

**Detco: Проект разработки нового стирального порошка**  
**Вопросник оптовой торговой компании**

Порядковый номер вопросника:

**0. Данные об опрашивающем**

*[Этот раздел должен быть заполнен интервьюирующим непосредственно перед началом или после окончания интервью. Комментарии должны быть сделаны как можно скорее после интервью.]*

Дата проведения интервью: \_\_\_\_\_

Время: \_\_\_\_\_

Ф.И.О. опрашивающего: \_\_\_\_\_

Должность: \_\_\_\_\_

Город: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Республика/Область:

Название фирмы: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Телефон:

Комментарии: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_**I. Вступление**

*[Примечание для опрашивающего: Вступление должно расположить респондента. Вам необходимо подчеркнуть конфиденциальность проводимого опроса, а также тот факт, что название организации или фирмы не будет предано огласке в случае, если интервьюируемый не желает того. Опрос проводится в целях улучшения работы оптовиков и его результаты помогут им улучшить свою работу. Опрашивающий также должен отметить, что интервьюируемый может не отвечать на те вопросы, ответ на которые, как ему кажется, содержит конфиденциальную информацию.]*

Здравствуйте. Меня зовут \_\_\_\_\_. Мы делаем обзор системы сбыта стиральных порошков в России. Результаты этого исследования помогут увеличить продажи стиральных порошков. Мне хотелось бы отметить, что мы не будем упоминать название вашей организации/фирмы, если Вы против того. Не могли бы Вы уделить 15 минут для ответа на несколько вопросов? Не могли бы Вы представиться.

ФИО: \_\_\_\_\_ Должность \_\_\_\_\_

**II. Общие сведения об оптовой компании.**

**II.1. Что представляет из себя Ваша компания?**

*[Пояснения для опрашивающего: ему следует прочитать возможные ответы сразу после того, как задан вопрос. Вопросы 1 и 2 задаются в начале интервью, для того, чтобы получить доверие и установить деловой контакт с интервьюируемым.]*

- Недавно созданная (меньше, чем 5 лет назад) российская компания  1
- Бывшая государственная компания  2
- Отдел сбыта производителя  3
- Иностраннный дистрибьютер  4
- Другое (пожалуйста, укажите, что именно)  5

**II.2. Сколько лет работает Ваша компания? \_\_\_\_\_ лет**

**II.3. Какие товары Вы продаете (пожалуйста, отметьте, какой процент занимают продажи каждого товара в общих продажах компании)?**

*[Пояснение для интервьюирующего: необходимо отметить соответствующий квадрат и проставить проценты. Если респондент затрудняется в ответе о процентах, интервьюирующий должен предложить назвать приблизительные цифры по каждой группе товаров]*

- Стиральные порошки  1 \_\_\_\_\_ %
- Предметы личной гигиены  2 \_\_\_\_\_ %
- Косметика  3 \_\_\_\_\_ %
- Бытовая химия  4 \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_
- Другие (какие именно)  5 \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_

**II.4. Сколько Вы продаете тонн стирального порошка или каков приблизительный оборот стирального порошка?**

*[Замечание для опрашивающего: ответ можно получить в разной форме – если для интервьюируемого трудно дать ответ о годовых продажах или обороте, задайте тот же вопрос о продажах ежемесячно или в какой либо другой форме]*

- 1 ежегодно \_\_\_\_\_ (тонн) \_\_\_\_\_ (млн. руб.)
- 2 ежемесячно \_\_\_\_\_ (тонн) \_\_\_\_\_ (млн.руб.)
- 3 другое (что именно) \_\_\_\_\_ (тонн) \_\_\_\_\_ (млн.руб.)

**II.5. Какова приблизительная разбивка продаж стирального порошка по следующим категориям?**

*[Пояснение для опрашивающего: итог по четырем сегментам должен равняться 100 %]*

Сегмент	Типичная марка	Процент от оборота	Код
Дорогие зарубежные	"E" Cussons, Омо,		<input type="checkbox"/> 1





Пояснения:

-----  
 —  
 -----

**IV.3. Каков процент продаж по конкретным сегментам:**

- \_\_\_\_\_ % Торговые точки  1  
 \_\_\_\_\_ % Другие дистрибьютеры или оптовые компании  2  
 \_\_\_\_\_ % Промышленные потребители (прачечные, фабрики – прачечные)  3  
 \_\_\_\_\_ % Другие: \_\_\_\_\_  4

**IV.4. Есть ли у Вас ограничения на продажи каким-то конкретным группам потребителей? (напр. торговым точкам, оптовым компаниям, и т. д.)**

- Да  1  
 Нет  2

Если "да", то почему?:

-----

**IV.5. Оказываете ли Вы покупателям какие-либо дополнительные услуги?**

*[Пояснение для опрашивающего: если ответ "нет", продолжите с раздела V, если "да", то отметьте "да" или "нет" по видам услуг]*

- Да  1  
 Нет  2

доставка потребителям Да Нет  
 скидки за объем продукции Да Нет  
 рекламные материалы Да Нет  
 другое (что именно) \_\_\_\_\_

**V. Процесс принятия решения о покупке продукта**

*[Пояснение для опрашивающего: Следует отметить, что эта часть вопросника является наиболее важной.]*

**V.1. Кто в вашей компании принимает решение какой стиральный порошок покупать?**

- 1 Имя: \_\_\_\_\_  
 2 Должность: \_\_\_\_\_

**V.2. Как часто Вы принимаете (пересматриваете) решение о покупке стирального порошка?**

- Постоянно (по мере необходимости)  1  
 Периодически (каждый месяц, квартал, год.)  2  
 Другое: \_\_\_\_\_  3

**V.3. Когда Вы решаете какой стиральный порошок купить, о чем Вы думаете в первую очередь? (Назовите факторы в порядке важности)**

1. \_\_\_\_\_  
 2. \_\_\_\_\_  
 3. \_\_\_\_\_

*[Пояснение для опрашивающего: Если респондент называет "Качество продукта" интервьюирующий должен попросить объяснить, что он/она вкладывают в это понятие]*

Качество: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**V.4. Когда Вы принимаете решение о том какой порошок начать распространять, насколько важны для Вас следующие факторы?**

*[Пояснение для опрашивающего: Опрашивающий должен сначала прочитать респонденту возможные варианты ответа, например "Особенно важно" или "Не очень важно" а затем перечислить факторы]*

	<b>Особенно важно</b>	<b>Очень важно</b>	<b>Немного важно</b>	<b>Не очень важно</b>	<b>Совсем неважно</b>
a) Цена	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
b) Условия оплаты	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
c) Постоянное наличие продукта у поставщика	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
d) Потребность клиента в продукте	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
e) Качество	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
f) Рекламные поддержка	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
g) Доставка продукта на наш склад	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
h) Длительное сотрудничество с поставщиками	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
i) Ассортимент продукции	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
j) – возможность покупать различные товары – зубную пасту, мыло	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
k) – возможность покупать разные марки порошка	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
l) – возможность покупать разную упаковку одного и	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

того же порошка

m)Другие

- |          |                            |                            |                            |                            |                            |
|----------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| i. _____ | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 1 |
| i. _____ | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 1 |
| i. _____ | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 1 |

[Пояснение для опрашиваемого: Опрашиваемому следует пояснять, если необходимо, значение того или иного фактора]

### **VI. Удовлетворенность поставщиком**

**VI.1.Когда Вы решаете где (у кого) купить стиральный порошок, о каких факторах Вы думаете в первую очередь? (Назовите факторы в порядке важности)**

- 1. \_\_\_\_\_
- 2. \_\_\_\_\_
- 3. \_\_\_\_\_

**VI.2.Когда Вы принимаете решение о том какой порошок начать распространять, насколько важны для Вас следующие факторы?**

[Пояснение для опрашиваемого: Опрашивающий должен сначала прочитать респонденту возможные варианты ответа, например "Особенно важно" или "Не очень важно", а затем перечислить факторы]

	<u>Особенно важно</u>	<u>Очень важно</u>	<u>Немного важно</u>	<u>Не очень важно</u>	<u>Совсем неважно</u>
a) Цена	_____	_____	_____	_____	_____
b) Условия оплаты	_____	_____	_____	_____	_____
c) Постоянное наличие продукта у поставщика	_____	_____	_____	_____	_____
d) Потребность клиента в продукте	_____	_____	_____	_____	_____
e) Качество	_____	_____	_____	_____	_____
f) Рекламные поддержка	_____	_____	_____	_____	_____
g) Доставка продукта на наш склад	_____	_____	_____	_____	_____
h) Длительное сотрудничество с поставщиками	_____	_____	_____	_____	_____
i) Ассортимент продукции	_____	_____	_____	_____	_____
j) – возможность покупать различные товары – зубную пасту, мыло	_____	_____	_____	_____	_____
k) – возможность покупать	_____	_____	_____	_____	_____

разные марки порошка

l) – возможность покупать \_\_\_\_\_

разную упаковку одного и \_\_\_\_\_

того же порошка \_\_\_\_\_

m) Другие факторы (назовите \_\_\_\_\_

пожалуйста) \_\_\_\_\_

i. \_\_\_\_\_

i. \_\_\_\_\_

i. \_\_\_\_\_

**VI.3. Предоставляет ли Вам поставщик какие-либо рекламные материалы?**

- Да  1
- Нет  2

**VI.4. Какую рекламную поддержку Вы хотели бы получать от поставщика? (назовите в порядке важности)**

*[Пояснение для опрашивающего: Респондент должен сам назвать виды материалов без Вашей помощи]*

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**VII. Изменения происходящие на рынке стиральных порошков**

*[Пояснение для опрашивающего: Ответы на вопросы этого раздела должны основываться на личных оценках респондента]*

**VII.1. На ваш взгляд, какие марки стирального порошка сейчас наиболее популярны среди потребителей?**

Иностранные марки	Российские марки

Изменилась ли ситуация за последние два года?

- Да  1
- Нет  2

b. Какие марки стали более популярны?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c. Какие марки стали менее популярны?

---

---

d. На Ваш взгляд, что объясняет рост либо падение популярности той или иной марки? (реклама, потребность в порошке более высокого качества, другое)

---

---

**VII.2. На Ваш взгляд, что объясняет рост либо падение популярности того или иного сегмента?**

(иностранные – российские марки, дорогие – дешевые, другое)

---

---

**На этом я хотел бы закончить нашу беседу. Спасибо Вам за то, что Вы согласились ответить на наши вопросы и нашли для этого немного времени. Если у нас возникнут какие-либо вопросы, могли бы мы Вам позвонить?**

Да  
Нет

**До свидания**