

超市调研报告怎么写 5 篇

超市调研报告怎么写（篇 1）

卖场是超市的主要组成部分，卖场布局本身就具有较强的促销功能。其考虑的基本点是：把进入超市的顾客群看作是消费流，把卖场布局看作以出入口连接的消费通道。卖场的活力取决于卖场的设计以及商品布局陈列，商品的表现，色彩的组合，灯光，设备的合理配置及恰当的使用。最佳的卖场布局是科学组织消费通道，使消费流合理流动，促进消费的实现。我们小组这次考察的是校园内的江苏省教育超市。超市面积比较小，由于面向的消费群体是学生，所以经营的种类比较少，主要有日常生活用品，零食，饮料，水果，文体等。超市内的商品陈列主要采用的是货架、堆头、柜台陈列，一般的小件商品都是采用货架陈列，一些零碎的商品，搞促销的商品采用的是堆头陈列，而比较贵重一点的商品采用的则是柜台陈列。对于一些零碎的、价格比较便宜的的商品一般都是采用堆头式的凌乱摆放，如零食、纸巾、饮料等，带给顾客一种零距离、物美价廉的感觉。而对于一些日用品等采用的就是整齐式的悬挂摆放，如牙膏牙刷、洗发露、口罩、袜子等，给顾客带来一种干净整洁、清爽宜人的感觉。另外，我们超市经常搞促销活动，最常用的方式是一一商品组合。即相关产品捆绑式促销，如瓶装洗发露和袋装洗发露绑在一起出售，大瓶装

饮料和一些漂亮的杯子绑在一起，把关联的商品组合在一起，充分利用灯光、特价商品堆位等有机的组合，把整个卖场的气氛营造得非常浓郁，让顾客一进入店内便有一种购买的冲动，增加顾客购买时的实惠感，同时也促进了销售量的增加。

卖场布局 and 商品陈列改进建议：

卖场布局：首先，要让消费者容易进入，并尽可能久留。到超市购物的消费者中，大部分属于随机购买和冲动购买，因此商品丰富、展示新颖、方便快捷，使消费者进卖场看得到看得多至关重要，可在卖场中放置显著的促销区、展示区，创造性地发挥商品展示特色，并尽可能排除购物所遇到的障碍。其次，特色鲜明，环境舒适，光线整洁明亮。另一方面，人类从心理上对环境就有空间距离感要求，卖场内过度密集的货物摆放会给人的心理带来压迫感，这样的心理使人想迅速离开，是不利于提升销售的。进行区域功能划分，调整区域密集度。

商品陈列：

（1）根据分区定位原则。要求每一类、每一项商品都必须有一个相对固定的陈列位置，商品一经配置后，就很少变动。这是为了使商品陈列标准化，便于消费者选购商品。

（2）易见易取。易见是指商品陈列要容易让顾客看见，一般来说，应以水平视线下方 20 度为中心的上 10 度、下 20 度范围

内；易取就是要使商品陈列容易让顾客触摸、拿取和挑选。卖场出售的大部分商品都是包装商品，包装物上都附有产品说明，如果消费者稍微看不清楚，就不会引起顾客的注意，消费者看不清楚什么商品在什么位置是陈列的大忌。

（3）变化性陈列。卖场中的变化性陈列通常用来做特卖商品的陈列或某种活动的陈列，时间一般只有 3~5 天左右。

（4）先进先出。当商品上架后，随着不断销售，就要进行商品的陈列补充，先把原有的商品取出来，然后放入补充的新商品，再在该商品前面陈列原有的商品，即商品的补充是从后面而不是前面开始的。先进先出原则是保持商品品质和提高商品周转率的重要控制手段。

（5）满货架陈列。货架上的商品必须经常、充分地放满陈列，如果货架常常空缺，说明卖场售货区有效的陈列空间被白白浪费了。

（6）关联性。卖场中的商品陈列，非常强调商品之间的关联性，这就要求把分类不同但有互补作用的商品陈列在一起，从而促进关联商品的销售。例如，毛巾和洗面奶、牙膏和牙刷、方便面和火腿肠、牛奶和面包等。

（7）同类商品垂直陈列。在实际运作中，卖场货架上同类的不同品种商品要做到垂直陈列，而避免横式陈列。一方面，是为

了方便顾客，因为，人的视线上下移动方便，左右移动稍慢。另一方面，使得同类商品平均享受到货架上各个不同段位的销售利益。

超市调研报告怎么写（篇2）

第一部分调查的主要说明

一、调查项目背景

全球第一家的超级市场诞生在 1930 年 8 月的美国。而在我国发展却只有 10 多年，特别是近几年来更是进入快速发展和成熟期。现对大沥镇这个小范围(合并后的大沥镇包括黄岐、盐步、大沥)，到处都有大型超市，单是大沥区就曾经有超过 6 家的超市同时并存的局面：新一佳，信和，__，好好多，好又多，康诚……等等，而且__在本区还有两间分店。换个角度，从单个__超市分析，就大沥区与__竞争的对手就有好几个。且我们面对的竞争的对手不只是大小型超市，还有便利店、小卖部，各大小商店及肉菜市场等。

二、企业现状简介

__超级市场自 90 年代末在大沥区图强路开设首家店以来，近几年又陆续在本区开设 2 家新店（一间在城南，一间在凤凰酒家对面，国道旁边），每间__超市 80 多个员工，60 多个促销员！总共就有 500 多人，经营品种过万。

—有自己的经营特色。博采众长，中西合璧；经营方式多样化。产品多样化，商品本土化（因为我区有各式的批发市场）

但是作为新生企业，在企业的经营管理、物流管理、人力资源管理、企业文化管理等方面还存在很多问题，再加上近年的几大超市的凶猛的价格战，以及这几年出现的恶性流感，如 h5n1，猪链球菌，沙士等，还有越来越多的劣质产品的冲击，改善原有的营销管理方案以及提高企业服务质量是很有必要的。

三、调查目的

本调查项目目的在于了解本区各年龄阶层的消费习惯和消费观念，以及对该企业存在的经营和管理上的问题，使管理者能够做出更好的策略方案，提高市场竞争力。

四、调查范围与方法

（一）抽样范围

本次调查针对本区各年龄人口，被调查的对象主要为我身边的朋友，家庭，同事，村民等进行调查。

（二）抽样方式

消费者问卷调查采取了简单随机抽样方式。

（三）调查方法

消费者问卷采取了留置问卷、个别访谈的调查方式。

五、调查内容

了解大沥区人民的消费习惯和消费观念，掌握消费者对__超市的在环境卫生、商场内部布局、服务、产品种类等各方面的评价。

六、调查表

略

第二部分__超市市场营销环境调查报告

一、调查结果分析

（一）消费者基本情况

调查结果表明，88.75%的调查对象都去过__超级市场。表明去过__超市的 71 个对象中，会员仅占了不到十分之一的比例。无论调查对象的可自由支配的金额在哪个层次，90.4%的人每次去超市的消费额都在 20—100 元之间。

（二）消费者的购买力与购买水平

在被调查的对象中，有 67.7%的对象的自由支配的金额在 200 到 300 元之间，消费额以及消费结构表明，大部分调查对象的消费水平处于中等的消费水平。有 27%的人到超市是去购买食品，而有 46.6%消费者是为了购买日用品与个人护理品。

（三）消费者购物行为情况

1、影响消费者选择超市的因素

在众多的因素中，地理位置占 67.1%，价格占 50.7%，而环境

卫生占 41.1%。说明当消费者选择超市的时候，更注重的是地理位置和价格因素，交通方便，价格优惠是消费者所希望的。其次超级市场的环境卫生也是影响消费者对起选择的重要因素。而在我们的对象当中，45.2%认为影响他们选择在__购物最重要的因素是地理位置，而认为商品价格低和超市环境好的就各占 27.7%。例如__相对与调查的对象而言，交通十分方便（__的一间分店在城南市场附近，附近有学校 2 间，老师宿舍，住宅小区，还有好几个村庄），价格和环境卫生并不是影响调查对象选择超市的最主要因素。

2、资料显示，促销活动对于调查对象是比较有效的手段，13.7%的消费者会因促销而去__，有 47.9%的消费者认为他们有时候会去，32.9%认为促销活动对他们一点用也没有。

3、有三分之二的消费者是通过朋友介绍认识__的，而广告对__的推广作用只是占很少的一部分。

4、46.6%的对象去__主要购买的是粮油杂货，购买个人护理类的占 26.8%，说明商场更注重食品、个人护理产品的品牌、种类及数量。近 92.5%的对象是会在超市购买熟食的，近 70%的人认为__的熟食存在品种少、不够新鲜、味道不好等问题（注：我就曾经买到过变味的食物）。

（四）购物状况评价

根据调查结果显示，有 63.0%的对象认为__能满足他们的主要购物要求，他们主要在商场购买的商品为食品以及日用品。

1、有 57.5%的对象最偏好的超市是__，而有 39%的对象偏好的是信和，所以__最大的竞争对手是信和，因为信和有着更先进的管理、悠久的历史企业文化，以及优秀的服务，而且在商品价格上有着相对的优势。

2、在我们的抽查总体中，12.8%的人是__的会员，而有 39.7%的人不知道有会员制，30.3%的人对会员制度是不满的，他们认为会员制度带有歧视性，对大众不公平。

3、对于__的内部布局，有 61.6%消费者是不满意的，首先，比较注重卫生的食品类与日用品、化妆品等没有明显的分隔，是给他们带来极大的不方便；而超市内的商品的摆放方面也存在很大的问题，只有 5.5%的消费者认为商品摆放合理；而有 30%的人觉得摆放不合理，不方便他们的选购；更有一部分消费者提出超市内部象迷宫，没有明显的导向指示牌，给他们带来不便。

4、对于服务的评价，65.8%的人对于__的评价是一般，他们觉得__的服务员的总体素质较低，尚存在缺陷；有 23.3%的人对__的服务是满意的；其余人对服务很不满意。（见表）他们不满的方面有收银员的服务态度差和速度慢，甚至结帐时候算错；以及保安的服务态度差，对顾客不甚友好。对于售后服务，有 54.8%的消

费者不知道售后服务；而对售后服务好评的只有 1.3%；34.2%的人认为售后服务一般；8.2%的人觉得它不好。对于购物后检查购物单的行为，有 42.8%的人认为它是麻烦的，耽误顾客的时间，同时有 18.2%的人对检查单据是反感的，认为超市不信任顾客（注：曾经就有外地人投诉这种方式存在着歧视），其余的人表示可以原谅，这样方便超市的管理。

5、对于__的环境方面，有 41.1%的人认为__的环境卫生很好、很干净；有 52.1%的人没有留意。表明__在环境卫生方面做得不错。同时，对于商场内播放的音乐，有 56.4%的人认为__应该播放一些悠扬动听的音乐，让他们更舒畅地购物；而有的人则认为播放产品相关信息和促销信息则会比较好。

6、有 72.6%的对象希望定期地得到__的无偿的商品的特价信息，这在一定程度上反映实惠依然是消费者最为关注的。很多被调查者认为__的特价商品较少，且很大部分只是给予会员，而非特价的商品价格在总体上较竞争对手没什么明显优势。

二、经营有利条件及风险

从上述情况我们可以看到，__有许多有利的条件和机遇，因此也面临很多风险和挑战。

1、超市的有利条件

对于我的调查对象，__相对于这附近的其他超市来说，地理

位置优越；商品在价格上有一定的优势；在环境方面，__也有很大的优势；而就城南的__分店而言，这一带的人口密度较大。

2、企业的风险

在城南一带，除了__以外还有新一佳、各种小商品市场，巴黎春天步行街等超市和大大小小的商场以及高档物品专场店；而且，__是新生的企业，在经营管理上还存在一定的劣势。

第三部分对__超市经营的几点建议

（一）在服务方面上，首先，应该开设培训课程，对服务员形象及服务操作方面进行培训，提高服务员的素质，要求员工真正地做到“顾客就是上帝”。

（二）在商场的内部结构方面，卖场之间的连结是十分重要的，所以在显眼的位置应多设置指示牌，方便人民选购物品；科学合理地摆放商品，更加方便顾客选购不同的商品。

（三）在__的宣传方面，采用了公共汽车的接送服务，这样可以考虑再添加广告宣传车，在各大学校，小区等发传单、派发特价单等方法。

（四）对部分必需品的价格做一些适当的调整，薄利多销以吸引更多的消费者。

（五）设立消费者服务投诉点，以及投诉电话，在人员方面应挑选店内挑选具经验及有职权人士担当；投诉处理要迅速；投

诉案例要详细记录。

（六）要保证超市内的食品（包括熟食和水果）的新鲜，增加熟食的种类和改善熟食的口感。

（七）场内部分的商品只有捆绑式的销售，令有些顾客本想购买，但最终还是放弃购买，所以建议把捆绑的商品拆散零售，提高超市的销售额。

（八）很多顾客对会员制度不满意，应考虑取消或者改变制度的优惠政策。

总之，作为本区规模最大、集散程度最高的超市，不仅需要齐全的的商品，很先进的物流水平，还应有良好的服务设施，优秀的服务质量，很高的商业信誉和便利的交通条件等。这些都要通过周边经济环境的发展需要、建设条件以及超市全体员工的长期努力才能取得。从过去商品的供不应求到现在的琳琅满目，从供销社的购物模式到超级市场的购物形式，其中经历了多少的变革我们不再去追究，我们也没有必要去考察。我们只要知道在现在这个竞争日趋激烈的环境中，超市如何可以吸引更多的消费者，为消费者提供更多的需求满足，使自己达到最大的利益。

超市调研报告怎么写（篇3）

20__年的暑期，本人回家应聘了加多宝凉茶的促销。在为期一个月的实践中，学到了超市的管理与运营。得到了锻炼又学到

了课本之外的知识，增长了自己的见识。我们也用自己辛勤的劳动为北京华联超市尽了自己微薄之力。在第一次面试培训中，还算顺利的通过，但是收获之一：态度一定要端正，在第一次的面试中时间性非常重要。以下就是我工作的每日安排和实践总结。

一、华联超市概况

北京华联综合超市股份有限公司为北京华联集团下属上市公司，是一家全国性扩张的超市连锁企业，主营大型综合连锁超市和生鲜超市，在全国 19 个省市均拥有店面，向顾客提供物美价廉，品质优良的生鲜、食品、百货等民生必需品，经营品项达六万多种。生鲜业务作为经营的核心，公司建立了生鲜商品基地及生鲜加工配送中心，直接采购上柜，保证了生鲜商品价格低廉、新鲜美味。公司还建立了全国连锁超市的网络信息系统，实现全国门店销售数据的实时通讯，为加强预测及正确决策提供保障。

在我省(青海省)西宁市长江店，为 **BHG**生活超市，经营品项上万余种，**BHG**生活超市拥有生鲜商品基地及生鲜加工配送中心，直接采购上柜，保证质量。

二、每日工作

每天我的上班时间为 10:00—19:00，工作主要就是做好加多宝凉茶的上货及销量，另外协助超市里其它员工上货。上货的原则就是“先进先出”，这样保持超市里物品的不过期。还要定期

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/257104033013006156>