рейтинг марок ретейлеров / онлайн магазинов/маркетплейсов, в которых совершаются покупки в настоящее время.
   8. Построить рейтинг предпочитаемых марок розничных сетевых ретейлеров.
   9. Выяснить частоту, чек и кратность покупки продукта.
   10. Выяснить блюда, которые готовят потребители с использованием исследуемой продукции.
   11. Выяснить основные ценности покупаемого продукта.
   12. Выяснить осведомленность о рекламной кампании марки N исследуемого продукта.
   13. Выяснить запоминаемость образов рекламной кампании заказчика
   14. Выяснить отношение к рекламной кампании Заказчика
   15. Провести бенчмаркинг на рынке исследуемой продукции по характеристикам продукта.
   16. Выяснить итоговую оценку и определить степень влияния параметров продукции на итоговую оценку.
   17. В случае низких оценок выяснить и систематизировать причины неудовлетворенности покупателей.
   18. Выяснить максимально приемлемую стоимость продукта и построить кривые эластичности.
   19. Выяснить оптимальный вес упаковки.
   20. Построить структуру спроса по вкусам продукции.
   21. Выяснить предпочтения по вариантам упаковки продукции.
   22. Выяснить медиапредпочтения покупателей продукции
   23. Выяснить предпочтения покупателей продукта относительно социальных сетей.
   24. Выяснить предпочтения блогеров среди пользователей Youtube
   25. Построить профиль покупателя продукции по полу, возрасту, роду занятий, уровню доходов, наличию и возрасту детей в семье.
3. **Методология и целевая аудитория.**
   1. Телефонный / очный / онлайн опрос покупателей продукции с частотой не менее х раз в месяц.
   2. Размер анкеты - до 25 вопросов (длительность интервью - до 10 минут).
   3. **Размер выборки: 500-800-1200 анкет** (в зависимости от задач исследования)
   4. **География исследования: Москва, Санкт-Петербург, Краснодар**
   5. **Форма предоставления результатов: п**о результатам исследования Исполнитель предоставляет Заказчику: аналитический отчет (PowerPoint), базу с результатами опроса (Excel), аудиозаписи.
4. **Сроки оказания услуг.**
   1. Общий срок оказания услуг составляет 15-25 рабочих дней со дня перечисления авансового платежа с расчетного счета Заказчика.
5. **Стоимость услуг.**
   1. Общая стоимость услуг составляет: **Х00 000 (Х тысяч) рублей,** без НДС.

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