3 ЗАНЯТИЕ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ МЕТОДЫ. ОПРОСНАЯ АНКЕТА

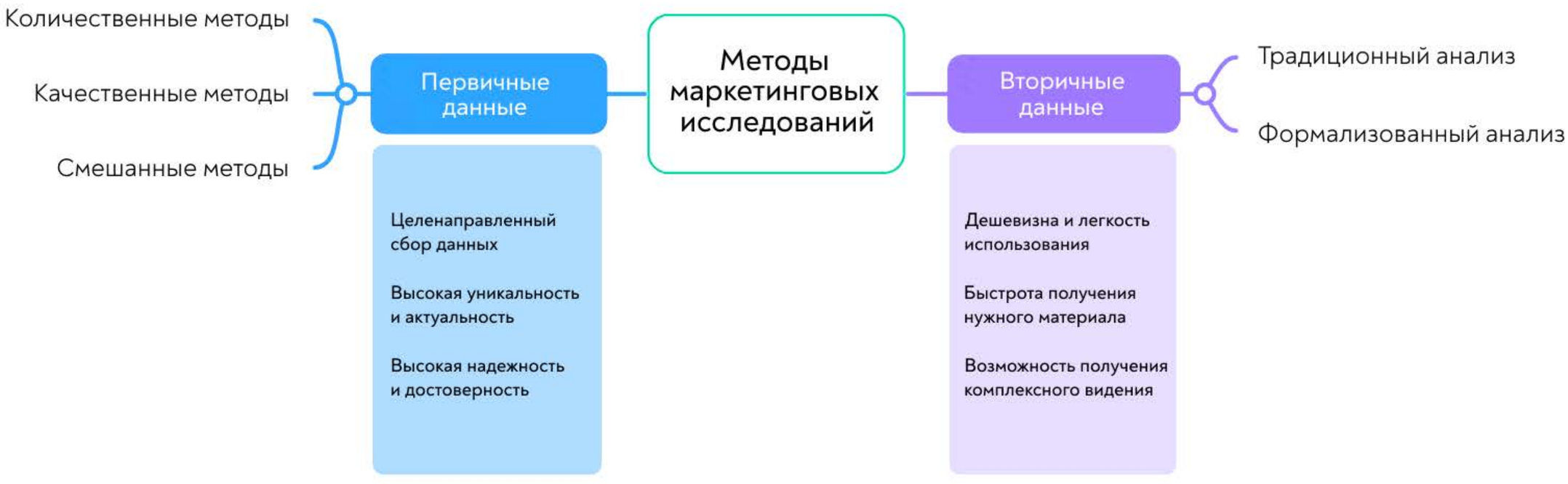
МИХАИЛ СИЗОВ
МАРКЕТОЛОГ DIGITAL ПРОЕКТОВ

ТИПЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

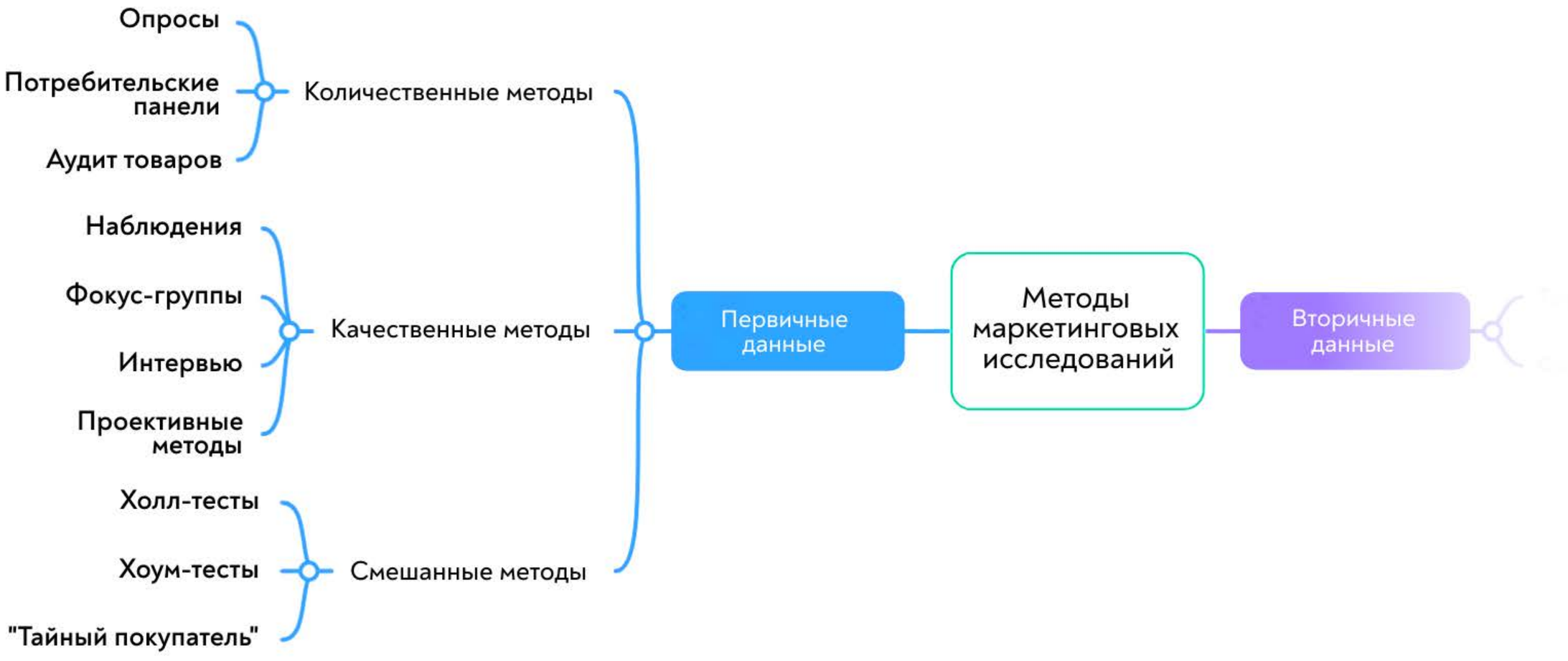
2 типа методов:

- Методы сбора ПЕРВИЧНЫХ ДАННЫХ
- Методы анализа ВТОРИЧНЫХ ДАННЫХ



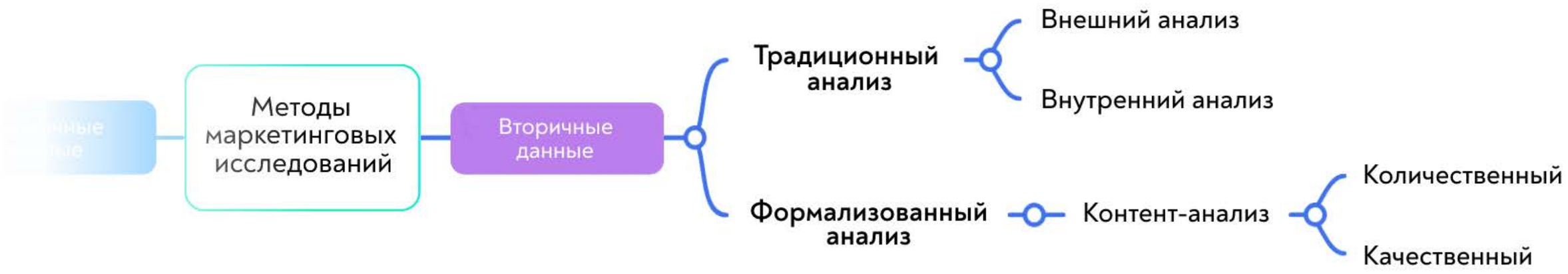
МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Методы сбора ПЕРВИЧНЫХ ДАННЫХ



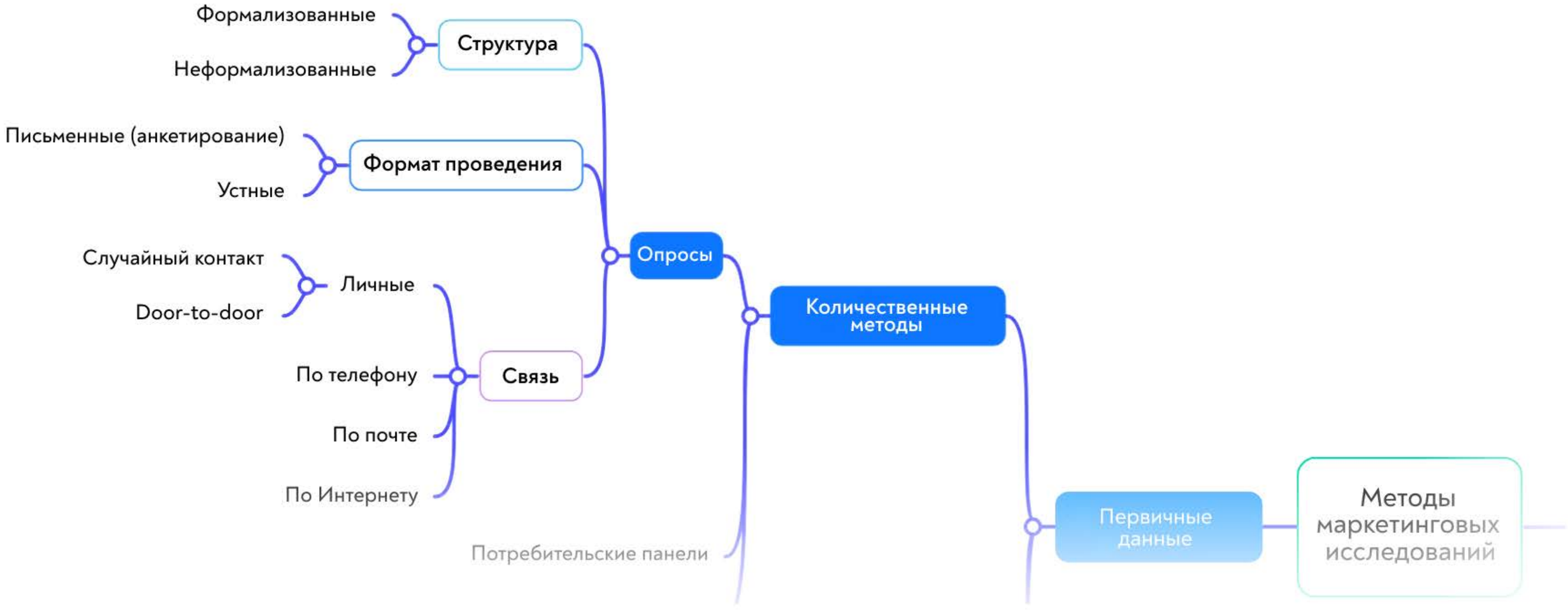
МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

- Методы анализа ВТОРИЧНЫХ ДАННЫХ



МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Организация и проведение опросов



МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Разработка анкеты для опроса

Начало

тема **длительность**

конфиденциальность

Основная часть

воронка

Основная часть

структура

логика

Окончание

паспорт **личные вопросы**

обратная связь

МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Виды оценочных шкал для анкеты

Шкала Лайкерта

3. Оцените, насколько Вы согласны с утверждением:

	Совсем не согласен	Не согласен	Не могу однозначно ответить	Согласен	Абсолютно согласен
"При покупке одежды я точно знаю, чего хочу"	○	○	○	○	○

Закрытый вопрос с несколькими вариантами ответа

6. Для каких категорий одежды такая кастомизация кажется Вам подходящей?

- ☐ Худи, свитшоты, футболки и т.д.
- ☐ Пиджаки, жакеты
- ☐ Верхняя одежда (джинсовки, пуховики и т.д.)
- ☐ Джинсы, брюки, шорты
- ☐ Юбки, платья
- ☐ Обувь
- ☐ Аксессуары (сумки, кошельки, очки и т.д.)

Семантический дифференциал

7. Укажите на шкале, каким Вам кажется описанный процесс кастомизации.

Простой — Сложный

○ ——————————

МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Виды оценочных шкал для анкеты

Шкала Лайкерта

3. Оцените, насколько Вы согласны с утверждением:

	Совсем не согласен	Не согласен	Не могу однозначно ответить	Согласен	Абсолютно согласен
"При покупке одежды я точно знаю, чего хочу"	○	○	○	○	○

Закрытый вопрос с несколькими вариантами ответа

6. Для каких категорий одежды такая кастомизация кажется Вам подходящей?

- ☐ Худи, свитшоты, футболки и т.д.
- ☐ Пиджаки, жакеты
- ☐ Верхняя одежда (джинсовки, пуховики и т.д.)
- ☐ Джинсы, брюки, шорты
- ☐ Юбки, платья
- ☐ Обувь
- ☐ Аксессуары (сумки, кошельки, очки и т.д.)

Семантический дифференциал

7. Укажите на шкале, каким Вам кажется описанный процесс кастомизации.

Простой — Сложный

МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Виды оценочных шкал для анкеты

Шкала Лайкерта

3. Оцените, насколько Вы согласны с утверждением:

	Совсем не согласен	Не согласен	Не могу однозначно ответить	Согласен	Абсолютно согласен
"При покупке одежды я точно знаю, чего хочу"	○	○	○	○	○

Закрытый вопрос с несколькими вариантами ответа

6. Для каких категорий одежды такая кастомизация кажется Вам подходящей?

- ☐ Худи, свитшоты, футболки и т.д.
- ☐ Пиджаки, жакеты
- ☐ Верхняя одежда (джинсовки, пуховики и т.д.)
- ☐ Джинсы, брюки, шорты
- ☐ Юбки, платья
- ☐ Обувь
- ☐ Аксессуары (сумки, кошельки, очки и т.д.)

Семантический дифференциал

7. Укажите на шкале, каким Вам кажется описанный процесс кастомизации.

Простой — Сложный

○ ——————————

МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Виды оценочных шкал для анкеты

Шкала Лайкерта

3. Оцените, насколько Вы согласны с утверждением:

	Совсем не согласен	Не согласен	Не могу однозначно ответить	Согласен	Абсолютно согласен
"При покупке одежды я точно знаю, чего хочу"	○	○	○	○	○

Закрытый вопрос с несколькими вариантами ответа

6. Для каких категорий одежды такая кастомизация кажется Вам подходящей?

- ☐ Худи, свитшоты, футболки и т.д.
- ☐ Пиджаки, жакеты
- ☐ Верхняя одежда (джинсовки, пуховики и т.д.)
- ☐ Джинсы, брюки, шорты
- ☐ Юбки, платья
- ☐ Обувь
- ☐ Аксессуары (сумки, кошельки, очки и т.д.)

Семантический дифференциал

7. Укажите на шкале, каким Вам кажется описанный процесс кастомизации.

Простой — Сложный

○

КОНЕЦ 3 ЗАНЯТИЯ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ МЕТОДЫ. ОПРОСНАЯ АНКЕТА

МИХАИЛ СИЗОВ
МАРКЕТОЛОГ DIGITAL ПРОЕКТОВ
УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР TRANSLATED

+7 777 983 26 98

mikhailsizov15@gmail.com

TRANSLATED msizov@translated.org