

MARKTONDERZOEK BRIEFINGSFORMULIER

UITLEG

Het marktonderzoek briefingsformulier hoeft niet volledig ingevuld en is vooral bedoeld als voorbeeld om u te helpen uw onderzoeksvraag te formuleren. Het is ook zeker niet volledig maar kan een goede start zijn om van gedachten te wisselen. Het is toegespitst op kwalitatief marktonderzoek. U kunt vragen overslaan als deze nu nog niet te beantwoorden zijn. Op aanvraag ook als Word bestand beschikbaar.

ACHTERGROND

1. WAT IS HET ONDERWERP EN DE ACHTERGROND VAN HET ONDERZOEK? WELKE STRATEGISCHE (MARKETING) VRAAG SPEELT DAARBIJ EEN ROL?

(Graag invullen ...)

2. WAT IS DE ALGEMENE ONDERZOEKSDOELSTELLING?

(Graag invullen ...)

3. WELKE VRAAG / VRAGEN MOETEN NA HET ONDERZOEK BEANTWOORD ZIJN?

(Graag invullen ...)

4. HOE WILT U DE RESULTATEN GEBRUIKEN?

(Graag invullen ...)

ONDERZOEKSAANVRAAG

5. WAT IS DOELGROEP? WIE MOETEN WORDEN UITGENODIGD VOOR DEELNAME AAN HET ONDERZOEK?

(Graag invullen ...)

6. MOTIVATIE. WAT KAN HET EXTRA LEUK MAKEN VOOR DE RESPONDENT OM MEE TE DOEN? WAT MAG MEN WETEN OVER DE ACHTERGROND VAN HET ONDERZOEK? WAT KAN DEELNAME (EXTRA) DE MOEITE WAARD MAKEN?

(Graag invullen ...)

7. OPZET VAN HET ONDERZOEK. HIER DENKEN WIJ GRAAG BIJ MEE MAAR WELLICHT HEEFT U DAAR OOK AL IDEEËN OVER. BIJVOORBEELD FOCUSGROEPEN, INDIVIDUELE INTERVIEWS, 'GESLOTEN' ONLINE PANELS (DEELNAME NA SELECTIE). MOGELIJK OOK AL IETS OVER DE OMVANG: AANTAL RESPONDENTEN.

(Graag invullen ...)

8. WAT IS DE LOCATIE VAN HET ONDERZOEK? DENK BIJVOORBEELD AAN ONDERZOEKLOCATIE MET MEEKIJKMOGELIJKHEID, THUIS BIJ DE RESPONDENT, OP DE WERKPLEK VAN DE RESPONDENT, TELEFONISCH OF ONLINE.

(Graag invullen ...)

INPUT EN OUTPUT ONDERZOEK

9. IS ER AL IETS BEKEND OVER TESTMATERIAAL DAT GEBRUIKT GAAT WORDEN TIJDENS HET ONDERZOEK? ADVERTENTIES, COMMERCIALS, CONCEPT OMSCHRIJVINGEN, STATEMENTS OF VERPAKKINGEN?

(Graag invullen ...)

10. WAT MOET HET ONDERZOEK FYSIEK OPLEVEREN? DENK BIJVOORBEELD AAN EEN VOLLEDIGE RAPPORTAGE, SUMMARY REPORT, POWERPOINT MET HIGHLIGHTS DEBRIEFING BIJ KLANT.

(Graag invullen ...)

11. WAT IS BEKEND OVER DE TIMING EN PLANNING VAN HET ONDERZOEK? WANNEER MOETEN DE RESULTATEN BESCHIKBAAR ZIJN?

(Graag invullen ...)

12. TOELICHTING. HIER KUNT U KWIJT WAT NOG NIET GEVRAAGD IS. ZAKEN WAAR WE REKENING MEE MOETEN HOUDEN. BIJVOORBEELD OVER INFORMATIE DIE BESCHIKBAAR IS OM ONS IN TE LEZEN.

(Graag invullen ...)

TOT SLOT ...

13. WAT IS UW NAAM?

(Graag invullen ...)

14. WAT IS UW E-MAIL?

(Graag invullen ...)