

ФОКУС ГРУППЫ

Выполнил:
Студент группы ЭЭМ-211
Видеев-Захаров Никита
Проверил:
Евдокимов О.Г.

Введение

Фокус-группа - метод, применяемый при проведении качественных маркетинговых исследований, в основе которого лежит специальная форма глубинного интервью, проводимого в группе. В процессе фокус-группы участники свободно обмениваются мнениями под руководством опытного ведущего (модератора), имеющего специальное психологическое



Задачи, решаемые путем проведения фокус-групп

- • определение наиболее значимых для потребителя свойств товара или услуги;
- • определение направлений совершенствования товара или услуги, сервисной политики;
- • разработка и тестирование вариантов названий и изображений торговой марки;
- • определение товаров-конкурентов, товаров-заменителей.

Виды Фокус-группы



Этапы подготовки и проведения фокус-группы



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

