



При анализе данных, полученных в результате проведения маркетингового исследования, необходимо учитывать многочисленные факторы. Эти факторы могут очень существенно влиять на результат маркетинговых исследований, что в свою очередь может привести к принятию маркетинговых решений. Такие ошибки стоят денег.

Как денег, потраченных на маркетинговое исследование, так и настоящих денег в виде упущенной прибыли и даже убытков. Кто осведомлен, тот вооружен. Вот некоторые из таких подводных камней.:

1. При проведении исследования респондент часто попадает в искусственную, неестественную ситуацию и потому вместо действительного ответа дает ожидаемый ответ. Это необходимо иметь в виду и стараться воздерживаться от таких ситуаций. Основная цель исследования — узнать о привычках потребления покупателей и их ожиданиях. Не спрашивайте покупателя, купит ли он данный конкретный продукт или товар, особенно, когда речь идет об одежде или другом сезонном/модном товаре. В результате вы не только получите больше информации для принятия дальнейших решений, но и избежите ситуации, когда "долгожданный" товар (по данным маркетингового исследования), наконец попадает на прилавки магазинов, но почему-то оказывается устаревшим и не востребованным.

2. Если нет особо веских причин, чтобы изучать реакцию целевой аудитории на ролик, избегайте тестирования рекламных телевизионных и радио роликов на фокус-группах (это, кстати, касается и таких новых форматов рекламы как видео реклама, а также видео реклама в интернете). Дело в том, что ситуация просмотра рекламного ролика в фокус-группе опять же сильно отличается от ситуации просмотра дома, например, во время завтрака, когда ролик идет среди многих других, или в машине, когда человек едет на работу.

3. Важно! Не пользуйтесь напрямую маркетинговыми исследованиями для прогнозирования спроса. Результаты маркетинговых исследований требуют тщательного анализа.

Вкладывайте свои деньги с умом, и не выбрасывайте деньги на ветер. Это касается и проведения маркетинговых исследований.

---

**Заказать маркетинговое исследование в Хабаровске вы можете в рекламном агентстве Клио ДВ. Звоните по телефону в Хабаровске (4212) 75-19-04**

ps Не забудьте сказать, что вы пользователь сайта [www.kliodv.com](http://www.kliodv.com) Только если хотите получить 5% скидку на маркетинговое исследование.

==AA==