

营销导向的市场调查

课程大纲

培训目标：

提升受训学员对市场营销的基本元素的认知，掌握从产品、价格、分销、促销等四个方面如何进行市场调查的方法和技巧，了解市场调查问卷的设计规则，在此基础上设计调查表。

培训时间：半天（3小时）

第一部分：了解营销的基本元素

案例分享：宝洁公司的产品线规划

营销中的产品要素的规划细则

案例分享：环球影城的产品规划

案例分享：淘宝网的定价创新

如何理解营销中的价格规划设计

案例分享：互联网+时代的营销渠道

销售渠道设计的方法和策略

案例分享：迪斯尼服务策略

案例分享：互联网+时代的广宣设计

营销中的促销及服务策略设计

小组研讨：我们在市场调研中应该获取的信息

第二部分：市场调研设计基础知识

调研对象分析

样本量选择与分析

市场调研的表格设计规范

市场调研的题型设计要点

市场调研中的题型组合要点

市场调研问卷的逻辑分析

如何进行市场调研问卷的初次测试

如何进行问卷的修改

市场调研的形式选择

第三部分：市场调研问卷现场设计演练

针对同业的市场调查问卷设计

市场调查问卷设计分析

针对团体消费者（学校）的市场调研问卷设计

问卷展示及点评

针对个体消费者（家长）的市场调研问卷设计

问卷展示及点评

结训分享及行动计划

