

ЗАПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Планирование МИ: ВИДЫ ДОКУМЕНТОВ

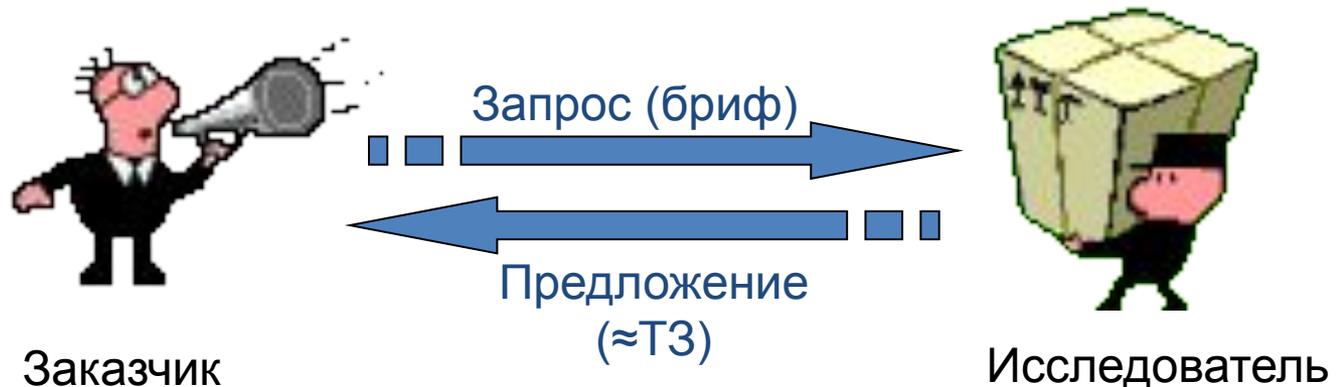


Программа МИ

- Изложение целей и задач проводимого исследования
- Перечисление гипотез, подлежащих проверке
- Определение методов проведения исследования
- Спецификация используемых понятий и переменных
- Способы измерения каждой переменной
- Описание процедуры организации наблюдения
- Обсуждение будущего анализа данных
- Определение сроков проведения исследования и предоставления полученных результатов
- Определение состава участников исследования и их квалификации (диаграмма Ганта)

Роль запроса и предложения в проведении исследования

- Запрос и предложение – способ коммуникации между заказчиком и исследовательским агентством:
 - Задача **запроса** – объяснить агентству, какую проблему призвано решить исследование
 - Задача **предложения** – объяснить Заказчику, что ему даст предлагаемое исследование



Задачи запроса и предложения

Запрос:

- Понять управленческую проблему внутренних клиентов (бренд-команда, торговые представители, директора, и т. д.)
- Оценить, как маркетинговое исследование может помочь решить эту проблему.
- Перевести бизнес-задачу внутренних клиентов в задачу для маркетингового исследования

Предложение:

- Отражает понимание агентством исследовательских задач и предлагает способ их решения.
- Содержит план действий и свод основных решений при осуществлении проекта.
- Инструмент продаж услуг агентства, на основании которого принимается решение об из покупке.
- Основание для заключения письменного контракта между клиентом и исследователем.

Структура предложения

Проблемная ситуация	Краткое резюме проблемной ситуации, указанной в запросе. Дополнительная информация, которая поможет решить проблему
Задачи исследования	Резюме исследовательских задач, сформулированных клиентом. Оценка бизнес проблемы, выделение дополнительных вопросов, которое может прояснить исследование
Опыт агентства	Краткая информация о компании, прошлый опыт работы с этим клиентом, опыт работы с проектами с похожими задачами, опыт работы в отрасли Заказчика
Подход к решению задач = дизайн исследования	Подбор методов исследования в соответствии с задачами (качественные, количественные, комплексные исследования) Указание возможностей и ограничений методов.
Методология	Один из важнейших разделов предложения, более подробно представлен далее
Предоставляемые материалы	Перечисление документов, предоставляемых по завершении исследования (отчет, презентация, таблицы, сырые данные для доп. Анализа). Пример представления данных в отчете.
Рабочая группа	Информация о людях, которые будут ответственными за проект, указание их основных обязанностей и опыта работы.
Сроки/ схема проведения исследования	Сроки предоставления финальных результатов. Описание основных этапов проекта, особенно, где необходима вовлеченность заказчика (например, утверждение анкеты).
Стоимость	Бюджет исследования (иногда детализируется на разработку инструментария, вознаграждение респондентам, проведение полевых работ, анализ данных, предоставление результатов). Также сроки и условия оплаты.
Приложения	Технические детали – план выборки, статистические данные, подробное описание методов анализа данных, и т.д.

Структура предложения:

МЕТОДОЛОГИЯ

Проблемная ситуация

Задачи исследования

Опыт агентства

Подход к решению задач
= дизайн исследования

Методология

Предоставляемые материалы

Рабочая группа

Сроки/ схема проведения исследования

Стоимость

Приложения

- Нужно учитывать пожелания Заказчика относительно методологии, но можно и нужно предлагать альтернативы, если они более адекватны для решения задач.
- Разработка инструментария (анкеты, схема фокус групп или глубинных интервью, подготовка стимульных материалов (продукты, рекламные ролики, упаковки, и т.д.).
- Выборка/ целевая аудитория – описание, кто примет участие в исследовании, кто сможет ответить на вопросы.
- Способ поиска респондентов (особенно для труднодоступных целевых аудиторий, например, люди с высоким доходом).
- Способ организации полевых работ.
- Способ контроля качества полевых работ.
- Способ анализа данных (например, если планируется использовать статистические модели или методы сложного статистического анализа).

Структура запроса на исследование

История вопроса

Текущая ситуация на рынке, основные игроки, конкуренты, информация о компании-заказчике и изучаемых марках, прошлый опыт исследований в этой области, и.т.д. - все что может быть полезно для лучшего понимания проблемной ситуации.

Задачи исследования

Бизнес-задачи внутренних клиентов
Исследовательские задачи
Гипотезы для проверки

Требования к методологии

Дизайн (качественное/ количественное, комплексное исследование)
Целевая аудитория (пол, возраст, образование, доход, опыт потребления определенных продуктов)
География исследования

Необходимые предоставляемые материалы

Какие решения будут приняты при помощи подученной информации.
Каковы будут критерии принятия решения (action standards).
Требуемая форма отчетности (презентация, сырые данных для самостоятельного анализа, и.т.д.)

Ограничения по срокам/ бюджету

Срок предоставления предложения
Ограничения по срокам предоставления результатом исследования
Существующие озвучиваются при личном общении.

Информация о опыте исследовательского агентства

Часто запрашивается, если заказчик обращается в агентство впервые.
Опыт работы с определенными типами проектов, существование продуктов, опыта работы в определенной сфере бизнеса, возможности сбора данных, и.т.д)

Составление графика проекта

- **Метод оценки и проверки выполнения программы** (PERT – Program Evaluating and Review Technique) – вероятностный подход к составлению графика проекта
- **Метод критического пути** (Critical Path Method) – разделение проекта на составляющие (компоненты), определяя их последовательность и продолжительность
- **План-график** – схематичное отражение работ по проекту, с учётом потребностей в персонале и времени

График Ганта

