

Директор _____

Утверждаю

Т.В. Себекина

« 9 » февраля 2016 г.

Отчет о проведении маркетингового исследования

Цель – определить из каких источников большинство зрителей получает информацию о предстоящих спектаклях.

Выборка – случайная

Всего было опрошено – 86 человек

Опрос проходил с 29.01.16 по 07.02.16

В опросе участвовали зрители со спектаклей:

29.01.16 «Садьмы да съыв!» (Проснись и пой!) – 20

05.02.15 «Сексот» – 14

06.02.16 «Коркõ муса, коркõ абу» (Любит, не любит) – 21

07.02.16 «Лэбалысь гõсьт» (Летающий гость) – 32

Вопрос – Из каких источников вы узнаете о мероприятиях нашего театра

Варианты ответов:

- Из наружной рекламы (афиши на тумбах)
- Газета ПРОГород
- Газета ВДВ
- Газета «Республика»
- Газета «Коми му»
- Из интернета (поисковые системы, информационные порталы)
- На официальном сайте театра
- Из социальных сетей (Вконтакте, Одноклассники)
- Из E-mail рассылки

Результаты исследования:



Вывод: итоги исследования показали, большинство опрошенных зрителей получают информацию о спектаклях из афишах на тумбах.

Исследование проводил специалист по маркетингу Корневская Оксана Андреевна