# 市场调查策划方案

来源：网络 作者：天地有情 更新时间：2024-08-24

*一、调查目的 ：为了抓住产品市场的脉搏，把企业的各种优点（理念、企业文化、优质产品等）与社会各界沟通，让策划的行动被所有的人所了解同时感动所有的人，使以后策划的行动得以顺利进行。二、调查日期：2024年1、主要调查：9月1日一9月15日，2...*

一、调查目的 ：为了抓住产品市场的脉搏，把企业的各种优点（理念、企业文化、优质产品等）与社会各界沟通，让策划的行动被所有的人所了解同时感动所有的人，使以后策划的行动得以顺利进行。

二、调查日期：2024年

1、主要调查：9月1日一9月15日，

2、次要调查：9月16日一11月30日， 我们要进行为期7天的市场调查准备工作，60天的市场调研，确保万无一失

三、调查内容：

1、主要调查内容：运用便利抽样以及配额抽样法，调查清楚以下几个主要问题：

（1）您是否知道“今越糖可营养片”这一传统品牌？

（2）“今越糖可营养片”最受欢迎的功能和服务诚诺是什么？

（3）“今越糖可营养片“的消费心理价格订在多少合适？18元、28元、40元。

（4）您对”今越糖可营养片“最喜欢和担心的是什么？

（5）您的消费心理是什么？有何购买习惯？

（6）“今越糖可营养片”的独特卖点是什么？

（7）“今越糖可营养片”的包装是否受欢迎？

2、次要调查内容：（用观察、分析法）

（1）、用户的特点调查：人口，规模，分布，构成，变动情况，城市，农村，主要用户，次要用户，地址，电话。

（2）、影响用户因素：购买力大小，社会风俗，习惯，文化水平，民族特点，购买特点购买什么样的产品。

（3）、用户的需要调查：现实需要，潜在需要，意识到但未及时购买，未意识到但以后会购买，不购买。

（4）、产品在销售区是独家不是多家，产品是否满意；诺不满意原因是什么；产品畅销还是贷销原因。

（5）、产品处于生命周期中那一阶段，是否有妖折危机感。

（6）、价格在市场上有无竟争力？用户对价格反映？市场中价格优况对哪些产品有利？对哪些产品不利？ 哪些产品好买？哪些代销？价格波动有多大发展趋势如何。

（6）、企业销售量是否适应环境需求，现有渠道是否合理？如何扩大销售渠道减少中间环节？如何正确选择广告媒体，广告效果如何？营销组合策略是否妥当效果如何。

（8）、竟争环境笮样，竟争的力量，竟争结构与规划，竟争内容与手段对手基本情况。

四、调查地点 各地市场、经销商、经销点、商店

五、进程对策

（1）9月1日一9月3日，设计主要调查问卷、调查表，策划经理负责安排，设计师主办。

（2）9月1日一9月2日，用文案调查法，进行与营销部沟通，说明调查原因和重要性，友好地与其配合搞好营销工作，共同提高销售，索取营销部门汇编的市场资料（客户订货单、销售额、销售分布、销售损益表、库存情况、产品成本等）进行调查登记，策划经理负责安排，策划主管主办。

（3）9月3日一9月4日，用观察法，直接到市场、经销商、经销点、商店观察、拍数码照片、行为记录调查。）作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

（4）9月3日一9月10日，用访问法，直接到经销商、经销点、商店、中老年用户进行面谈访问，填调查表，调查问卷，作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

六、问卷调查卡中可以加入这样一些问题： 1． 您是从哪里得知这一消息？（ ） 2．您是否听说过我们的新产品“今越醒酒丹”？（ ） 3．您是否有过糖尿病史？（ ） 4．您亲戚朋友是否有过糖尿病史？（ ） 5．您是否希望尽快得到治疗？（ ） 6．您是否希望帮助亲戚朋友尽快得到治疗？（ ）； 7．您对送礼送健康是否也有认同感 ？（ ）； 8．您愿意购买我们的“今越糖可营养片”吗？（ ）； 9．您的其他感想是什么\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 。 请你留下患者的具体名字\_\_\_\_\_\_,年龄\_\_\_\_\_,地址\_\_\_\_\_,电话\_\_\_\_\_，以备日后我们赠送礼品和跟踪治疗。

谢谢你的参与，我们非常感激，请留下你的姓名\_\_\_\_\_\_,地址\_\_\_\_\_,电话\_\_\_\_\_，我们日后将不定期对你进行赠送礼品或惊喜。 策划者：张嘉城

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找