

Маркетинговые исследования «МПР»

Авторы:

Тетерина Анастасия

Куцанкин Сергей

Шадрина Ольга



МПР

Цель работы:

Проведение полевых маркетинговых исследований Магазина Постоянных Распродаж в Екатеринбурге.





Задачи:

1. Определить целевую аудиторию включая пол, возраст.
2. Рассчитать конверсию для будних и выходных дней.
3. Рассчитать трафик в утреннее, дневное и вечернее время.

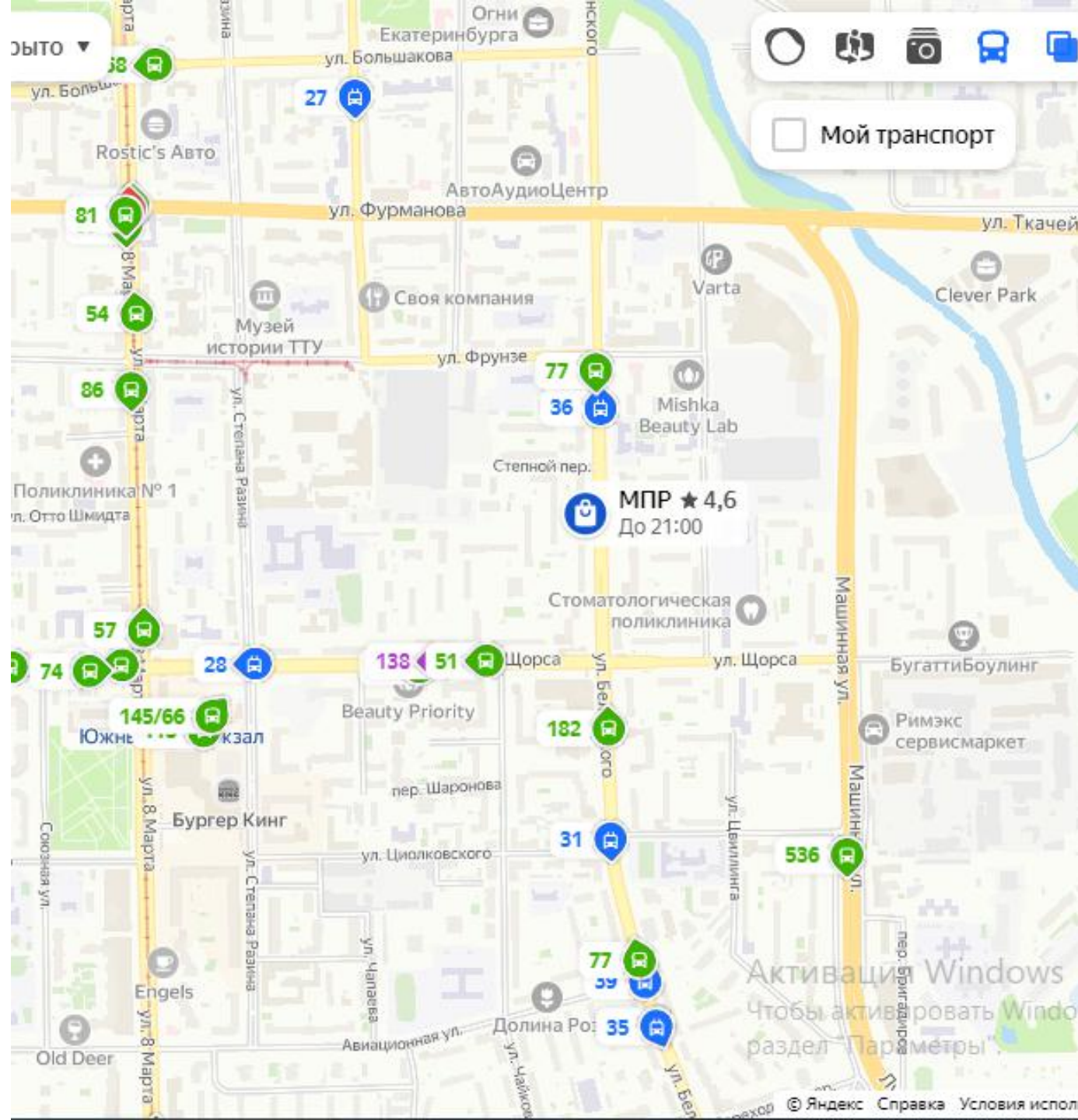
Описание объекта:

МПР – Магазин Постоянных Распродаж реализует товары для дома и дачи.

Адрес: г. Екатеринбург,
улица Белинского, 152к1

Режим работы:

пн-вс 09:00-21:00



Описание исследования:

Время проведения исследования:

Пятница 12:00 – 16:00

Воскресенье 12:00 – 16:00

Используемые полевые методы исследования: наблюдение



Определение целевой аудитории:

1. Студенты (16 – 23 лет)
2. Молодые семьи (18 – 25 лет)
3. Многодетные семьи (30 – 40 лет)
4. Пенсионеры (60+)



Расчёт конверсии в будни и выходные дни:

Формула:

Конверсия = (кол-во совершивших покупок / кол-во зашедших в магазин посетителей) * 100%



Расчёт конверсии в будние дни:



Кол-во зашедших в магазин во время исследования – 65

Кол-во совершивших покупку в магазине во время исследования – 42

Конверсия = $(42/65) * 100 = 64,62\%$

Расчёт конверсии в выходные дни:

Кол-во зашедших в магазин во время
исследования – 105

Кол-во совершивших покупку в
магазине во время исследования – 81

Конверсия = $(81/105) * 100 = 77,14\%$



Трафик в утреннее, дневное и вечернее время:

- Трафик в утреннее и вечернее время в будни больше, т.к. вблизи находится остановка общественного транспорта.
- Трафик в дневное и вечернее время в выходные больше, т.к. большее количество людей отправляется за покупками именно в выходные.

Спасибо за внимание !!!

