

# Что должен знать Заказчик, подписываясь на маркетинговое исследование и в результате его проведения?

## (1) Цели и обоснование

- Для кого проводится исследование
- Цель исследования
- Указание субконтракторов и консультантов, к которым планируется прибегнуть в ходе исследования

## (2) Выборка

- Описание генеральной совокупности, которую планируется исследовать
- Размер и описание выборки, географическое распределение выборки
- Описание метода выборки и процедур взвешивания (если применялись)

## (3) Сбор данных

- Описание метода сбора данных
- Описание полевого этапа (сотрудники, брифинги, рекрутирование и методы контроля качества)
- Даты проведения полевого этапа

## (4) Презентация результатов

- Основные результаты исследования
- Базы для % (в абсолютных числах)
- Уровни статистической достоверности различий для ключевых цифр
- Вопросник