

Как наладить доверительные отношения с Заказчиком?

Как Не следует сотрудничать Заказчику и Исполнителю исследования Г. Черчилль, Маркетинговые исследования

- Как Клиенту создать себе проблемы?
 1. Ни за что не раскрывать исполнителю цели и задачи исследования
 2. Попытаться урезать смету, преуменьшая серьезность предполагаемых проблем
 3. Быстро изменить анкету. Внести не менее одного изменения после начала опроса.
 4. Отложить начало сбора данных. Отклонить и заново начать проект, но настаивать на получении отчета в первоначальные сроки.
 5. Задерживать на как можно больший срок утверждение плана анализа и классификации данных, затем изменить план на словах без письменного подтверждения.
 6. Затребовать любую возможную перекрестную табуляцию независимо от реальной необходимости ее выполнения в рамках данного исследования
 7. Ни в коем случае не оплачивать услуги исследовательской фирмы в установленные сроки
- Как Исполнитель может снизить вероятность быть обремененным последующим заказом?
 1. Модифицировать цели и задачи исследования, чтобы «попасть» под удобную методологию.
 2. Назначить заниженную цену, которая возрастет к моменту совершения сделки. Затем использовать малейшие изменения в проекте, чтобы увеличить бюджет после заключения контракта
 3. Согласиться с клиентом на внесение изменений, затем, после выполнения проекта, заявить, что было уже слишком поздно вносить какие-либо изменения
 4. Всегда заверять Заказчика, что работы идут по графику, особенно тогда, когда они существенно отстают от них
 5. Выставить Клиенту счет до предоставления отчета о результатах исследования. При этом цифра должна отличаться от той, которая была согласована до начала проекта. И не затрудняйте себя никакими объяснениями до тех пор, пока вас об этом не спросят
 6. Не торопитесь с отправкой отчета, а затем не отвечайте на звонки Клиента