

***Опрос потенциальных дистрибьюторов  
одноразовых зарядных устройств***



# ОГЛАВЛЕНИЕ

*стр. 3 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ*

*стр. 5 ПЕРЕЧЕНЬ ВЫПОЛНЕННЫХ РАБОТ*

*стр. 6 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕННОГО ОПРОСА ДИСТРИБЬЮТОРОВ*

*стр. 11 РЕКОМЕНДАЦИИ*

# *ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ*

## Цель и задачи исследования. Методология исследования

---

**Цель исследования:** разработка коммерческого предложения и презентационных материалов, поиск потенциальных дистрибьюторов для выхода на рынок с новым товаром и проведение переговоров о заинтересованности в сотрудничестве.

**Объект исследования:** одноразовые зарядные устройства (Disposable charger).

**Целевая аудитория:** ЛПР по работе с новым товаром в розницу (розничные сети, крупные магазины, ЛПР магазинов в аэропорту, на вокзале, туристические магазины, спорттовары и т.д.).

**География:** г. Киев

# Перечень выполненных работ

---

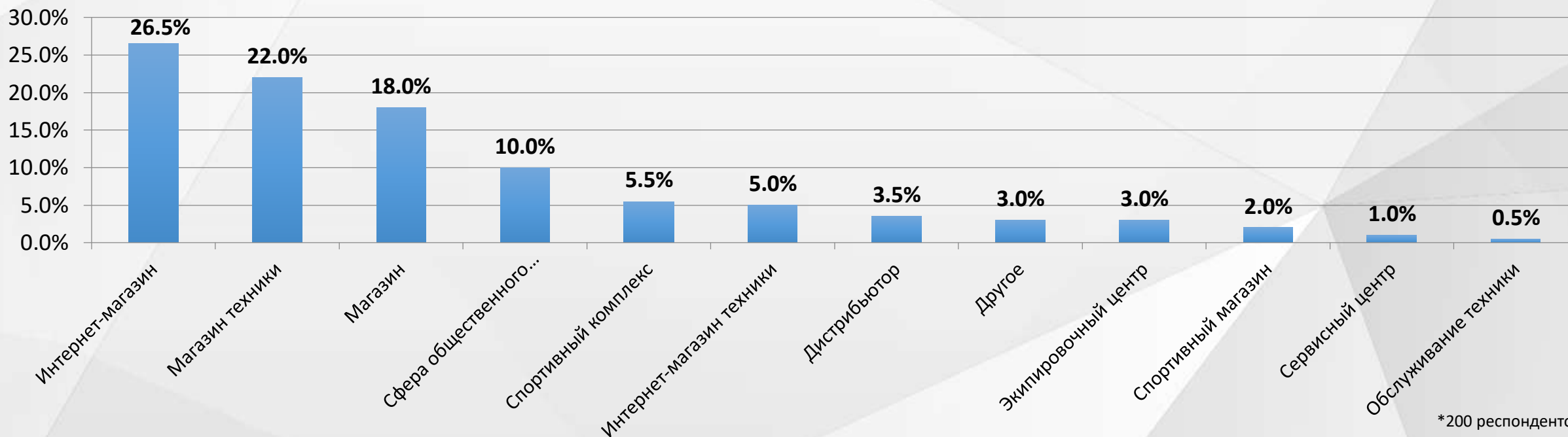
*Согласно поставленному техническому заданию выполнены следующие работы:*

1. Составлена и утверждена анкета для опроса потенциальных дистрибьюторов.
2. Разработано и согласовано презентационный материал и коммерческое предложение.
3. Разработано и согласовано предложения для дистрибьюторов.
4. Собрана и актуализирована база контактов потенциальных дистрибьюторов (более **300** контактов).
5. Проведено переговоры с более **200** потенциальными дистрибьюторами.
6. Составлена и передана база контактов с ответами респондентов.
7. Предоставлены выводы и рекомендации.

# *РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕННОГО ОПРОСА ДИСТРИБЬЮТОРОВ*

# Результаты опроса потенциальных дистрибьюторов

## Сфера деятельности потенциальных дистрибьюторов



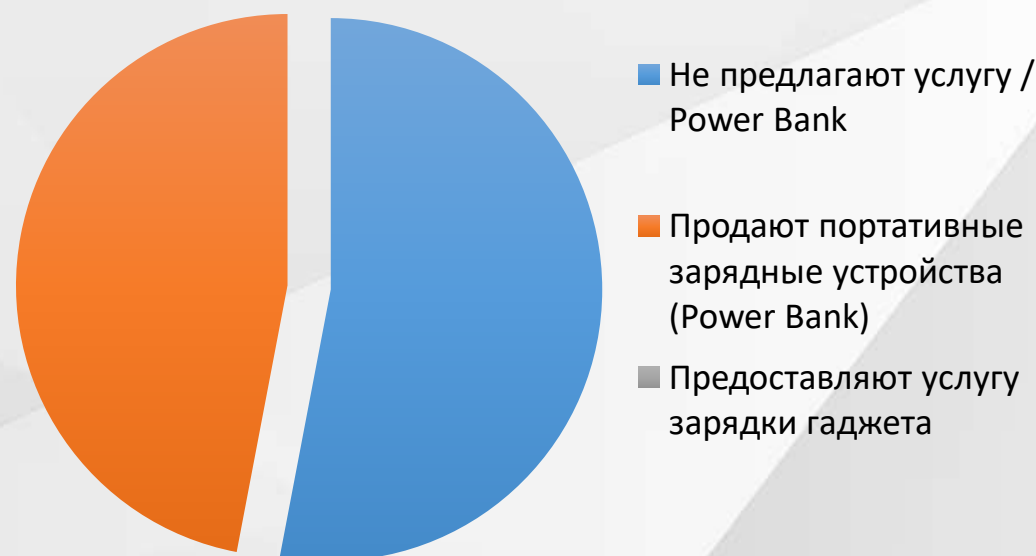
В ходе проведенного исследования была составлена база контактов из более 300 потенциальных дистрибьюторов, из которых было опрошено 200. Всем опрошенным респондентам были отправлены презентационный материал, а также коммерческое предложение. При повторном опросе данных респондентов было получено 100% подтверждение о просмотре коммерческого предложения и презентационного материала компании.

## Результаты опроса потенциальных дистрибьюторов

По результатам проведенного опроса не было выявлено компании, которые предоставляли бы услугу зарядки гаджета. Так, \_\_\_% опрошенных респондентов не предоставляет услугу зарядки гаджетов или не продают Power Bank. Рассматривая данный показатель в разрезе сферы деятельности потенциальных дистрибьюторов, то \_\_\_% компаний относится к сфере «Интернет-магазин», \_\_\_% - к сфере «Магазин», и \_\_\_% - к сфере «Общественное питание».

\_\_\_% респондентов указали, что продают портативные зарядные устройства (Power Bank). Из данного показателя \_\_\_% респондентов относится к сфере деятельности «Магазин техники», а \_\_\_% - к «Интернет-магазин».

### Респонденты, которые предоставляют услугу зарядки гаджетов или продают портативные зарядные устройства





# Результаты опроса потенциальных дистрибьюторов

Компании, которые указали в ходе опроса, что продают портативные зарядные устройства (Power Bank), продают портативные зарядки для гаджетов в ценовом диапазоне от 150 до 5 тысяч в зависимости от торговой марки устройств, а также их емкости.

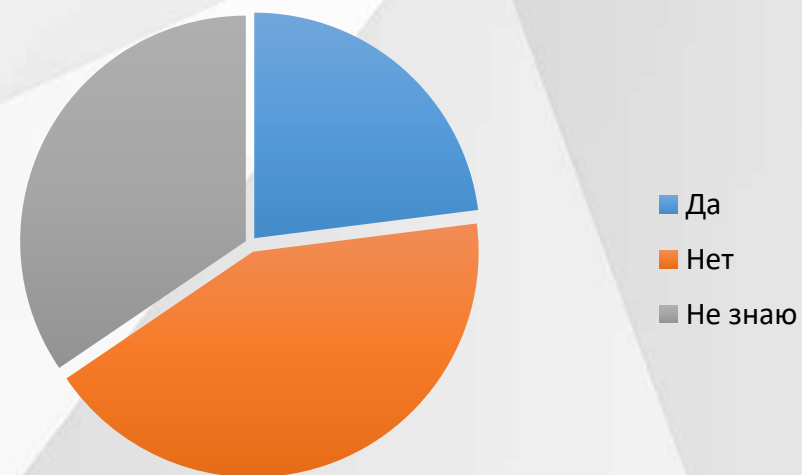
\_\_% опрошенных респондентов отметили, что к ним обращаются посетители с просьбами о подзарядки гаджетов. Данные респонденты относятся к таким сферам деятельности как:

- Магазин техники - \_\_%;
- Спортивный комплекс - \_\_%;
- Сфера общественного питания - \_\_%;
- Магазин - \_\_%.

Более нескольких раз в день посетители обращаются в компании с просьбами о подзарядки таких сфер деятельности как:

- Сфера общественного питания
- Магазин техники
- Спортивный комплекс

Обращаются ли посетители с просьбой подзарядить гаджет



# Результаты опроса потенциальных дистрибьюторов

---

После того как потенциальным дистрибьюторам было выслано презентационный материал и один из двух видов коммерческих предложений, интервьюерами была проведена вторая волна опросов, по результатам которой все ранее опрошенные респонденты подтвердили информацию о том, что они ознакомились с высланными ранее маркетинговыми материалами.

Из 200 опрошенных респондентов только одна компания (магазин техники «\_\_\_») проявила заинтересованность к приобретению пробной партии. Остальные 199 компаний отметили, что для них данное предложение является неинтересным или пока что неинтересно.

Рассмотрим основные причины отказа от приобретения пробной партии:

1. Высокая цена и непрактичность продукции
2. За почти такие же деньги в экстренной ситуации можно купить недорогой Power Bank
3. Загрязняют окружающую среду
4. Заряжают очень медленно
5. Любой человек может найти, где бесплатно зарядить телефон
6. Мало кто готов тратить деньги на такую одноразовую вещь
7. На китайских сайтах данная продукция продается очень дешево
8. Не удалось склонить продакт менеджеров на закупку пробных партий товара
9. Очень много негативных отзывов
10. Продукция будет востребована только в очень экстренных ситуациях, например в поезде

## Результаты опроса потенциальных дистрибьюторов

По мнению \_\_\_% респондентов данная продукция не будет востребована среди населения, по причине высокой цены в не зависимости от цены одноразовой батареи в 99 или 149. \_\_\_% респондентов считает, что данный продукт небезопасен, а также вредит окружающей среде.

При уточнении у респондентов, участвовавших в опросе, на каких партнерских условиях они согласны провести тестовое размещение одноразовых зарядок – \_\_\_% отвечали, что это для них не интересно или не готовы сотрудничать ни на каких условиях. \_\_\_% респондентов ответили, что если их заинтересует продукция в будущем, то они свяжутся с компанией. Стоит также отметить, что \_\_\_% респондентов отметили, что не смогли склонить продакт менеджеров компании на закупку пробных партий товара.

Да	Возможно свяжемся позже	Нет, но потенциальные (если выйти на связь с продакт менеджерами)
Магазин ____	Экипировочный центр « ____ »	Магазин ____
	Магазин ____	Магазин ____
	Магазин ____	Магазин ____
	Магазин ____	Магазин ____
	Магазин ____	Магазин ____
	Интернет-магазин ____	
	Интернет-магазин « ____ »	

Таким образом по результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Потенциальными дистрибьюторами одноразовых зарядных устройств являются компании, работающие в сферах общественного питания, магазинах техники, а также спортивных комплексах по причине того, что их посетители наибольшее количество раз обращаются с просьбами зарядки своего гаджета.
2. Из 200 опрошенных компаний ни одна не предоставляет услугу зарядки гаджета, но \_\_\_% респондентов отметили, что к ним обращаются с такой просьбой посетители.
3. Исходя из полученных причин отказов 3, 4, 7, 9 (слайд 10), можно сделать предположение, что некоторыми потенциальными дистрибьюторами уже рассматривалась данная продукция, но не заинтересовала по причине того, что одноразовые батареи могут быть невостребованными среди населения.
4. \_\_\_% респондентов не готовы начинать сотрудничать с компанией вне зависимости от предложенных партнерских условий сотрудничества.

# *РЕКОМЕНДАЦИИ*

**Аналитиком проекта рекомендуется на следующем этапе:**

1. В течение следующего месяца провести повторное контактирование с потенциальными дистрибьюторами (слайд 9), с которыми уже проведены предварительные переговоры.
2. Расширить сферы деятельности потенциальных дистрибьюторов до компаний, предоставляющих пассажирские перевозки.
3. Продолжить контактировать с компаниями в таких сферах как общественное питание, магазины техники и спортивные комплексы, ввиду большего количества компаний, которые не были охвачены во время проведения исследования.
4. Провести работу с возражениями причин отказа от сотрудничества и учесть их в обновлении презентационного материала в виде отдельных слайдов.
5. Ввиду того, что ценовая политика одноразовых зарядных устройств для населения, по мнению опрошенных потенциальных дистрибьюторов, является неприемлемой, необходимо рассмотреть возможность снижения стоимости одной зарядки.
6. Если после того как была проведена работа с причинами отказа от сотрудничества, обновлено коммерческое предложение и снижена стоимость одного зарядного устройства, и не было получено положительных результатов, рекомендуется переключиться на другой вид продукции.