**如何开展市场调研**

**How to Conduct Market Research**

**Duration: 2 Days**

**Price: 5180 Yuan**

**课程意义：**

收集的信息能支持老板的决策吗？你如何判别收集的信息是否有效？调研有哪些方式？可以从哪些途径获得信息？如何有效设计问卷？通过对这些问题的讨论，让参加者掌握开展市场调研工作的思路、步骤和方法。

通过本课程的学习，公司既可以独立进行一些简单的调研，从而减少成本，又可以把握外部公司调研的准确性。

**参加对象：**

\* 市场调研服务的选择者和使用者

\* 偶尔做一些小型调研的营销人员

**内容大纲：**

**1. 市场调研的概念和意义**

\* 市场调研的概念

\* 特点和意义

**2. 调研目标和问题的界定**

\* 从管理问题到需要收集和分析的信息

\* 界定问题的原则和思路

\* 调研贯穿产品的整个生命周期

**3. 制定调研计划**

\* 调研目的和信息缺口

\* 资料收集和来源

\* 调研方法及其特点

\* 定性调研的特点和应用

\* 定量调研的抽样原则和问卷设计

\* 统计分析和调研总结要求

\* 调研预算和时间表

**4. 执行调研项目**

\* 企业内部市场调查部门的设置

\* 企业外部市场调查组织的类型和选择原则

\* 项目执行的流程和质量管理

**5. 调研报告撰写和决策路径**

\* 调研报告的结构和撰写要求

\* 各种数据和图标的呈现

\* 市场调研和营销决策路径

**Program Outline：**

**1. Concept and importance**

\* Definition of market research

\* Feature and importance

**2. Objectives identification**

\* From management dilemma to information to be collected and analyzed

\* Principles of problem definition

\* Market research is in line with product life cycle

**3. Research planning**

\* Objective and information gap

\* Information collection and source

\* Research methods and the features

\* Quantitative research features and application

\* Principals of sampling and questionnaire design

\* Analysis and conclusion requirements

\* Budget and timing

**4. Research project implementation**

\* Set-up of in-house research department

\* Types and selection criteria of external research organization

\* Project process and quality control

**5. Research reporting and decision making path**

\* Report compiling structure and principles

\* Presentation of data and charts

\* Market research and marketing decision making path