

image not found or type unknown



Опросы клиентов компании на сегодняшний день являются важным компонентом и инструментом рекламы. С помощью анкет производитель имеет возможность выявлять ошибки продукции, оставаться конкурентоспособным на рынке, удовлетворять потребность покупателей. Это лучший способ развивать бренд и продвигать его на рынок. Также есть возможность напрямую получать обратную связь от покупателей. Изучение мнения потребителей позволяет управлять количеством повторных обращений и покупок, влиять на увеличение доли лояльных клиентов, поддержать вывод на рынок новинок продукции. Разобрать данную тему необходимо, чтобы иметь возможность самостоятельно составлять анкеты опроса потребителей, таким образом эффективнее продвигать собственный бренд на рынок.

Чтобы начать разрабатывать анкету, в первую очередь должна быть цель и задача.

- С помощью опроса потребителей можно узнать информацию:
- Описание портрета целевого потребителя;
- Оценка восприятия продукта/услуги, отношение в Торговой марке или бренду;
- Глубинные мотивы потребителя и факторы принятия решения о покупке, влияющие на положительное решение;
- Оптимальное для покупателя место покупки или потребления продукта/услуги;
- Описание «идеального» продукта по мнению потребителя;
- Восприятие и реакция на рекламу продукции, маркетинговые акции, акции стимулирования сбыта.

Этапы создания анкеты:

- Постановка цели проведения исследования/опроса;
- Определение портрета потребителя;
- Определение состава вопросов;
- Разработка регламента проведения опроса, анкеты/опросных форм, выходных форм данных;
- Выбор интервьюеров для проведения опроса;
- Инструктаж и обучение интервьюеров;
- Рекрут участников;

- Проведение интервью/опросов потребителей;
- Обработка результатов опроса;
- Подготовка сводных данных, итогового резюме или отчета.

Большую роль в анкете играют вопросы. Вопросы должны касаться непосредственно продукцию, не стоит затрагивать глубоко вопросы личности потребителя.

Типы вопросов:

- Открытые. При использовании открытых вопросов очень важно их четкое и однозначное формулирование. Достоинство открытых вопросов — возможность свободного высказывания. В таких случаях обычно схожие по смыслу вопросы объединяются в смысловые группы, а потом анализируется статистика внутри;
- Закрытые. Типы:
 1. Альтернативные вопросы позволяют отвечать утвердительно или отрицательно на вопрос;
 2. Многовариантные вопросы предусматривают выбор человека из перечня вариантов.
 3. Шкалирующие вопросы предусматривают для покупателей и выбор из вариантов ответов, и оценку.

В структуре анкеты необходимо вначале обратиться к покупателям («Спасибо за покупку. Просим Вас пройти опрос мнения. Это поможет нам сделать продукцию еще лучше и удовлетворить потребности наших покупателей»). Далее создается сама анкета (вопросов должно быть не много, максимально 15). Далее важно поблагодарить покупателя за оставленный отзыв («Спасибо за заполнение анкеты. Просим Вас оставить свои координаты. Это поможет вовремя информировать Вас о новинках, акциях и других мероприятиях для наших покупателей»).

Обработка результатов. Для подсчета результатов часто используют Excel. Выставляются проценты, строится диаграмма, пишется итоговый отчет.

После большой проделанной работы и получения результата идет анализ и выставления плана решения проблемы или задач.

Заключение. В ходе исследования был рассмотрен принцип разработки и проведения анкеты опроса потребителей. Проведения опроса мнения важная часть рекламы сегодня. Производитель имеет возможность решать проблемы бренда и

ставить новые задачи, чтобы расширять и обновлять товар. В анкетировании необходимо учитывать потребность покупателей путем составления грамотных и простых вопросов. Важно, чтобы потребитель имел возможность быстро и просто пройти опрос. В анкетах нужно давать обратную связь клиенту и относиться к его мнению с уважением. Постоянно благодарить. Чтобы анкета работала, обязательно нужно провести обработку результатов и поставить правильный вывод по продукции, работать над ошибками и изменениями. Тогда анкета полностью будет выполнять свою роль и поможет бренду стать лучше.