

**Подготовка отчета
о проведенном маркетинговом
исследовании**

План

1. Структура отчета
2. Рекомендации по составлению отчета
3. Критерии логической последовательности отчета
4. Правила представления маркетинговой информации
5. Таблицы, графики и диаграммы

Структура отчета

1. Цель исследования.
2. Заказчик проведения маркетингового исследования.
3. Характеристика выборки, время проведения, методы сбора и обработки информации.
4. Сведения об исполнителях и консультантах.
5. Источники получения информации, их надежность при проведении кабинетных исследований.
6. Важнейшие выводы по результатам исследования.

Характеристики правильного составления отчета об исследовании

Рекомендации:

- 1) не писать лишних слов;*
- 2) использовать преимущественно
общеупотребительные слова;*

Варианты замены слов

Сочетание слов	Заменить на
Следует отметить, что	Важно
В силу того факта, что	Потому что
С целью	Для
Исходя из вышесказанного	Следовательно
Как упоминалось выше	Вышеизложенное
Согласно аналитическим результатам	По результатам
Фактор, который оказывает значительное влияние	Значительный фактор

3) *меньше употреблять технический жаргон, использовать словарный запас, близкий данному читателю или слушателю*

Варианты замены технических слов

Сочетание слов	Заменить на
Коэффициент корреляции	Связь между
Уровень статистической значимости	Достоверность

4) *избегать длинных перегруженных предложений*

Варианты сокращения предложений

Длинное предложение	Заменить на
«Клиент обратился в нашу компанию с запросом о проведении маркетингового исследования, которое способствовало бы более глубокому пониманию влияния юмора на передачу основного обращения в телевизионных рекламных роликах на восприятие целевой аудитории»	«Нами было проведено исследование о влиянии юмора в телевизионных рекламных роликах на восприятие целевой аудитории»

5) при построении фраз использовать активные, а не пассивные конструкции

Пассивная конструкция	Активная конструкция
В ходе проведенного нами анализа оказалось, что	Анализ показывает
Респондентам был предоставлен выбор: отметить столько пунктов в списке, сколько они хотели	Респонденты могли отметить столько пунктов в списке, сколько хотели.

Критерии логической последовательности отчета

- переход от одной мысли к другой логичен;
- логически связанные друг с другом части информации сгруппированы и представлены вместе;
- темы следуют одна за другой в логическом порядке.

**Таблицы, графики и диаграммы
являются важными составляющими
отчета в силу того, что:**

- ✓ привлекают внимание аудитории к отдельным аспектам данных;
- ✓ способствуют лучшей передаче результатов и тенденций;
- ✓ вызывают зрительный интерес.

Табличное представление данных

применяется, если перед исследованием стоит задача представить точные цифры по одной и нескольким связанным между собой темам.

Требования к оформлению таблиц

- ✓ таблица должна иметь порядковый номер и название;
- ✓ название граф должно быть лаконичным и четко сформулированным;
- ✓ цифры должны быть округлены до разумного уровня точности;
- ✓ запятые, отделяющие десятичную дробь от целого числа, должны находиться на одной вертикали;
- ✓ цифры, приведенные в графах, должны сходиться к сумме.

Линейные графики

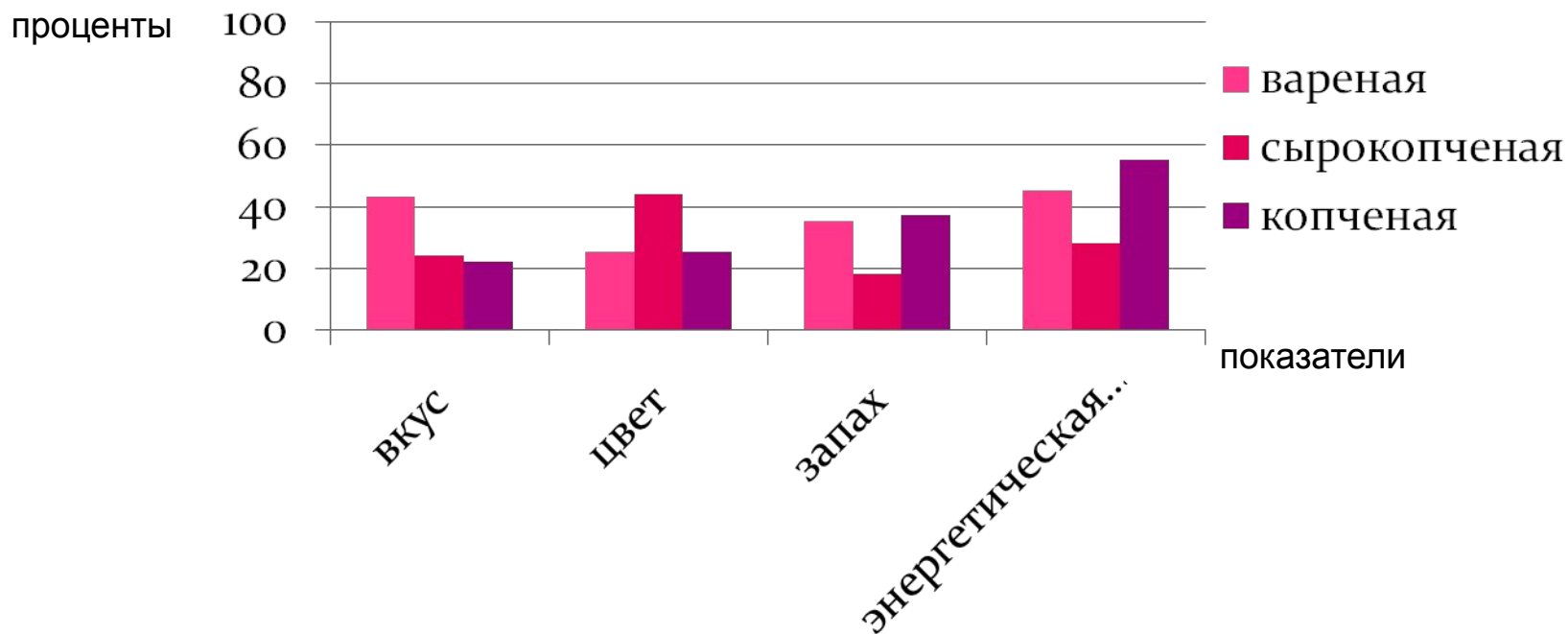
используют для отражения тенденций, в частности тенденций за определенный период времени. Оси должны быть снабжены необходимыми обозначениями.



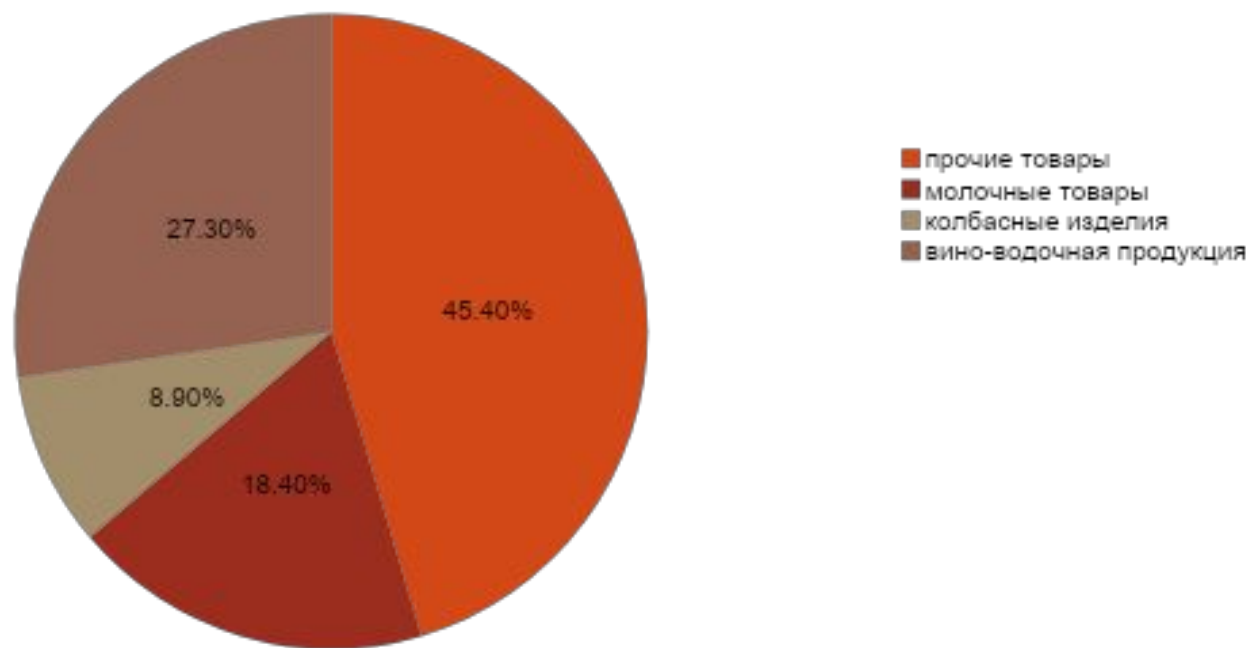
Столбиковые диаграммы

*Использование таких диаграмм уместно,
если ставится цель сравнить:*

- ✓ численность или объем в различные временные периоды;
- ✓ относительную численность нескольких групп наблюдений в конкретный момент времени.



Секторная диаграмма



Объем реализации продукции (неразорванная диаграмма).

Правила представления маркетинговой информации

- 1) Определить необходимость использования графического представления маркетинговой информации.
- 2) Придерживаться принципа простоты при подготовке таблиц и графиков.
- 3) Быть последовательным в использовании диаграмм.
- 4) Убедиться, что таблица или график правильно сочетается с текстом.
- 5) Пользоваться таблицами и диаграммами для представления данных, а повествованием – для их интерпретации.