этап № 3 – маркетинговый опрос

**Определение целевой аудитории; будут ли покупать ваш продукт.**

**Задание № 3.1 Проведение маркетингового опроса**

\*Комментарий: заполнить в табл. 3.1 все подпункты 1, 2,4,5. Подпункты 3 являются вспомогательными для 2.

Таблица 3.1

|  |  |
| --- | --- |
| **Этап и подэтапы опроса** | **Описание** |
| 1 | 2 |
| 1. Подготовка к опросу | |
| 1.1. Цель опроса | Изучение спроса на услуги доставки еды в выбранном регионе. Определение целевой аудитории, их потребностей и готовности платить за услугу. |
| 1.2. Опрашиваемая целевая аудитория (физическое лицо или компания; параметры, отличающие от не  целевой аудитории) | Физические лица, жители города/региона, в возрасте от 18 до 65 лет, имеющие доступ к интернету, заказывающие еду хотя бы раз в месяц. |
| 1.3. Наличие статистических данных количества по- тенциальных клиентов (на сайте Росстата в своем регионе. Выберите раздел «Население». Если ваши клиенты только жители города (сельских жителей), то выберите строчку «Численность городского населения по полу и возрасту на 1 января текущего года» и нажмите «далее» (если и сельских и городские, то – «Численность всего населения по полу и возрасту на 1 января текущего года»). Найдите город (муниципальное образование), в котором вы планируете бизнес. Выделите нужные возрастные группы и др. поля и нажмите «показать  таблицу») | Женщин в Ростове-на-Дону: 638 тыс.  Мужчин в Ростове-на-Дону: 524, 4 тыс. |
| 1.4. Количество запросов в поисковых системах Ян- декс (<http://wordstat.yandex.ru/>) | 914 366 запросов |
| 1.5. Тип опроса (массовый или узкоспециализирован-  ный) и где опрашивать | Массовый опрос с использованием онлайн-анкеты, размещенной на сайтах и в социальных сетях. |
| 1.6. Очный опрос (печатная анкета) или дистанцион-  ный (электронная анкета) | Дистанционный опрос с помощью электронной анкеты. |
| 1.7. Место проведение опроса или размещения анке-  ты (интернет-ссылки) | Размещение анкеты на популярных сайтах, в социальных сетях (Facebook, VK, Instagram), на форумах, в тематических группах. |
| 2. Разработка анкеты: | |
| 2.1. Вступительная часть анкеты:   * название анкеты * просьба * описание цели анкетирования * обещания | * Исследование спроса на услуги доставки еды * Просим вас уделить несколько минут, чтобы ответить на вопросы анкеты   .   * Мы проводим исследование, чтобы узнать, каким образом можно улучшить услуги доставки еды в вашем городе/регионе. * Ваше мнение очень важно для нас. Все ответы будут анонимными и будут использованы только для проведения исследования. |
| 2.2. Вопросы на выявление количества (объема спро-  са) – К1:  - вопрос, отсекающий не целевую аудиторию, осо-  бенно важен для массового анкетирования, для того  чтобы посчитать общее количество потенциальных  клиентов  - вопросы уточняющие количество по товару/услуге  №1  - количество по товару/услуге №2 и т.д. (не более 3-х)  - вопрос про общую сумму расходов на эту группу  товаров/услуг (если нельзя спросить про конкретный  товар/услугу)  - вопрос на выявление доли тех, кто ищет ваш то-  вар\услугу в поисковике Яндекс или Google |  |
|  |
| - Заказываете ли вы еду онлайн хотя бы раз в месяц?   * Сколько раз в месяц вы заказываете еду онлайн? |
| * Из каких типов заведений вы чаще всего заказываете еду? * Какую сумму в среднем вы тратите на онлайн-заказ еды в месяц? * Искали ли вы в интернете информацию о доставке еды в вашем городе/регионе? |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

Продолжение табл. 3.1

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | 2 |
| 2.3. Вопросы на выявление цены (стоимости) – Ц:   * вопросы, уточняющие цену товара/услуги №1, т.е. по какой цене вы будете продавать (и соответственно у вас будут покупать) одну единицу товара/услуги; * вопросы, уточняющие цену товара/услуги №2 и т.д. (не более 3-х) | * Какая максимальная сумма, которую вы готовы заплатить за доставку одного заказа?   - Какая цена доставки была бы для вас оптимальной? |
| 2.4. Дополнительные вопросы:  а) вопросы о местонахождении:   * вопросы на выявление удобного формата продаж: офлайн и/или онлайн; * вопросы о необходимости доставки, самовывоза и т. д.   б) вопросы о конкурентах (К2):   * вопросы о выявлении конкурентов и их рыночных долей; * вопросы о преимуществах/недостатках конкурен- тах   в) вопросы о качестве (К3):   * вопрос о критериях выбора покупателя * вопрос о преимуществах товара/услуги (если то- вар малоизвестен) * вопрос на выявление ограничений покупок   г) вопросы о клиентах (К4), отвечающих на анкету (уточнение социально-экономических, демографиче- ских параметров):   * пол; * возраст; * уровень дохода * вид основной деятельности (специальность); * семейное положение; * образование; * увлечения * и др. (но только самые нужные для понимания бизнеса) | * Предпочитаете ли вы заказывать еду онлайн или по телефону? * Важен ли для вас вариант самовывоза заказа? * Какие сервисы доставки еды вы используете в своем городе/регионе? * Что вам нравится/не нравится в этих сервисах?   - Какие критерии для вас наиболее важны при выборе сервиса доставки еды?  -Какие преимущества вы видите в доставке еды на дом?  -Что вас останавливает от заказа еды онлайн чаще?  -Ваш пол?  -Ваш возраст?  -Ваш уровень дохода?  -Ваш род деятельности?  -Ваше семейное положение?  -Ваше образование?  -Какие у вас хобби? |
| 2.5. Заключительная часть анкеты: благодарность | Благодарим вас за участие в опросе! |
| 3. Редактирование анкеты: | |
| 3.1. Отражение целей опроса: вопросы позволяют выявить (+/-):   * конкретное количество (К1) спроса:   + в единицах измерения (шт., часов и т. д.)   + за период времени (месяц, год и т. д.)   + по каждой группе основного ассортимента (то- вар/услуга №1, 2 и т. д.) * цену в рублях (Ц1), по которой готовы покупать   + в единицах измерения (шт., часов и т. д.)   + за период времени (месяц, год и т. д.)   + по каждой группе основного ассортимента (то- вар/услуга №1, 2 и т. д.) * конкурентов (К2) * качество (К3) * клиентов (К4) | Сколько времени вы готовы потратить на ожидание доставки? |
| 3.2. Соответствие правилам составления (+/-):   * понятные формулировки * понятное оформление анкеты (подсказки, место для ответа) * вопросы содержат варианты ответов * выбраны правильные типы вопросов (один из спис- ка или несколько из списка и т. д.) * правильная орфография и пунктуация | Везде + |

Окончание табл. 3.1

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | 2 |
| 3.3. Интернет-ссылка на подготовленную анкету | “Ссылка на анкету” |
| 3.4. Текст с просьбой заполнить анкету (+ фото для  электронной версии) | Помогите нам улучшить услуги доставки еды! Пройдите короткий опрос и поделитесь своим мнением. |
| 4. Проведение анкетирования | |
| 4.1. Интернет-ссылка на фото (скриншот) с разме- щенным в целевых местах просьбой заполнить анкету  и ссылкой | “Прикреплённое фото” |
| 4.2. Количество опрошенных, в том числе целевых  клиентов | N количество |
| 4.3. Интернет-ссылка на результаты опроса | “Ссылка на опрос” |
| 5. Подведение результатов опроса: | |
| 5.1. Среднее арифметическое количества (объем спроса), т.е. среднее количество штук по каждому  товару/услуге, которое у вас будет покупать один покупатель в единицу времени (например, месяц) |  |
| 5.2. Среднюю арифметическую цену (стоимость), т.е.  среднюю цену одной единицы по каждому това- ру/услуге, по которой у вас будут покупать |  |
| 5.3. Доли конкурентов в рыночном сегменте (в %),  т.е. у кого, сколько процентов покупают |  |

***Задания № 3.2 Тестирование наличия спроса через канал сбыта.*** Создание пробного канала сбыта для оценки с его помощью востребованности товара/услуги включает следующие подэтапы, которые заполняются в таблице 3.2.

\*Комментарий: в табл.3.2 пока заполнить все подпункты 1

Таблица 3.2

Задание № 3.2 Тестирование наличия спроса через канал сбыта

|  |  |
| --- | --- |
| **Этап и подэтапы тестирования** | **Описание** |
| 1 | 2 |
| 1. Выбор канала и создание прототипа группы/сайта: | |
| 1.1. Бизнес-идея | Доставка еды |
| 1.2. Персонаж (портрет или аватар):   * Имя * Пол * Возраст * Семейное положение * Наличие детей * Место проживания * Род занятий * Финансовое положение * Социальное положение * Покупательская способность * Регулярность путешествий * Отношение к религии | - Ольга  - Женский  - 32 года  - Замужем  - Да, один ребёнок  - Город N  - Менеджер по маркетингу  - Средний уровень дохода  - Средний класс  - Средняя  - Редко  - Не религиозная |
| 1.3. Интернет:   * устройства * сайты * любимые соц.сети | - Смартфон, планшет, компьютер  - Яндекс, VK, одноклассники, Instagram, Facebook  - Instagram, Facebook, VK |
| 1.4. Ситуация (у персонажа возникнет потребность в  данном товаре/услуге) | Ольга возвращается с работы домой и устала. У нее нет времени на готовку, и она решает заказать еду онлайн. |
| 1.5. Поисковый запрос:   * на каком ресурсе (сайте, приложение и т.д.) поиск * поисковый запрос, который персонаж сможет ис- пользовать при поиске * нашли ли вы то, что искал персонаж * какого типа ссылки будет открывать персонаж в первую очередь: * сайты * соц.сети * объявления с avito.ru и т. д. | * Яндекс, мобильное приложение * Доставка еды город N, Заказать пиццу онлайн * Да, он находит информацию о сервисах доставки еды * Сайты, мобильные приложения |
| 1.6. Выбранный канал сбыта | Сайт, мобильное приложение |
| 2. Формулирование гипотезы: | |
| 2.1. Действие клиента (не сложное) в отношении ка- нала сбыта, которое свидетельствует о спросе (Про- стой первый шаг):   * как измеряется количество таких действий * если другое действие более легкое для клиента, но точнее подтверждающее его намерения | * Количество посещений сайта, количество скачиваний приложения, количество регистраций на сайте * Заполнение формы заказа на сайте, заказ в мобильном приложении |
| 2.2. Гипотеза по количеству данных действий, доста-  точных для подтверждения реального спроса и срок | * Если за неделю будет зарегистрировано 100 пользователей на сайте и скачано 50 приложений, это будет свидетельствовать о наличии реального спроса |
| 3. Создание, наполнение и опубликование группы/сайта: | |
| 3.1. Создание группы/сайта:  - выбранный конструктор сайта[[1]](#endnote-1) | https://uguide.ru/rejting-luchshij-konstruktor-sajtov-runeta |
| 3.2. Наполнение группы/сайта (+/-):   * простой первый шаг * основные элементы ранее составленного прототипа | - Заказать еду онлайн в два клика  - Описание сервиса, меню, цены, отзывы, контакты |
| 3.3. Вариант опубликования группы/сайта:  - интернет-ссылка на группу/сайт | “Ссылка на готовый сайт” |
| 4. Продвижение группы/сайта и тестирование гипотезы: | |
| 4.1. Выбранные инструменты продвижения и план их  внедрения | * - Реклама в социальных сетях (Instagram, Facebook, VK) * - Контекстная реклама * - Партнёрство с блогерами * - Раздача листовок и брошюр |
| 4.2. Анализ планового и фактического количества  действий | Отслеживание посещений сайта, скачиваний приложения, заполнения форм заказов |
| 4.3. Подтвердилась ли гипотеза | Провести сравнение фактическое количество с действительным |

1. смотрите «Рейтинг: «Лучший конструктор сайтов Рунета**»** [https://uguide.ru/rejting-](https://uguide.ru/rejting-luchshij-konstruktor-sajtov-runeta) [luchshij-konstruktor-sajtov-runeta](https://uguide.ru/rejting-luchshij-konstruktor-sajtov-runeta) [↑](#endnote-ref-1)