**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** |  |