

Проведение фокус-групп

О компании

- **«Консалтинг роста»** - группа консалтинговых компаний и агентств, ориентированных на развитие бизнеса наших клиентов, повышение эффективности маркетинга, увеличение продаж, рост выручки.
- В нашей команде консультанты и специалисты с более чем 15 летним опытом работы на рынке профессионального консалтинга.
- **«Консалтинг роста»** успешно сотрудничает с компаниями в различных сферах: розничная торговля (одежда, обувь, аксессуары), производство и дистрибуция продуктов питания, бытовые услуги, финансы и банковский бизнес, ресторанный бизнес, строительство, производство стройматериалов и т.д.

КОНСАЛТИНГ РОСТА

mail@growthstrategy.ru
www.growthstrategy.ru

Структура



КОНСАЛТИНГ РОСТА

mail@growthstrategy.ru
www.growthstrategy.ru

Подход к проведению

- ❑ Фокус-группы относятся к качественным методам исследования и предназначены для глубинного изучения мнение потребителей о продукции/компании/марке, а также выявления спорных моментов и негативных характеристик.
- ❑ Фокус-группа проводится в специально оборудованном помещении.
- ❑ Продолжительность одной фокус-группы — 1,5-2,5 часов. Размер фокус-группы – 7-8 человек (не более 12). Минимальное количество фокус групп по одному сценарию — 2 фокус-группы.
- ❑ Фокус-группа проводится по заранее составленному сценарию (гайду). Проводит фокус-группу модератор. В ходе групповой дискуссии респонденты фокусируются на определенных вопросах и проблемах, изучается реакция участников группы на различные элементы – марки, продукты, услуги, рекламу, позиционирование, восприятие и т.п.
- ❑ Результаты фокус-группы записывают на видео и аудио.



На что стоит обратить внимание

- ❑ Состав участников фокус-группы должен по максимуму включать все типы потребителей, соответствующих изучаемому вопросу, в противном случае придется проводить отдельные фокус-группы для каждого типа потребителей с сравнением и сопоставлением итоговых результатов.
- ❑ Однако, относительно п1., есть две группы респондентов, которые рекомендуется выделять в отдельно проводимые фокус-группы, т.к. данные группы недостаточно хорошо взаимодействуют с основной группой (“население трудоспособного возраста”, 25-55 лет). Это группа от 17 до 25 лет и группа старше 55 лет.
- ❑ Использовать фокус-группы для тестирования, проверки гипотез и получения новых точек зрения (включая негативные). Не использовать фокус-группы для сбора статистики.
- ❑ Участие в фокус-группе должно мотивироваться (вознаграждение, подарок).

Примеры проектов

Более 150 проведенных фокус-групп:

- Проект проведения цикла фокус-групп для ОАО «Жировой комбинат» Группы компаний «РУСАГРО».
- Организация и проведение фокус-групп для крупного российского производителя снеков и сухариков. В рамках фокус-групп участники оценивали варианты дизайна упаковки и свойств продукта крупнейших производителей снеков и сухариков в сравнении с продукцией Заказчика, обсуждали «плюсы» и «минусы» предложенных вариантов.
- Проведение цикла фокус-групп для компании, работающей на рынке производства и дистрибуции продуктов питания из молока. Фокус-группы были проведены в нескольких регионах Российской Федерации.
- Проведение цикла фокус-групп для компании, работающей на рынке производства и дистрибуции масложировой продукции. Фокус-группы были проведены в 3-х регионах России. В качестве участников фокус-групп были приглашены целевые для производителя аудитории потребителей. Итоги фокус-групп использованы для разработки маркетинговой и брендинговой стратегии компании.
- Проведение цикла фокус-групп и опрос по заказу крупного производителя кухонной бытовой техники. Проведена волна опросов в крупнейших 6 городах Российской Федерации и цикл фокус-групп в 3-х регионах.
- Проведение фокус-групп и сессий с потребителями для компании, работающей на рынке итальянской мебели премиального класса.
- Проведение цикла фокус-групп в Москве и Санкт-Петербурге по заказу крупного российского поставщика строительных материалов мировых марок.
- Проект по проведению цикла фокус-групп для крупного производителя и поставщика оливок, маслин и оливкового масла, осуществляющего поставки из Испании в Россию, страны СНГ и ЕС.
- **И другие успешно выполненные проекты...**

КОНСАЛТИНГ РОСТА

mail@growthstrategy.ru
www.growthstrategy.ru

Отчетность

- Гайд проведения фокус-группы
- Списки участников
- Видео-запись
- Аудио-запись и транскрипт записи
- Анкеты и формы, заполняемые участниками (если применимо)
- Отчет по результатам фокус-группы

Отчет по результатам фокус-группы

- ❑ Сильной стороной нашей компании являются качественные отчеты по результатам фокус-групп. По результатам проведенных исследований мы готовим экспертный/аналитический отчет, содержащий ключевые выводы исследования и рекомендации по работе с потребителями в целях, отвечающих проведенным исследованиям.
- ❑ Наши специалисты - консультанты-практики с обширным опытом в реальном бизнесе. Мы задаем много вопросов, требуем подробных ответов и дополнительной информации для отражения в отчетных документах.
- ❑ Мы не просто констатируем факты, а предлагаем гипотезы и решения для конкретных действий.

Контактная информация

Компания «Консалтинг роста»

Благодарим за внимание!

➤ Адрес в Интернет www.growthstrategy.ru

➤ E-mail: mail@growthstrategy.ru

КОНСАЛТИНГ РОСТА

mail@growthstrategy.ru
www.growthstrategy.ru