**Пример анкеты для проведения опроса потребителей, покупателей**

### Пример формы анкеты: Потребительские предпочтения жителей г. N на рынке продукта.

#### Цели проведения анкетирования:

1. Зафиксировать узнаваемость компании и бренда продукции на изучаемых рынках.
2. Выявление потребительских предпочтений и факторов принятия решения.
3. Определение круга основных конкурентов.
4. Определение основных источников информации о продукции.
5. Подготовка плана комплекса мероприятий по повышению узнаваемости и лояльности к компании и бренду ([план маркетинга и рекламы](http://www.life-marketing.ru/marketplan)).

### Ключевые изучаемые вопросы (проект анкеты для опроса face-to-tace):

**Информация о респонденте:**

Возраст респондента. Рекомендуемый тип сегментации по возрасту.

* до 15 лет (меньше 12 лет не опрашиваются. Определять возраст «на глаз».) школьники
* 16-25 — учащиеся, студенты, активная молодежь
* 26-35 — самостоятельная аудитория работающих, молодые семьи
* 36-45 — люди среднего возраста
* 46-60 — самостоятельная группа, характеризующаяся взрослыми детьми (в случае семейного статуса) и возможным наличием внуков
* от 61 — предпенсионный и пенсионный возраст

Пол респондента

* мужской
* женский

Есть ли у Вас семья, дети/внуки (до 12 лет). Вопрос для лиц среднего и старшего возраста.

* Семья Да/нет
* Дети. Да. Какой возраст? \_\_\_\_\_
* нет

**Изучение частоты покупки, принципа потребления:**

Не рекомендуется ставить вопрос о частоте покупки в формате последнего исследования в столь категоричной форме («Вы лично покупаете \_\_\_\_ хотя бы 1 раз в месяц?»). Ввести больше градаций для ответа.

Частота покупки

* вар 1
* вар 2
* вар 3
* вар N

**Изучение предпочтений по продукту и знаний марок:**

Предпочтения по типу продукта (может быть неск ответов)

* продукт 1
* продукт 2
* продукт N

Какие марки из перечисленных Вы знаете? Узнаваемость марок (по названиям/маркам). Это НЕ название компании-производителя. Данный блок рекомендуется заполнять 7-9 марками, включая Ваши, которые реально активно представлены в городе, где проводится анализ, и которые являются прямыми конкурентами Вашим маркам.

* марка 1
* марка 2
* марка N

Какое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Вы/Ваша семья приобрела в последнюю покупку? Это может быть тип или марка.

Какое бы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Вам хотелось бы купить в ближайшее время/сейчас? Это может быть тип или марка.

**Изучение узнаваемости производителей:**

Производители, названия компаний которых респондент знает (без подсказки). Открытый вопрос. Если ответа нет, то следующий пункт.

Производители, названия компаний из перечисленных Вы знаете? Производители, названия компаний которых респондент слышал. Зачитывается список. Выбираются 5-7 компаний, продукция которых представлена в регионе, где проходит изучение, включая название Вашей компании.

* производитель 1
* производитель 2
* производитель N

Производители, чьей продукции респондент доверяет. Почему?

**Место покупки и факторы принятия решения о покупке**

Где респондент чаще всего покупает продукцию. Возможно несколько ответов.

* супермаркет/сетевой магазин
* магазин \_\_\_\_\_\_\_
* специализированный \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* на рынке
* другое

Чувствительность к цене

* продукт выбирается по \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Цена не играет значение.
* продукт выбирается по \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Цена изучается и примается к сведению.
* при выборе продукта основное внимание обращается на цену.

Критерий выбора продукта. На что обращается максимум внимания.

* на марку, которую знаю/доверяю
* на внешний вид
* на комплектацию
* на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Пристрастие к типу продукта

* типовой продукт. Какой?
* сложный продукт с \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Какой?
* покупаю \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-

Принцип покупки

* покупаю быстро и импульсно (на ходу), то что понравится
* покупаю быстро и импульсно (на ходу), т.к. четко знаю, что хочу
* вдумчиво выбираю и ищу подходящее в данный момент вариант

Отношение к новинкам

* покупаю один и тот же привычный продукт
* люблю экспериментировать и покупать новые продукты

**Источники информации о продукте**

Источники получения информации о новинках на рынке продукции

* ТВ
* радио
* печатная реклама
* реклама в точках продажи
* в магазинах, когда вижу новый незнакомый продукт в продаже

Обращаете ли Вы внимание на рекламу продукта? Да/нет.

Рекламу каких марок Вы помните и можете назвать? Чем запомнилась?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Данный пример анкеты для опроса потребителей, используемый в работе маркетингового агентства Life-Marketing, носит информативный характер (шаблон) и не является итоговым вариантом.**

**О компании «Консалтинг роста»:**

**Группа консалтинговых компаний «Консалтинг роста»** оказывает профессиональные консультационные услуги в области стратегического, маркетингового и организационного консультирования. Деятельность "Консалтинг роста" ориентирована на развитие бизнеса клиента, повышение эффективности маркетинга, увеличение продаж, рост выручки и рост прибыльности.

Наша консалтинговая компания работает в Москве, Санкт-Петербурге, крупных и средних городах России. В последнее время наша практика и проекты развиваются в странах СНГ (Украина, Республика Беларусь, Казахстан, Республика Молдова и др.).

В нашей команде консультанты и специалисты с более чем 15 летним опытом работы на рынке профессионального консалтинга.

**Структура группы компаний:**



За последние несколько лет выполнены проекты **более чем в 40 городах и регионах**.

Мы успешно сотрудничали в области управленческого, стратегического, маркетингового консалтинга с компаниями в различных сферах:

* розничная торговля (одежда, обувь, аксессуары);
* бытовая техника и электроника;
* бытовые услуги и сервисы;
* финансы и банковский бизнес;
* ресторанный бизнес;
* строительство и девелопмент;
* производство стройматериалов и конструкций;
* производство и дистрибуция продуктов питания и товаров fmcg;
* промышленное производство, производство оборудования, инжиниринговые услуги.

**Оказываемые консультационные услуги:**

* стратегический консалтинг и разработка стратегии компании;
* организационное консультирование и управление персоналом;
* активизация и увеличение продаж (система роста продаж);
* разработка стратегии и плана маркетинга компании;
* аудит (диагностика) маркетинга компании;
* повышение эффективности работы службы маркетинга;
* маркетинговые исследования, изучение и анализ рынков;
* изучение и анализ работы конкурентов и benchmarking;
* mystery shopping, тайный покупатель (таинственный покупатель);
* аудит торговых точек, Retail audit;
* опросы потребителей товаров и услуг (анкетирование). Изучение потребительского спроса методом проведения глубинных интервью;
* проведение фокус-групп, холл-тестов и тестирование продукции/услуг;
* услуги брендинга, разработки торговых марок, дизайна, креатива, профессиональной фотографии.

**Карта услуг:**

