

市场调研计划书7篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/187083.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

市场调研计划书篇一

随着网络技术和人们消费观念的改变，越来越多的人选择经过网络购买自我需要的东西。为了了解本校区大学生网络购物情景以及他们对网络购物的看法，特开展此次调查。

二、调研目的

经过此次调查，对本校区大学生网络购物情景以及其对网络购物的看法做初步了解。同时，经过本小组成员亲自动手、共同努力，提高本小组成员的动手本事和与陌生人的交往本事。

三、调研资料和范围

- 1、了解大学生对网上购物的认知与消费情景。
- 2、对影响大学生网上购物的主要因素及消费渠道进行调研分析。
- 3、对影响其销售的因素如：价格、包装、促销等因素调研分析。

四、调研方针与方法

1、采用问卷调查法：

就调查中所需的信息设计调查问卷，经过访问员对被访者的面访，采用被访者填写问卷的形式从被访者那里收集调查中所需的信息。初步设定问卷量为150份每份问卷资料规范统一，调查过程进行严格监督，调查完毕后对问卷进行仔细审核，筛选出有效问卷。

2、调查过程：

访问员携带问卷到达样本所在地对贴合要求的调查对象进行随机访问并保证访问结果真实有效，访问过程中不得给予被访者任何的暗示，或其它改变被访者本来意愿的言行，对被访问者热情礼

貌。

3、调研数据录入与分析：

对回收的问卷中的有效问卷中的信息进行初步整理统计。统计后对数据进行详细分析并构成书面报告

。

五、调研进度和经费预算

1、调研进度：

(1)、第一阶段：总体方案的确定

(2)、第二阶段：初步市场调查

(3)、第三阶段：计划阶段

制定计划

审定计划

确认修改计划

(4)、第四阶段：问卷设计阶段

问卷设计

问卷调整确认

问卷印刷

(5)、第五阶段：调查实施阶段

执行问卷调查

(6)、第六阶段：数据处理分析阶段

数据统计

数据分析

(7)、第七阶段：

报告

构成阶段

书写报告

2、经费预算：

调研问卷印刷费：150 × 0、20元=30、00元。

调研报告印刷费：预计10、00元

市场调研计划书篇二

一、调研背景

我公司在充分考察此刻化妆品市场竞争状态的情景下，结合我公司目前对轮藻的研究水平，决定进行化妆品的研发生产。为了了解市场需求，为制定公司的相关策略，我们决定进行一次新产品开发前的市场调研，迎合消费者之需，做到有的放矢。

二、调研目的

为了给新产品开发供给客观数据支持，本次市场研究工作的主要目的是：

- 1、了解消费者对男士护肤霜的消费现状，分析男士护肤霜市场的竞争态势，了解男士护肤霜的市场容量，为新产品市场定位供给依据；
- 2、研究男士护肤霜消费者的消费心理、动机及其消费行为特点，为新产品确定目标消费群并为制作广告供给参考依据；
- 3、了解消费者获取化妆品的具体渠道，为新产品上市推广策略的制定供给依据；
- 4、了解消费者对本公司新产品——男士护肤霜的理解程度

三、调研资料

根据上述研究目的，我们本次调研资料主要包括如下各项：

- 1、了解消费者对男士护肤霜的消费现状，分析男士护肤霜市场的竞争态势，了解男士护肤霜的市场容量，为新产品市场定位供给依据。所需信息主要有：
了解消费者购买男士护肤霜时所研究因素（包装、渠道等）
了解此刻男士护肤霜市场上的竞争对手，以及其市场占有率（明确自我的市场地位及竞争对策）
- 2、探究男士护肤霜消费者的消费心理、动机及其消费行为特点：

了解消费者购买男士护肤霜的目的（广告诉求点）

消费者了解男士护肤霜的主要途径（广告宣传渠道选择）

了解消费者的在化妆品方面的消费水平（据消费水平进行市场细分）

3、了解消费者对本公司新产品—男士护肤霜的理解程度：

被访者对我公司所开发新产品的理解程度

被访者对新产品开发的提议及意见

四、目标被访者定义

因本次调查是一项探索性研究，要求样本要有广泛的代表性，以期能够基本反映消费者对男士护肤霜的认知和评价，以及对本产品的理解程度和期望：

其亲戚朋友不在化妆品公司或广告公司工作

年龄在20—50岁之间，衣着讲究者

五、调查方法与抽样设计

根据本调研的特点，本次调查方法与抽样设计为：

本次调研采用问卷式

访问采用街头拦截式

六、样本量

研究到本次市场研究对样本量的要求、成本方面的经济性及时间问题，本次研究对消费者调查所需要的样本量约为300个。（由于时间等原因实施时为110个）

七、访员安排

1．本次调查由我公司营销部门人员完成

2．正式调查前由新产品开发的技术人员对访员进行专业知识的培训，以确保调查工作质量

八、质量控制与复核

1．为保证调查质量，我们采取2人组调查方式，一审二审复核制

2．我们将实行一票否决制，即发现调查员一份问卷作弊，该调查员所有问卷作废

九、数据录入与处理

参与本产品开发调研的数据录入人员及编码人员将参与问卷的制作与调查培训；在数据录入后需抽取10%的样本进行录入复核，以保证录入质量；数据处理采用spss软件进行

十、研究时间安排（自项目确定日起）

4月16日—4月20日：

方案

与问卷设计

4月21日—4月24日：调查实施

4月25日—4月27日：数据处理与分析

4月28日—5月1日：报告撰写与发布

十一、费用预算

项目费用预算约为元，其用途分别如下：

- 1、问卷设计、问卷印刷150
- 2、调查与复核费用500
- 3、数据处理（编码、录入、处理、分析）500
- 4、报告撰写与制作700

合计：1850

市场调研计划书篇三

一、前言

生日消费在大学生的日常消费中所占的比重越来越占比大，生日礼物、生日宴会不再只是朋友间情谊的表达，同时也成了社交的一种新方式。生日，是当今大学生生活中的“红色炸弹”，生日消费也在逐年递增之中。

二、调查目的

- （1）了解浙江工业大学学生生日消费的情景。
- （2）了解浙江工业大学学生生日消费所占日常消费的比重，预测有关生日礼物、生日宴会在未来

市场中的发展前景。

(3) 了解浙江工业大学生对于生日消费的看法，进一步了解他们的消费观。

三、调查资料

1.大学生生日消费的消费形态（消费方式、花费、习惯等。如：一般送怎样的生日礼物、价钱在多少左右、会选择怎样的方式过生日。）

2.大学生对生日消费现状的看法。

3.当前有关生日消费的市场情景。

四、调查对象及抽样

调查对象组成及抽样如下：

消费者：浙工大屏峰校区学生。大一（20%）大二（40%）大三（40%）。

市场：学校附近礼品店老板、餐馆老板。

消费者样本要求：

- 1、消费者所学专业不能为市场营销、调查或广告类专业。
- 2、消费者在近半年内没有理解过类似的市场调查。
- 3、消费者在填写问卷时态度诚恳。

五、调查员的规定、培训

（一）规定

- 1、仪表端正、大方。
- 2、举止谈吐得体，态度亲切、热情。
- 3、具有认真负责、进取的工作精神及职业热情。
- 4、访员要具有把握谈话气氛的本事。
- 5、访员要有良好的专业素质。

（二）培训

培训必须以时效为导向，本次调查人员的培训决定采用由课堂教师传授市场调研的相关步骤和方

法，小组课后培训并加强思想道德方面的教育，使组员充分认识到市场调查的重要意义，培养大家强烈的事业心和职责感，端正其工作态度、作风，激发大家对调查工作的进取性。

六、人员安排

调研小组主要人员分配如下：

...担任项目总监兼任企划指导。xx负责问卷的设计及调整。xx负责问卷的发放和回收。...负责市场调查的相关访问。...、...负责数据的处理和分析。xx、xx负责总结报告的书写。

七、调查方法

(1) 问卷调查。

(2) 访问调查。

八、调查程序及安排

第一阶段：初步市场调查。

第二阶段：计划阶段。

第三阶段：问卷阶段。

市场调研计划书篇四

一、调查目的

- 1、是为了给华为公司技术申报供给科学、客观数据。
- 2、经过客观深入的市场调查和分析，充分了解消费者一号通业务的需求和价格定义水平。
- 3、了解潜在客户规模及分布状况。
- 4、根据调查研究分析来确定产品的定位、市场前景，做出市场潜力测评。
- 5、项目的研发、技术实现、市场推广将面临着市场风险。

二、调查对象

- 1、学校附近的人群（经过抽样调查选出适合的调查对象，以个体为单位）
- 2、上班人群

三、调查资料

1、产品自身情景调查

2、需求市场调查

消费者偏好

购买决策

购买行为

价格支付本事

购买人群

3、竞争市场调查

主要竞争对手

各竞争对手优势、劣势

4、一号通业务市场调查的重要性

四、搜集信息

1、消费者的购买意向

2、不一样领域消费者的需求

3、了解各个类似业务的竞争状况

4、消费者对产品的要求

五、制定抽样计划

1、实施分层抽样

a、以所属领域特点为分层标准

b、按比例抽取一个样本量为500的样本

2、样本要求

a、家庭成员中有人在通讯业务公司或经销岗位工作

b、家庭成员有人在最近半年中理解过类似产品的市场调查

c、被调查者经常使用手机、固话等通讯工具

六、设计问卷

经过对“一号通业务”市场的了解，对消费者资料的调查，总结分析，进行问卷设计。

七、调查进度

第一阶段：初步市场调查1天

第二阶段：制定计划2天

审定计划半天

确定修正计划半天

第三阶段：问卷设计1天

问卷修改确认半天

第四阶段：实施计划2天

第五阶段：研究分析2天

调查实施自计划问卷确认后的第二天开始执行。

八、信息整理分析

1、经过对调查目的和搜集信息的整理，对问卷的设计并进行整理分析。

2、根据问卷调查情景绘制数据表格

九、调查预算（略）

市场调研计划书篇五

一、调查目的和任务

1、目的：针对xx公司进入中国市场之前的可行性进行市场调查。

2、任务

（1）中国人对于洋快餐的理解程度，并进行先行的品牌推广。

（2）根据中国人的理解程度来制定开拓中国市场的战略和决策。

二、调查对象和调查单位

采用抽样调查的方式，随即调查在北京公园内游玩的游客。选择在北京进行调查是因为北京是中国的首都，是国际化的大都市，人们比较愿意理解新事物，对于洋文化的理解程度也会相比较较高一点。而选择在公园进行市调，有三个原因。首先，公园人流量比较大，调查采样比较方便；其二，在公园调查对象的类别会比较广泛，因为在公园内游玩的游人拥有者不一样的年龄层、职业等等，这样调查的对象会比较全面，对于之后的研究工作有很大的帮忙；第三，在公园游玩的人说明他们比较喜欢外出消费，这对于作为快速消费品的xx公司来说有相当的调查意义。

三、调查项目

调查中国民众对于xx口味、餐厅环境的理解程度，并获得不一样年龄、职业的中国民众的消费本事和水平参考数据。

四、调查方法

采用拦截、试吃、访谈等方式进行调查。

五、调查机构及人员

由xx师范大学10级传播学院负责调查，调查小组成员如下。

组长：xx教师（华东师范大学传播学院院长）

副组长：xx教师（华东师范大学市场调研专业教师）

成员：10名学生：xx

六、调查组织和调查进程

（1）培训：20xx、5、20

（2）人员分工：10名学生分为5组，分别履行各自小组的职责。

第一组由4名长相可爱、外表靓丽学生组成，负责在公园内一共拦截各年龄段的游客100位，并负责把他们带入公园内搭建的餐厅内，请他们进行访谈。

第二组由2名态度良好、手脚麻利的学生组成，引导进入餐厅内的游客洗漱、就坐，并在每一位进行市调的游客面前摆放好袋装毛巾，送上苏打水和白开水，以消除口中的异味，又送上优良嫩黄的鸡块。

最终一组由4名口齿伶俐、思路清晰的学生组成，在游客品尝玩鸡块之后，对游客进行访谈，完成市场调查资料。

再由第二组成员为已经理解完调查的旅游送上xx炸鸡赠品，并送旅客走出餐厅。

最终由此次市场调查活动的副组长高防教师负责审核、汇总和统计分析，起草调查报告。

(3) 调查：20xx、5、23

(4) 资料整理分析：20xx、5、24-25

(5) 调查报告撰写：20xx、5、26-31

七、调查费用：

礼品费：1000元

交通费：500元

调查报酬：5000元

合计：6500元

市场调研计划书篇六

一、前言

为了能使本公司更好的为客户服务，提升公司销售额，提高市场占有率，共同健全企业管理，完善公司制度，让本公司的产品品质、品规、交期、服务满足客户要求，特进行此项市场调研。本次市场调研将围绕三个方面进行：卫生院、诊所、药店。

二、调查目的

1、为普药运营策划

方案

供给客观依据。

2、为自产品、代理品种扩大销售额，提高市场占有率供给客观依据。

3、为引进终端畅销品种供给依据。

具体为：

(1) 了解新余地区普药市场状况。

(2) 了解新余地区主要竞争对手情景、竞争对手的广告策略、销售策略。

(3) 了解新余地区终端客户的用药观点及用药习惯。

(4) 了解新余地区已合作客户的意见要求及暂未合作客户未合作的原因。

(5) 了解新余地区乡村一体化实施情景。

(6) 了解药店购销联盟、药店加盟实施的可能性。

三．市场调查资料

(一) 卫生院

1、乡村一体化实施情景。

2、基药占比、销售情景。

3、主要进货渠道、月平均购进量等。

(二) 诊所(卫生所)

1、主要进货渠道、返点情景。

2、月进货量、常销品种、用药习惯。

3、竞争对手情景、竞争对手的广告策略、销售策略。

4、已合作客户的意见要求及暂未合作客户未合作的原因。

5、影响合作及上量的主要因素在哪等等。

(三) 药店

1、药店购销联盟的可行性。

2、药店加盟的可行性。

3、主要进货渠道、返点情景、竞争对手情景、竞争对手的广告策略、销售策略。

4、公司直接按进价供货、业务员配送模式的可行性。

四．市场调查方法

以访谈为主，辅与调查问卷。

五．市场调查程序及安排

第一阶段：制定市场调查

计划

(6月6日)

第二阶段：

计划

实施阶段(6月6日至)

第三阶段：研究分析(6月10日至6月11日)

第四阶段：报告阶段(6月11日至6月13日)

六．经费预算

- 1、派车费用150元天左右
- 2、餐费30元每人每一天
- 3、其他费用大概50元每一天

2014-6-6

业务三部

市场调研计划书篇七

一、前言

饰品行业是最近几年迅速发展的时尚消费品之一。据市场反映观测，该市场成长曲线呈急剧上升之势。可是，由于在饰品连锁加盟运营中出现一些素质低下、欺骗加盟商和极度模仿的行为，导致了加盟商信任度问题的出现。

为配合xx饰品连锁进入市场，评估饰品行业环境及市场进入可行性分析，制定相应的广告策略及营销策略，预先进行全国饰品连锁市场调查大有必要。

本次市场调查将围绕三个立足点：消费者、市场、竞争者来进行，寻找xx饰品连锁进入市场新的市场定位和创新性。

二、调查目的

- 1.为该产品进入市场供给客观依据。
- 2.为该产品的销售供给客观依据，具体为：

- (1) 了解全国饰品连锁行业的目前状况；
 - (2) 了解消费者对饰品的消费观念、习惯；
 - (3) 了解消费者的人口统计学资料，测算市场容量及潜力，
- 3.了解购买饰品的消费者情景。
 - 4.了解竞争对手的销售策略、广告策略。
 - 5.了解该项目的市场可行性。

三、市场调查资料

1.消费者

- (1) 消费者统计资料；
- (2) 消费者对饰品的消费形态；
- (3) 消费者对饰品的购买形态；
- (4) 消费者对期望购买的饰品描述；
- (5) 消费者对饰品的了解途径及广告的反应。

2.市场

- (1) 国内饰品的目前销售形式、品牌及销售状况；
- (2) 消费者对饰品的需求及购买力状况；
- (3) 饰品连锁的市场潜力测评；
- (4) 饰品销售通路状况。

3.竞争者

- (1) 目前有哪些饰品连锁的运营商，其品牌、价格状况。
- (2) 市场上现有饰品连锁加盟店销售状况。
- (3) 目前饰品连锁的定位和形态。
- (4) 竞争对手的广告策略及销售策略。

四、调查对象及抽样

因饰品连锁有必须的市场成熟度，并有一部分运营相比较成功，但定位和形式十分雷同。所以，在确定调查对象时，适当针对目标消费者，点面结合，有所侧重从而寻找到新的突破口，构成自我的市场定位和运营模式。

调查对象组成及抽样如下：

调查城市：北京、杭州、广州、成都、武汉

消费者：1000人，其中饰品店消费者500人，目标主要消费群500人

饰品加盟店：30家

商场专柜：20家

消费者样本要求：

- 1.家庭中没有人从事饰品行业工作；
- 2.家庭成员中没有人从事市场调查公司工作；
- 3.家庭成员中没有人从事广告公司工作；4.家庭成员中没有人最近半年中理解类似产品的市场调查测试。

五、市场调查方法

以访谈为主，观察为辅

1.消费者

焦点访问、在校学生访问、间市区流动目标年龄段人访问

2.竞争者

踩点。

访问员要求：

- (1) 仪表端正、大方；
- (2) 举止谈吐得体，态度亲切、热情，具有把握谈话气氛的本事；
- (3) 经过专门的市场调查培训，专业素质较好；
- (4) 具有市场调查访谈经验；

(5) 具有认真负责、进取的工作精神及职业热情。

六，市场调查程序及安排

(略)

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发