

Лабораторная работа №7. Дескриптивный анализ и описание исходных данных.

Компания «Собачья радость» создала четыре новых ролика для рекламирования своей линии по производству ароматизированных собачьих бисквитов. Перед тем как выбрать для производства один из рекламных роликов, компания провела исследование реакции целевой аудитории на каждый ролик, а также реакции на те конкретные рекламные утверждения о товаре, которые нес каждый ролик.

Сбор данных осуществлялся методом интервью в торговом пассаже. Посетители, прошедшие отборочную процедуру и согласившиеся участвовать в исследовании, приглашались в специальное помещение для проведения интервью и просмотра рекламных роликов. После просмотра всех трех роликов профессиональный интервьюер проводил с каждым респондентом двадцатиминутное интервью. Интервью было довольно обширным. Вот некоторые основные вопросы, которые задавались каждому из респондентов:

Вопрос 1. Пол

ЗАПИШИТЕ НЕ СПРАШИВАЯ

Мужской _____ (1)

Женский _____ (2)

Вопрос 2. Возраст

Укажите свой полный возраст _____

Вопрос 7. Вы просмотрели рекламные ролики компании «Собачья радость». А сейчас я хотел бы узнать ваше мнение о том, понравятся или не понравятся вашей собаке эти бисквиты. Будьте добры, прослушайте каждую фразу, которую я сейчас вам прочитаю. После каждой услышанной фразы отметьте на шкале этой карточки (НА КАРТОЧКЕ – ПЯТЬ ПУНКТОВ: ОТ «АБСОЛЮТНО СОГЛАСЕН» (1) ДО «АБСОЛЮТНО НЕ СОГЛАСЕН»(5) степень вашего согласия или несогласия с каждой из услышанных фраз.

а) Я думаю, что моей собаке эти бисквиты понравятся больше, чем те, которые я даю ей сейчас.

б) Я думаю, что моя собака будет вести себя намного лучше, если давать ей эти бисквиты в качестве вознаграждения за хорошее поведение.

Вопрос 9. Преимущества товара.

В роликах упоминались несколько преимуществ собачьих бисквитов компании «Собачья радость». Я хотел бы, чтобы вы отметили относительную важность этих преимуществ для вас и вашей собаки, присвоив каждому из них определенное количество очков. У вас есть 100 очков, которые вы можете распределить между приведенными ниже четырьмя преимуществами. Вы можете присвоить меньше или больше очков, или же не присваивать ни одного очка. Чем больше очков вы присвоите какому-либо из преимуществ, тем большее значение оно имеет для вас. Убедитесь, что общая сумма присвоенных вами очков равняется 100.

ПЕРЕДАЙТЕ АНКЕТУ РЕСПОНДЕНТУ. ПОСЛЕ ЗАПОЛНЕНИЯ СОБЕРИТЕ АНКЕТЫ. УБЕДИТЕСЬ В ТОМ, ЧТО ОБЩАЯ СУММА ПОСТАВЛЕННЫХ РЕСПОНДЕНТОВ ОЧКОВ РАВНЯЕТСЯ 100.

Очищает зубы _____

Предупреждает появление кариеса _____

Освежает дыхание _____

Дополнительное питание для собаки _____

Всего 100

Вопрос 13. Коммерческая привлекательность

Ниже приведены названия четырех просмотренных вами роликов. Хочу вас попросить дать оценку каждому из них. Поставьте «1» напротив названия ролика, который вам понравился больше всего, «2» - следующему ролику, «3» - ролику, который понравился меньше, и «4» - ролику, который понравился меньше всех. Каждую из оценок вы должны поставить только один раз. ПЕРЕДАЙТЕ АНКЕТУ РЕСПОНДЕНТУ. ПОСЛЕ ЗАПОЛНЕНИЯ СОБЕРИТЕ АНКЕТЫ. УБЕДИТЕСЬ В ТОМ, ЧТО РЕСПОНДЕНТ ПОСТАВИЛ КАЖДУЮ ИЗ ОЦЕНОК ТОЛЬКО ОДИН РАЗ.

Праздник для собаки _____

Пять метров _____

Собака на диване _____

Зубы, о которых можно только мечтать _____

Вопрос 16. Намерение купить – цена высокая

Укажите, пожалуйста, насколько высока вероятность того, что вы купили бы собачьи бисквиты компании «Собачья радость», если бы они продавались в вашем гастрономе, и их цена была бы сопоставима с ценой ведущей торговой марки, производящей собачье печенье.

Чрезвычайно высока _____ (1)

Достаточно высока _____ (2)

Не могу сказать определенно _____ (3)

Достаточно низка _____ (4)

Чрезвычайно низка _____ (5)

Вопрос 17. Намерение купить – цена низкая

Укажите, пожалуйста, насколько высока вероятность того, что вы купили бы собачьи бисквиты компании «Собачья радость», если бы они продавались в вашем гастрономе и их цена была бы сопоставима с ценой в фирменном магазине, торгующем собачьими бисквитами.

Чрезвычайно высока _____ (1)

Достаточно высока _____ (2)

Не могу сказать определенно _____ (3)

Достаточно низка _____ (4)

Чрезвычайно низка _____ (5)

Ответы пятидесяти респондентов воспроизведены в таблице.

Данные для изучения отклика на рекламу собачьих бисквитов

<i>Номер респон дента</i>	<i>Пол</i>	<i>Воз- раст</i>	<i>Вопрос 7а</i>	<i>Вопрос 7б</i>	<i>Вопрос 9: преимущества</i>				<i>Вопрос 14: привлекательность</i>					
					<i>Очи- щает зубы</i>	<i>Предот- враща- ет ка- риес</i>	<i>Осве- жает дыха- ние</i>	<i>Допол- нитель- ное пита- ние</i>	<i>Празд- ник для собаки</i>	<i>Пять мет- ров</i>	<i>Соба- ка на дива- не</i>	<i>Зубы, о которых можно мечтать</i>	<i>Во- прос 16</i>	<i>Во- прос 17</i>
1	1	20	1	1	30	30	30	10	1	2	3	4	5	1
2	2	24	2	2	34	33	27	6	1	3	4	2	4	2
3	1	23	1	5	50	25	15	10	1	2	3	4	5	3
4	2	41	3	4	45	35	15	5	2	1	3	4	3	4
5	2	43	1	2	5	5	5	85	2	1	3	4	5	2
6	2	37	2	1	1	1	1	97	1	2	3	4	4	1
7	2	34	2	4	30	30	30	10	2	1	4	3	3	2
8	1	57	1	4	40	30	20	10	1	2	3	4	2	1
9	1	42	3	5	2	3	1	94	3	1	2	4	4	3
10	2	41	4	1	30	40	20	10	3	2	1	4	5	2
11	1	22	5	4	1	0	1	98	1	2	3	4	4	1
12	1	19	3	2	42	37	20	1	1	3	2	4	5	2
13	2	17	2	5	46	34	18	2	2	1	3	4	4	1
14	2	23	2	2	33	33	33	1	1	2	3	4	1	1
15	1	37	1	1	47	40	10	3	1	2	3	4	5	2
16	1	41	2	4	5	1	2	924	4	1	2	3	3	4
17	2	58	2	5	40	40	15	5	1	2	4	3	3	3
18	1	42	2	1	0	0	1	99	2	1	3	4	4	5
19	1	33	4	4	35	35	20	10	1	2	3	4	4	2
20	2	29	2	5	40	30	18	12	1	2	4	3	5	1
21	1	22	2	2	31	31	31	7	1	2	3	4	5	1
22	2	25	1	2	34	35	30	5	1	3	4	2	5	1
23	1	21	2	4	55	20	15	10	1	2	3	4	5	3
24	2	43	3	3	47	33	17	3	2	1	3	4	4	3
25	2	40	1	2	2	2	2	94	2	1	3	4	4	1

<i>Номер респон дента</i>	<i>Пол</i>	<i>Воз- раст</i>	<i>Вопрос 7а</i>	<i>Вопрос 7б</i>	<i>Вопрос 9: преимущества</i>				<i>Вопрос 14: привлекательность</i>					
					<i>Очи- щает зубы</i>	<i>Предот- враща- ет ка- риес</i>	<i>Осве- жает дыха- ние</i>	<i>Допол- нитель- ное пита- ние</i>	<i>Празд- ник для собаки</i>	<i>Пять мет- ров</i>	<i>Соба- ка на дива- не</i>	<i>Зубы, о которых можно мечтать</i>	<i>Во- прос 16</i>	<i>Во- прос 17</i>
26	2	36	2	1	30	30	30	10	2	1	4	3	3	3
27	2	32	1	5	1	0	5	94	1	2	3	4	5	2
28	1	59	1	4	40	30	25	5	2	1	3	4	4	2
29	1	44	3	5	43	20	20	7	1	2	4	3	3	3
30	2	49	1	1	58	32	5	5	1	3	2	4	5	2
31	2	29	2	5	40	25	25	10	1	2	3	4	5	1
32	1	35	2	4	1	0	1	98	1	3	2	4	4	2
33	2	43	3	3	47	33	17	3	2	1	3	4	4	3
34	2	40	1	2	2	2	2	94	2	1	3	44	4	1
35	2	36	2	1	30	30	30	10	2	1	4	3	3	3
36	2	32	1	5	1	0	5	94	1	2	3	4	5	2
37	2	34	2	4	30	30	30	10	2	1	4	3	3	2
38	1	22	5	4	1	0	4	95	1	2	3	4	4	1
39	1	19	3	2	42	37	20	1	1	3	2	4	5	2
40	2	17	2	5	46	34	18	2	2	1	3	4	4	1
41	1	57	1	4	40	30	20	10	1	2	3	4	2	1
42	1	42	3	5	3	6	1	90	3	2	2	4	4	3
43	2	41	4	1	30	40	20	10	1	3	2	4	4	1
44	2	33	5	2	50	35	15	0	1	2	3	4	5	2
45	1	37	4	3	42	30	20	5	1	3	2	4	1	2
46	1	41	2	4	0	1	2	97	4	1	2	3	3	4
47	1	33	4	4	35	35	20	10	1	2	3	4	4	2
48	2	29	2	5	40	30	18	12	1	2	4	3	5	1
49	1	42	3	1	0	1	0	99	2	1	3	4	4	5
50	2	58	2	5	38	38	20	4	1	2	4	3	3	3

Воспользуйтесь этими данными и своим знанием связи между уровнем измерения и типом анализа для того, чтобы дать ответы на следующие вопросы:

Вопрос 1. Пол

К какому уровню измерения относится этот вопрос?

Как характеризуется выборка с точки зрения половых различий? Какая из мер центральной тенденции (среднее, медиана или мода) лучше всего отражает эту характеристику? Почему эта мера наиболее приемлема при данном распределении? Следует ли в данном случае вычислить дисперсию и стандартное отклонение? Почему? Представьте результаты проведенного вами анализа в виде таблицы и графика.

Вопрос 2. Возраст

К какому уровню измерения относится этот вопрос?

Сгруппируйте данные с целью дать характеристику выборки на основе возраста. Какая из мер центральной тенденции (среднее, медиана или мода) лучше всего отражает эту характеристику? Почему эта мера наиболее приемлема при данном распределении? Следует ли в данном случае вычислить дисперсию и стандартное отклонение? Почему? Представьте результаты проведенного вами анализа в виде таблицы и графика.

Вопрос 7. Привлекательность товара

К какому уровню измерения относится этот вопрос?

Используя ответы на вопрос 7а, определите степень привлекательности товара для целевой категории. Как каждая из мер центральной тенденции помогает вам понять характеристики распределения ответов? Какая из мер, с вашей точки зрения, наиболее приемлема для иллюстрации степени привлекательности товара? Следует ли в данном случае вычислять дисперсию и стандартное отклонение? Почему?

Используя ответы на вопрос 7б, определите степень доверия целевой аудитории к утверждению о том, что благодаря бисквитам собака будет вести себя лучше. Так же, как для вопроса 7а, определите, как каждая из мер центральной тенденции помогает вам понять характеристики распределения ответов.

Какая из мер, с вашей точки зрения, наиболее приемлема для иллюстрации уровня убеждения целевой аудитории в том, что благодаря бисквитам собака будет вести себя лучше? Следует ли в данном случае вычислять дисперсию и стандартное отклонение? Почему?

Представьте результаты проведенного вами анализа в виде таблицы и графика.

Вопрос 9. Преимущества товара

К какому уровню измерения относится этот вопрос? Когда вы будете представлять результаты исследования, ваш клиент, - компания «Собачья радость», - определенно попросит вас дать ответ о том, какое из преимуществ товара следует особо подчеркнуть при проведении новой рекламной кампании. Что вы посоветуете? Какие из дескриптивных мер наиболее приемлемы для описания характеристик распределения и установления наиболее важного преимущества? Представьте полученные результаты в табличной и графической форме, а также объясните, почему вы рекомендуете подчеркнуть именно это преимущество товара.

Вопрос 13. Коммерческая привлекательность

К какому уровню измерения относится этот вопрос?

Вашему клиенту, - компании «Собачья радость», - больше всего понравился рекламный ролик под названием «Зубы, о которых можно только мечтать». У клиента есть все основания полагать, что целевой аудитории тоже понравится этот ролик, вследствие чего рекламное агентство будет рекомендовать для производства именно его. Прав ли клиент? Нравится ли целевой аудитории этот ролик? Всем ли респондентам в одинаковой мере? Какой из роликов вы бы порекомендовали для производства? Руководствуясь какими соображениями, вы выбрали именно этот рекламный ролик? Какие дескриптивные меры наиболее приемлемы для описания характеристик распределения и для определения ролика, который больше всего понравился целевой аудитории? Представьте результаты исследований в табличной и графической формах, а также объясните, почему вы рекомендуете для производства именно этот рекламный ролик.

Вопросы 16 и 17. Намерение купить

К какому уровню измерения относится этот вопрос?

Ваш клиент в настоящее время устанавливает новую цену на свой товар. Охарактеризуйте намерение купить, сложившееся у целевой аудитории в соответствии с двумя ценовыми уровнями. Какие дескриптивные меры наиболее приемлемы для описания характеристик распределения и для определения намерения купить в соответствии с каждым из ценовых уровней? Основываясь на полученных данных, какой ценовой уровень вы бы порекомендовали? Почему? Представьте результаты исследований в табличной и графической формах, а также объясните, почему вы рекомендуете именно этот уровень установления цены.