**ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ  
на проведение социологического исследования для изучения потребительских предпочтений потребителей вина в 2020 г.**

**Цель исследования:**

1. Повысить интерес потребителей к вину отечественного производства
2. Использовать полученные результаты исследования при модернизации коммуникационной стратегии проекта «Винный Гид России».

**Задачи исследования:**

1. Изучить профиль покупателя вина (российского и зарубежного производства)
2. Сегментировать покупателей на основании типа потребления
3. Изучить путь к покупке, факторы, влияющие на выбор и принятие решения о покупке вина
4. Выявить мотивы, ситуации потребления
5. Оценить частоту и объем покупки
6. Оценить отношение к вину российского и зарубежного производства
7. Выявить преимущества каждого типа вина против другого в восприятии покупателя
8. Выявить имидж вина российского и зарубежного производства (сильные и слабые стороны)
9. Выявить драйверы и барьеры при покупке российского вина
10. Построить рейтинг по знанию покупке брендов вина российского и зарубежного производства
11. Оценить возможности переключения на российские бренды
12. Оценить уровень знания «Винного Гида России» Роскачества среди потребителей вина.

**Целевая аудитория:**

Жители России старше 18 лет, приобретающие вино не реже 1 раза в месяц

**Метод исследования:**

* Онлайн опрос

**Выборка:**

Важно предусмотреть возможность анализа результатов в разрезе подгрупп:

* По федеральному округу.
* По типу населенного пункта.
* По полу.
* По возрасту.
* В зависимости от уровня образования.
* В зависимости от социального положения.
* В зависимости от уровня дохода на члена семьи.

**География:**

Российская Федерация (РФ) в целом.

Важно покрыть все фед. округа

**Предоставляемые материалы по результатам исследования:**

* Таблицы линейных и парных распределений по опросу в формате Excel.
* Аналитический отчет в формате PPT.

**Сроки исследования:**

* Результаты до 30.10.2020