**Методическая основа**

Для увеличения эффективности использования методов и инструментов **директ-маркетинга** есть смысл проводить маркетинговые исследования. Фактически они необходимы, чтобы узнать позицию потенциальных покупателей по тем или иным вопросам и скорректировать предложение продавца. Помочь справиться с этой задачей способны социологические опросы.

Все опросы могут быть разделены на две группы: личные (при которых необходим личный контакт с респондентом) и дистанционные (при которых личный контакт с респондентом не требуется).

**Цель занятия:** разработать анкету, в соответствии с требованиями

Требования к вопросам:

* Чёткость, лаконичность(краткость), грамотность формулировки
* Вопрос требует конкретного ответа
* Отсутствие двусмысленность вопроса
* Вопрос не должен быть наводящим или внушать определённый ответ
* Учёт возраста и профессии отвечаемых
* Нельзя задавать нетактичные вопросы

**Задание**

# Составьте анкету из 8-10 вопросов для оценки покупательских предпочтений, качества товаров и культуры обслуживания в сети магазинов Л'Этуаль.