

**БРИФ на проведение   
маркетингового исследования**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** | **Проблема предприятия, описание текущей ситуации на рынке и событий, которые связаны с возникновением проблемы**  *Например, приход новых игроков на рынок и повышение конкуренции, падение объема прибыли, отток клиентов и пр.* |
| **2.** | **Задачи, стоящие перед Заказчиком**  *Например, удержание доли рынка, эффективная деятельность в маркетинговом аспекте, разработка стратегии продвижения услуги (продукта) и пр.* |
| **3.** | **Цель исследования**  *Например, установление перечня товаров или услуг, которыми наиболее активно пользуются потребители. Установление предпочтений потребителей при совершении тех или иных покупок, приемлемые способы поведения при совершении крупных покупок, источники получения информации о магазинах (продуктах). Выявление важности атрибутов при выборе места покупок (низкая цена, быстрое обслуживание, ассортимент, месторасположение, привычка, интерьер/экстерьер, реклама, дополнительный сервис и т.д.), оценка атрибутов предприятия-заказчика.* |
| **4.** | **Необходимость исследования (желаемые результаты)**  *Например, определение сегментов потребителей, анализ их поведения на рынке, предпочтений, анализ каналов продвижения продукции, позиций конкурентов и пр.* |
| **5.** | **Целевая группа**  *Население определенных возрастных, семейных, доходных групп, сфер занятости, социального статуса.* |
| **6.** | **Гипотезы и предположения**  *Например, при принятии решения о тех или иных операциях на рынке банковских услуг потребитель руководствуется такими-то мотивами и т.д.* |
| **7.** | **География проведения исследования (или предпочтительные точки опроса)**  *Места скопления потенциальных потребителей услуги (например, в случае покупок бытовой техники и электроники – у крупных торговых центров, жилищного кредитования – регистрационная палата, места оформления кредитов, банковские помещения и пр.)* |
| **8.** | **Сроки и форма предоставления предложения на проведение исследования**  *Разработку программы и инструментария исследования необходимо провести  до \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* |
| **9.** | **Сроки проведения исследованияи требования к формату отчета**  *До \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ провести сбор, систематизирование, анализ данных и предоставить результаты в виде: табличного отчета для маркетолога, краткого отчета для высшего руководства, полного отчета, презентации в Power Point.* |
| **10.** | **Контакты**  Ф.И.О  Телефон:  E-mail |