

市场调研实训总结范文推荐11篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zongjie/fanwen/97430.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

市场调研实训总结范文1

> (一) 本年度市场的整体环境现状总结：

1、行业市场容量变化今年汤逊湖地区又新开了阳光海岸度假村及沃特豪斯别墅群、卧龙山庄。这使得整个汤逊湖地区的整体接待能力加强不少，同时彼此的竞争也加强了。

2、品牌集中度及竞争态势

市区会议周边化的趋势正在形成，业以形成规模的地区有：黄陂的×××天池、孝感的观音岛、蔡甸的.度假村、沌口的海滨城、鄂州的凤凰山庄、江夏的汤逊湖、咸宁方向的汤池温泉等。其中江夏地区的品牌优势就集中在荷田会所与梦天湖之间。正处在中心地带的我们在地理上有得天独厚的优势，今后要发扬并强化，如：加做从澳门山庄到宾馆门前的路边广告等。同时在销售上注意路边宾馆环境嘈杂的劣势，随时调整销售策略。

3、竞争市场份额排名变化

从xx年的市场竞争份额排名第四（排名依次为：梦天湖、荷田、汤孙湖山庄、宾馆）上升到第三。整体的知名度也较上年有大幅度的增加。同时固定客源增加到3xxxx个；

市场调研实训总结范文2

在__实训的过程中呢，有很多的收获。学会如何接待客人，如何认真工作。不能像在家里一样，懒懒散散。

工作的时候必须要认真，如果客人有任何需要，要及时的回答，还可以跟同学一起互相帮助。不懂的话可以问阿姨，阿姨会教我们一些方式方法。阿姨跟老板娘都很温柔，会给我们打招呼会问我们习不习惯，累不累？

那儿的景色也很美，有很多花开得很香，很漂亮。还有惊险刺激的丛林穿越，一关比一关难，又是要拼体力，还要拼你的平衡能力。还好有我们的师哥当师傅，他教我们如何系安全绳等一些基本常规。还告诉我们，有一个七岁的小男孩通过了，感觉他好厉害，好佩服那个小男孩儿。然后又带我们去攀岩那边教我们，如何打结，如何扣住，毕竟这个事有关顾客安全的问题，所以我们学的都很认真。昨天一天的体验还是挺好的嗯，很开心，很激动！

市场调研实训总结范文3

实习既是开始又是结束。现在展现在自己面前的是担任自己疾驰的肥沃土地，肯定感受到了沉甸甸的职责。在今后的工作和生活中，我将继续学习，深入实践，不断提高自我，创造业绩，努力创造更多的价值。

我认为大学生实习困难，就业难。如果你没有关系，就很容易给你找到工作。否则就无法避免市长/市场选择的厄运。我在这家公司实习，总结了五个攻略，只有智勇双全，才能在这个社会出人头地。

1、要主动出击：找实习工作和找工作一样，要重视方法。公司一般不对外公开实习机会，可以主动与人力资源部联系，争取实习机会。特别注意正在招聘的公司，表明人手不足，在不招募适当职员的情况下，很有可能临时选择实习生。

2、要了解自己：求职信和求职电话要稳定、准确、狠。也就是说，稳定地理解公司所处行业的大背景和申请的职位的要求，准确地说明自己的竞争力，自信是对方寻找的人。同时诚实地表现出低调的姿态，表现出实习的愿望和决心。另外，规范化的简历、良好的面试技巧都有助于提高实习成功率。

4、免费午餐禁忌：实习生和实习单位之间是双赢的关系。积极地告诉对方我不要钱是一个不好的开始。表明缺乏自信。有价值的支付必须有有价值的回报，不能有慈善的实习工作，雇主需要能创造价值的实习生，理性研究实习价值的单位会给实习生更多的锻炼机会。

5、避免盲目实习：未来的求职拼写不是态度，而是专业性。求职实习不能成为简单的劳动经验积累和态度培养。例如，担任盘子之类的工作会增加沮丧体验。与专业不符的实习生在今后的求职竞争中含含金量很低，从找工作的角度来看，这种实习的弊大于利。

实际上，实习只是与社会接触的一个过程，大学生实习的目的是为了自己未来的发展，而不是只是累积工作经验，然后帮助你找到工资高的工作。(你知道的)。

在实习中，我严格按照实习程序操作。作为一名初出茅庐的普通大学生，我不会放松对自我的要求。我期待以自己早期的学习热情面对今后的所有任务。这次毕业实习期间总是很辛苦很辛苦，但辛苦中有乐趣，也很有趣，大家都很进取地努力。

市场调研实训总结范文4

一、内容简介：

此次，黄州实训我们调查了80个女性消费者各20个男消费者。他们的年龄阶段大多在16-25岁之间。

这个只是对于我们这次调查的一个简单的描述，下面是我们这次调查的细节分析。

二、主体内容：

1、调查的背景

1).服装是改革开放以来最先形成的市场，它是一个门槛低且容易进入的市场，正因如此，它也是最容易饱和及衰败的市场同时它对区域的要求很明显，小县城有小县城集市，小村落有其小市场，大省会城市也有与它相匹配的规范的市场

2).据调查,现代社会，越来越多的人注意仪表。人们对服装的要求与选择不仅与人的心理、年龄、性格有关，还受到其它客看因素的影响消费者的购买行为受收入水平、地理区域、民族习惯、宗教信仰、文化传统以及社会发展水平等客观条件的影响，并同时与个体的年龄层次、教育程度、审美趣味、消费目的等主观因素密切相关。

3).21世纪的消费迎合现代人着衣的不同品位与风格。

c.价格是购买服装的又一重要影响因素。有超过半数的购买者只愿接受100元左右的服装价位。

d.就购买服装的场所而言，的女性和的男性选择在专卖店购买。

e.调查显示，人们普遍认为，服装批发市场普遍存在的问题是产品档次不全、产品质量不高、卫生条件差等。这些问题都是服装市场急需解决的问题。这也表明，采购者的要求在不断提高，他们希望在一个产品档次全、产品质量高、金融设施健全、环境舒适的服装批发市场采购服装。

要了解当前服装市场的全貌，提供先进的市场发展经验和理念，让市场之间相互了解、学习先进的发展模式，从而逐渐改变、淘汰落后的营销与管理方式。并且在实现指导市场发展、控制过度开发、为行业和企业提供商业决策参

考、促入国际国内贸易平台交流等方面起到积极作用。

随着消费者消费能力的增加，在其进行服饰购买时已不再单纯考虑产品的基本功能，在达到一定经济收入的前提下为了满意工作需求、心理需求、生活需求以及社交需求时，选择购买更能够表现经济实力、自身品味的品牌产品则是必然。伴随着信息交流速度更为快捷，品牌消费的消费群体与流行时尚需求的步伐几乎一致。服装消费市场正沿着：需求消费->时髦消费->时尚消费->个性消费，这样一个由低到高的品牌消费需求轨迹进行着变革。虽然在现阶段内因地区经济的差异、个人收入的差异以及城市间文化的差异等因素的影响，导致服装消费市场还存在整体不均衡的表现，但随着时间的推移，这种差异量将会快速持平。

3、调查结果

1)性别：

答案总数量：100

2)年龄：

答卷总数量：100

3)能接受的服装价格：

答卷总数量：100

4)经常购买服装的地方：

答卷总数量：100

5)对服装面料的选择：

答案总数量：100

市场调研实训总结范文5

遵照县委主要领导的指示，我局组织3个调研小组于20xx年3月23日—31日，对我县蔬菜生产、市场消费需求、市场营销结构、业态构成、蔬菜价格形成机制等进行全面调研。形成调研报告如下：

一、基本情况

(一)蔬菜生产情况

1、蔬菜种植情况：全县约有蔬菜种植总面积2400亩，其中：种植基地面积约20xx亩；县城区周边农户零星蔬菜生产面积约400亩。主要种植青椒、茄子、土豆、无筋豆、大夹豌豆、冬瓜、南瓜、苦瓜、白菜等品种，年产量约20xx-2300万斤，其中：种植基地年产量约1750-20xx万斤；县城区周边农户零星蔬菜生产年产量约250-300万斤。

2、蔬菜种植基地情况：全县有集中成片蔬菜种植基地4个，分别为隆盛五一村生产基地(约300亩，年产量约260-300万斤)、隆盛三家店村生产基地(约250亩，年产量约220-250万斤)、象山永乐坝蔬菜生产基地(约800亩，年产量约700-800万斤)、回马长江坝生产基地(约650亩，年产量约570-650万斤)。

(二)蔬菜需求情况

据测算全县城区日均蔬菜需求约为11万斤以上，年均蔬菜需求总量约为4000万斤—4500万斤。我县生产基地仅有20%左右(320-350万斤)销往本县，蔬菜需求缺口约为3200-3700万斤。

(三)市场营销情况

1、县城区蔬菜批发经营户情况：县城区现有蔬菜批发商7户。其中5户为专业蔬菜批发商，其批发量占市场份额约80%。进货渠道主要为、成都、绵阳，其中：由进货蔬菜占80%、成都占15%、绵阳占5%。另外2户批发商(隆盛五一村生产基地，象山永乐坝蔬菜生产基地)其批发量约占市场份额的20%。4个蔬菜基地生产的蔬菜约20%在县内销售，80%销往、达州、重庆等地。

2、县城区蔬菜零售经营户情况：县城区约有330户固定个体菜商。其中老城区约有200户，新城区约130户，主要集中在县城区6个农贸市场，租用固定的摊位销售蔬菜，其销售量约占市场份额的80%。县城周边农户零散流动菜商约80-100户，日均入市销售量占比不到市场份额的1%。县城区超市零售蔬菜有4家，进货渠道主要为(80%)、成都(15%)、绵阳(5%)，日均销售量约为2万斤，市场占比约为20%。

(四)与周边市县蔬菜价格比较情况

经调研，我县蔬菜主要类综合平均价格与周边区县蔬菜价格同比约高10-15%。

二、导致我县蔬菜价格偏高的主要因素

(一)蔬菜生产面积偏少

据统计，全县蔬菜生产面积约2400余亩，其中专业化生产面积约为20xx亩，占83%。其余的400余亩为农户零星生产。而相关标准规定人均蔬菜生产面积应不低于亩。县城区现有常住人口按12万计算，蔬菜生产面积应在5000亩左右。

(二)蔬菜生产品种偏少

从我县象山永乐坝蔬菜生产基地看，该基地生产面积约800亩左右，常年生产的蔬菜主要为种植技术要求不太高，单产较高、易种易收的品种。如：冬瓜、南瓜、苦瓜、土豆、无筋豆、大夹豌豆、白菜、青椒、茄子等10多个品种。因基地无储藏设施，加之又集中上市，本地市场无法全部消化，往往只能采取低价竞争方式向外地销售，给人力、物流、市场销售都带来不小压力，因此经营效益一直不好，基本处于保本微利的境况中。

(三)生产条件落后

从我县现有的蔬菜生产基地看，普遍缺乏滴灌、连动大棚等基础设施，无法生产反季节蔬菜，设施蔬菜生产、精细化蔬菜生产的比重不到20%，致使生产企业盈利水平不高，长期处于低水平重复状态，生产力不强。

(四)无专业的蔬菜批发市场

目前，我县尚无专业的蔬菜批发市场。现有蔬菜批发业务主要集中县城盐桥街周边的临街门市和街道上。但因场地狭小，拥堵不堪，缺乏冷储等保质保鲜设施，损耗极大。门市储存量小，增加了物流成本。再加之我县门面租金高，与纵横农产品批发市场门市年租金比较，纵横农产品批发市场门市年租金约为180元—200元/平方米，而我县盐桥街门市年租金则为1200元—1500元/平方米，每平方米租金高近7倍，极大增加了蔬菜流通成本。

(五)蔬菜批发销售环节层层加码

1、批发商加价情况：批发环节在进价的基础上平均加价50%，在形成零售价格的权重约20%；

2、个体蔬菜零售商加价情况：个体蔬菜零售商在批发价的基础上平均加价80-150%，在推高零售价中约占80%权重。

3、超市零售蔬菜加价情况：超市零售蔬菜在进价的基础上加价约为10%。其价格一般为市面零售价的60%左右。这对平抑蔬菜价格过量偏高起到了一定的制约作用。

(六)旅游人数剧增，市场供求原因导致价格偏高

我县实施优秀旅游城战略以来，以中国死海为龙头的旅游业蓬勃发展，旅游总人数逐年增加，据统计从20xx年-20xx年，我县旅游总人数从万人增加至万人，旅游人数的逐年增多导致我县蔬菜供不应求，由于市场供求原因导致蔬菜

价格增高。

(七)组织领导和价调基金功能弱化

近年来县蔬菜办由于机构改革等原因，名存实亡，基本上没有发挥作用。蔬菜价格调节基金形同虚设，功能尽失，完全由市场供求来调节蔬菜价格，从而导致我县蔬菜价格长期高于周边地区。

三、关于解决蔬菜价格偏高的几点建议

为有效地抑制住我县蔬菜价格偏高的现象，让广大消费者吃上质优价廉的放心蔬菜，我局建议采取以下措施进行解决。

(一)建设专业蔬菜批发市场

在县城区建设专业蔬菜批发市场，减少流通环节，批发市场要完善冷储保鲜分拣加工等基础设施，提升保质保鲜水平，降低损耗和门市租金成本，扩大仓储周转量，降低物流成本。建议市场选址在太吉、殷家沟等区域。

(二)支持扩大蔬菜种植规模，完善蔬菜生产设施

改善生产条件，增加蔬菜生产品种，适度生产反季节蔬菜，提高蔬菜自给率达70%左右。

一是提高全县蔬菜生产面积。全县蔬菜生产面积应不低于5000亩，其中以企业、农民专业合作社，农场主集中连片的生产面积应达到4000亩左右。政府在涉农资金扶持方面可以给予一定倾斜，以增加我县新的蔬菜基地，拉动蔬菜产业的发展。

二是把握政策，加大帮扶，提高现代化生产水平。把握国家、省、市涉农项目资金扶持方向，进一步加快已建和新建蔬菜基地建设，依托基地积极向上争取相关项目支持资金，建设滴灌、连动大棚等现代化种植设施，提升设施蔬菜的生产比重达50%左右。

市场调研实训总结范文6

“两港一城”建设热潮和城市化进程加快促进了我区房地产市场的蓬勃发展。目前房地产业在我区经济发展中具有重要地位和作用，房地产业直接税收占到总税收的15%左右，相关税收占到总税收的30%;如果加上契税收入，则占到36%。随着经济的发展和城市化进程的不断加快，房地产业对税收的支柱作用会更加明显。

近期，中央和市陆续出台了针对房地产市场的调控政策，对于受外部环境影响较敏感的房地产业来说，政策的调整无疑会影响房地产市场的发展。认清我区房地产市场现状，客观分析政策对房地产走势的影响，从而研究提出相应的对策建议，对保持我区房地产市场的持续健康发展，具有重要意义。

>一、我区房地产市场发展现状

今年1-6月，我区房地产业实现税收5亿元，同比增长85%;房地产开发投资完成37.3亿元，其中住宅投资完成23亿元;商品房施工面积489.9万平方米，销售100万平方米。今年以来，我区房地产业发展呈现以下特点:

1、房产投资保持较高增速

我区近年的大开发大建设态势和房地产市场的走热使得房产开发商对我区房地产市场前景纷纷看好。今年上半年我区房地产开发仍延续了去年以来的较快增长势头，1-6月，房地产开发平均增速为42.2%，具体走势见图一。其中，住宅建设在房地产开发投资中的地位突出，占到房地产开发全部投资的62%;商业营业用房今年开发增速也持续走高，2-6月累计增速分别为:2.6%、15.2%、84.5%、79.1%、1.9倍;办公楼开发投资也保持了10倍以上的增速。

2、房产销售势头回落明显

今年我区商品房销售面积和销售额的同比增速均呈逐月下降趋势，2-6月的增速走势见图二:

从商品房预售情况来看，回落趋势明显。1-6月全区预售3940套，总面积50、6万平方米;预售套数和面积数与去年同期相比分别降低了15、5%和15、4%。出于对宏观政策的观望心态，3月份我区商品房预售出现了一次明显下降，4月份仅售出474套，总面积6、5万平方米，与3月份相比均下降了44、3%。5月、6月继续维持了较低的预售水平，每月预售385套，总面积5万平方米左右。

3、房产平均价格持续走高

虽然今年年初开始，中央及市频频出台调控房地产市场的有关政策，但年后，房地产市场已进入快速上涨的新一轮行情，由于土地的稀缺性、百姓改善住房的实际需求支撑以及“跟涨不跟跌”的投资心理等因素影响，我区房价也呈持续走高的态势。

自年开始，我区房地产价格以年均20%以上的速度快速提升，房价在、年分别同比上涨20、5%、30%和42%。目前，我区新建商品房均价已达5590元每平方米，同比上升20%;存量房均价已达5000元每平方米，同比上升47%。

>二、近期房地产市场调控政策对我区房地产市场发展的影响

由于房地产价格持续上涨，房地产市场投机成份严重，中央将防范房地产风险作为今年宏观调控的重点，市也出台了多项有关政策，加强对房地产业的调控。中央和市的政策主要通过以下几方面来调控房市：

中央：

土地供应结构调整。^v^等七部委出台，规定各地要根据房地产市场变化情况，适时调整土地供应结构、供应方式及供应时间;对房价上涨过快的地方，适当提高居住用地在土地供应中的比例，着重增加中低价位普通商品住房和经济适用住房建设用地供应量;严控高档住房用地供应。

房贷利率调整。3月16日，央行出台了调整商业银行自营性个人住房信贷政策，规定对房价上涨过快城市或地区，可将个人住房贷款最低首付款比例由20%提高到30%，并实行住房贷款下限管理，将个人住房贷款利率下限水平由5、31%提高到6、12%。

房地产财税政策调整。国税总局、财政部、^v^联合发文，规定xx年6月1日后，个人将购买不足2年的住房对外销售的，全额征收营业税，同时规定凡在xx年6月1日以后购买非普通住房的，按3%全额征收契税。

房地产发展目标调整。xx年市工作报告>确立了“以居住为主、以市民消费为主、以普通商品住宅为主”的“三个为主”楼市调控原则。

市场调研实训总结范文7

经过ERP沙盘模拟实训之后，我不仅对ERP系统有了一个全新的认识，也对一个公司的流程有了全新的了解。在我看来，公司的成败不在于人事关系，而在于你对市场和产品的定位，投放广告的多少，有直接的联系。只要市场占有率高，业务增长低，占取市场老大的机遇多就有机会使自己的企业壮大并得到稳步发展。以最少的资金获取的市场和利润，我认为这是每个企业的生存法则！

对于我们组来说，前三年基本属于“幼童”类型，当时由于资金的困乏，市场份额较小，需要借助贷款来实现转型，只有这样我们才能提高市场的份额，投入较高的广告费，吸取订单，以此扩大销售来转变生产类型！由于我利用贷款，资金流入相对较多，在加上我们有足够的广告费和生产能力，所以拿的订单也相对较多，为了提高我们的市场占有率和业务增长率，我们把战略放在了投放广告上边，争取市场老大位置，在第四年和第五年我们成功的完成了转型，由“幼童”转变成了“明星”。因为两年的积累我们占有较高的市场份额，业务的增长率也相对降低，在第六年的时间里，我们又一次的得到了成功的转型，由“明星”转变“金牛”。当然，六年的经营，也不是一帆风顺的，他花去了我们的大量的时间和精力来完成，六年后让我知道了，ERP是一种理念，也是一种思想。

对所在模拟企业的整体经营进行总体评价，并提出改进措施 总体评价 改进措施经过六年的不懈努力，我们一组用自己的付出换来了相应的回报。在这六年的经营中，我们都曾笑过，也曾为此苦恼过，不管怎么样我们一路走过来了，我们凭的不是个人的优越，而是凭的我们集体力量，为此我感到欣慰！

在期间，我们真正有的其实只是一个赤裸裸的外壳，我在想如果运营第七年、第八年那有一个什么样结果，在我个

人看来这并不乐观。所以我们欠缺不是最为基本的基础技能，而是一个实实在在的战略眼光，为满足长远发展的一个长远计划。

当然，这可能使我们这一年代的大学生所固有的，对于这次的实习来说，我们虽然有了一定的基础技能和理论知识，但是如果真的我们在一家真正的公司上班，那么我们还能怎么做呢！

经过这次实习，我们的成绩是值得我们去欣慰的；我们的团结精神也是值得我们去注意的！我们必须改变我们的一个战略眼光，不管做ERP，还是其他都要有一个长远的计划。

市场调研实训总结范文8

企业销售商品的必要外部条件之一是该商品存在着市场需求。人们把具备这个条件的商品称为是适销对路的。只有存在市场需求，商品才能销售出去。某种商品的市场需求，是指一定范围的所有潜在顾客在一定时间内对于该商品有购买力的欲购数量。如果某种商品的市场需求确实存在，而且企业知道需要的顾客是谁，在哪里，就可以顺利地进行商品销售。通过今天的市场营销实训让我深深的明白：“怎样才能成为一个成功的营销人员”市场营销是一门综合性很强，灵活性很强的学科。可以使我们充分的挖掘自身的潜力。刚开始老师对今天的内容做了简单的介绍和全程的操作是我们对今天的学习内容产生了兴趣并有了一个整体的轮廓，并收集了相关的信息和资料。

开始了我选择了东北地区作为我的目标市场结合了3000万启动资金并进行了市场调查分析采用了问卷调查的手段，结合了该地区的人口特点对手机的供求市场进行总体的分析，对竞争进行分析，swot分析等，一切的营销都以营利为目的。现在我不是一个人，而是一个企业的领导者。销售策略对一个企业的生存有重要意义，通过定价策略，销售策略，产品策略。等控制企业的发展的强大。开始我就遇到很大的困难，由于企业的市场占有率低，是企业进入困境，我发现销售渠道的重要性，我选择开辟华东地区作为新的目标市场，并采取广告策略，但手机的生产成本较高没有做好预算导致企业再次陷入绝境。后来在同学的帮助下我结束这次训练，虽然错误连连，企业也没有盈利可是我总结了经验对下一次的训练做好了准备。

在第二次的模拟试验中，我防微杜渐，首先不再将公司的产品局限于低档产品而是生产高中档产品，利用广告效益增加市场份额，我注意抓住市场，发挥市场潜力。我发现一名经营者要做到准确的把握市场，制作优良的营销的方案，绝对的告别纸上谈兵，抓住经验，一个创业经营者要有一定的规划，如果盲目的生产或盲目的销售，只会适得其反。

- 1、在变化中进行决策，要求其决策者要有很强的能力，要有像企业家一样的洞察力、识别力和决断力。
- 2、注重市场调研，收集并分析大量的信息，只有这样才能在环境和市场的变化有很大不确实性的情况下做出正确的决策。
- 3、要从长远的观点来考虑如何有效地战胜竞争对手，利于不败之地。
- 4、既要制定较长期的战略规划，决定企业的发展方向和目标，又要有具体的市场营销计划，具体实施战略目标。
- 5、企业的营销不是一个人的事情，而是需要一个团队。发挥整体的力量。

以上就是我对营销实战的简要总结。

一周的实训虽然困哪重重，却让我受益匪浅，我深深的了解到每一个创业者的艰难，经历了巨大的压力和不懈的努力。要成功就必须有充足的准备。还要具有对市场的洞察力，创新意识和管理的才能，把握每一次机会。

市场调研实训总结范文9

第一，怎么在没有直接信息的情况下，通过前台电话找到合适的访谈对象：不是说你给前台说转技术部或者设备部或者采购部，人家就会给你转的；即便会转也会问你找哪位。可不要小看了这个前台了，如果她不配合的话，基本是完了。

第二，在找到要访谈的人的时候要约他，那么约人的时候语言怎么组织？就是以什么样的说辞能够让对方接受你的

访谈。我们的访谈对象是一些基层和中层管理者，这部分人中素质差别很多，有的人看重技术交流，有的人对你开出的礼品有兴趣，还有的人就是对什么都没兴趣，就以一个字忙，直接拒了。

第三，即使是找个理由约上人了，也不能保证去到地方人家不反悔，放鸽子。其实这样的情况还是有的；再退一步说，人家即使同意访谈了，真正谈的时候是不是会很好的配合。

明白了重点和难点后，经过自己的思考我是这样应对的：

第一，搜索信息我是主要以访谈行业业内人士介绍为主。譬如我们是找某个产品的用户，那么我可以去结识这个产品的销售人员。他们做销售的对市场用户的信息是最全的了。后来事实也证明这个途径是可行的，他们给我的信息里包括了公司名字，产品负责人（也就是我们要访谈的人）以及此人的联系方式，包括固话和手机；不过真正遇到这样一个人还是有些难度的。也可能是一大堆销售人员中，只有一个人愿意给你提供这样的信息，但是我想说的是，有这么一个人，已经足够了。一个出色的销售人员收集的数据足够我们一个项目使用的了。至于如何跟这样一个人处好关系，真诚就显的很重要的了。很多时候我们看到的一句话就是，你希望别人怎样待你，你就去怎样待别人。

除了销售人员介绍外，还可以让接受过访谈的人介绍。就是资源再利用。开始的时候我忽略了这一点，后来偶尔一次尝试了之后觉得效果很好，就记住它了。一般是在访谈后等他收到邮寄的礼品后，再请他推荐周围的朋友同行。

也试过通过前台找访谈的对象，遇到态度好的可以实话实说，不过绝大部分情况下都是另一种说辞，就是以对他们公司有利的身份去说。譬如我们访谈某产品设备，可以说对这个设备回访的，麻烦转接下相关人等。这不是欺骗，是工作需要的一种说辞，我称它是无奈的但是没有恶意的谎言。

第二，约人的时候也分情况。从第一声问好中，基本可以探出这个人的脾气或者说是好说话还是难相处。态度好的，可以直接说明意图；态度不好的可以换个说法，把对他个人和公司有利的地方阐述清楚。其实开始的时候，一般不是很明白访谈的目的，需要反复的去表达，可能开始的时候那人有不耐烦，等到你耐心说了几次后可能他就同意了。当然，没有拒绝也是很难的。这个也要坦然面对，能够保证大部分人能够接受就可以了。这里特别重要的一点时，讲话的时候一定要自信，要专业，要不温不火。

第三，反悔是会有有的。基本上约好了以后就不要再联系了。有的时候反而是联系的越多，结果更不好。约好后，准备去访谈之前再打个电话确认下时间地点。就可以。人和人需要距离，做事的时候也要注意。

就是这样的工作，我做了三个月，实习工作也得到了同事和老板人认同。后来因为自己想能够从事项目执行之外的其他工作，得不到老板的认同，而不得不辞了这份工作。

说经验吧，说起来也是一大堆，最重要的我觉得是下面几点：

市场调研实训总结范文10

>一、市场租金概况

现在颐高市场管理部已经没有商铺，只能向个人咨询转租，所以市场客服部人员不透露他们的租金是多少，庄姐所说250块一平米每月差不多，我们咨询过一家店铺老板从个人转租来是5000一个月，另外我电话了一有店铺要出租的个人提供的价格是4500一个月15平米。

>二、市场租赁方式

1、跟市场租的经营户

在高新的客户部了解到，跟市场租的客户一般租赁期限是两年，先交一万块，之后按季度交租金。

2、个人转租

存在部分个人转租的现象，市场默认但也不鼓励。

>三、商铺经营权抵押的可行性

1、存在的困难

据现在了解的状况，做商铺经营权质押的业务有很大难度。一方面，市场管理部不愿意做经营权的质押，认为这是不可以的。另一方面，如果商铺所有者颐高。团同意商铺经营权抵押的做法，愿意协助，客户的商铺经营权也不具有很大的典当价值，一季度付一次资金再加上一万块的押金没有很大的财产价值。

2、可行性操作

当然，我认为商铺经营权质押也有可操作性，因为其本身就是合规的一种业务，在义务也有先例。如果在颐高数码城开展此业务的话，首先要和商铺的所有人即颐高的高层进行协商，看是否能协助我们的业务开展。客户部的工作人员表示了从来没有做过商铺经营权抵押，杭州不能做这种业务的观点，我认为一方面是因为其只是普通职员，并不是所有者或高层，很多事没有决定权也没有必要去考虑；另一方面，他们不是很了解抵押质押方面的知识，说不定并不是真正的知道我们所提出的商铺经营权的概念，所以他们得出的结论也不够有保证。

如果解决了商铺所有者的协助问题，那么就要考虑客户商铺经营权的价值，我认为以其一个季度交一次租金来估算，我们应该能承受2万元以下的小额借款。

>四、宣传情况的

此次我们跑了三个数码市场，将我行宣传单发到了大部分商铺中。最后一家高新数码广场由于管理员提出不能在市场里发而及时停止，经过询问，公司可以在市场大门口摆放桌子，宣传费用要与16楼的招商部进行联系。另外电话咨询了颐高旗舰广场的广告费用，可以在其提供的固定的广告牌位中做我行的广告，费用是5000元一年，但是不可以在大门或其他地方放置我行的易拉宝等宣传物。

市场调研实训总结范文11

4月15号，我们班同学一起去了^^太原茂盛装饰材料市场^^.大家会合后开始了材料城的考察“旅程”。许多从来没有见过的各种各样不同的材料让我们大开了眼见。

首先说说壁纸吧。那些精美的壁纸给我留下了深刻的印象。一般的壁纸在300元左右，象植绒的就贵点在400多元。有些是三层植绒的，更富有变化的600多元，样式多不仅是巴洛克式的纹样，还有圆形与竖线的结合、曲线的等感觉简洁时尚现代。大副的色彩鲜艳的鱼群的壁纸，店主介绍用在酒店餐饮空间。还有金色古字画类我们看到了,我觉的此类很有市场。店主介绍说以上两者属档次高的。还有仿古欧洲浮雕及仿原木纹理的的壁纸，也很有感觉，价格属低档。

再说那些让人眼花缭乱的漂亮灯具。那些精美的大水晶灯，造型精致豪华标价1万多。有种很时尚的四方形的吸顶灯由水晶和镜面玻璃做的，很漂亮一两千元。相对而言有种吸顶灯也是方形的但便宜多了一百多元，有仿古气息。还有八百的那种欧式的吸顶灯也很漂亮记得小姨家就用的这种灯。各式漂亮的小吊灯让人目不暇接，同学都说：“这么好看，以后买那个好啊。”

在灯饰店有几种筒灯很美，里面是一层透明的格外边是一种稀沙布，布上有古文字样的、繁纹的，我想用在古典风格的家饰再好不过了。还有几盏仿古式的灯笼也很有感觉。由细木条和藤条缠绕做的灯，简直就是艺术品。灯具的标价都远远超过买价，有款吊灯标价350，店主说要的话170。

地板，最有感触的是怡林软木地板，地板上有斑驳的纹样正块地板像一副画。柏尔店的欧林圣德地板中，白色和灰色的水晶面地板，像地板砖似的，近观显得晶莹剔透，玲珑剔透。

以前画效果图的时候，自己标注的材料都不知道具体是什么样子的，这次真的大开眼界。原来樱桃木是这个样子的，白松那么好看，效果图上熟悉的名字柚木、檀木、杉木、胡桃木、水曲柳一一呈现，感觉自己材料知识是那么的贫乏，羞愧啊。

有一家店的地板特别的高亮，很漂亮，价格119，不知道真的铺在家里是什么效果。

门，有家经营金雨林品牌的店，里面都是烤漆实木门系列，价格有1200和，工艺大多是实木复合，老板介绍说这种工艺保持了天然实木的诸多优点，又避免了实木容易变形开裂的缺点。金雨林木门的门扇核心采用优质烘干的白松，因为白松密度小含水率容易控制，可以避免因含水率超标而导致的成品门开裂、变形。中间部分为5mm环保e1级厚中密度板，表面为进口实木单板。有一款造型简洁只有几条竖线，老板说有不少人订做。还有一款黑色的烤漆的上面有大小不等的坑和一款红色烤漆上面突出的小方形给人特厚实的感觉。烤漆钢木门，经济便宜700元左右，也很漂亮，有亮感，就是不能碰，一碰就完拉。老板说她计划经营钢木门，毕竟有钱的不是太多。门上要安铜合叶因为铜合叶无声。

地毯和地板阁。1米来的地毯100多元，有款1米5乘3米的800多元深蓝色的很漂亮。

最后，我们去了一家买雅士利涂料立邦漆店，因为以前陈老师问过我，他们家在一楼比较阴暗用什么颜色的涂料，所以决定进去看看。进去就傻拉，店主拿出颜色表，颜色差别太微妙了都不知道选什么好。还有也不知道面积有多少。

更多 总结范文 请访问 <https://xiaorob.com/zongjie/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发