关于调研工作的方案(通用 8 篇)

关于调研工作的方案篇 1

一、调查目的：为了抓住产品市场的脉搏，把企业的各种优点(理念、企业文化、优质产品等)与社会各界沟通，让策划的行动被所有的人所了解同时感动所有的人，使以后策划的行动得以顺利进行。

二、调查日期：

1、主要调查：9 月 1 日一 9 月 15 日，

2、次要调查：9 月 16 日一 11 月 30 日，我们要进行为期 7 天的市场调查预备工作，60 天的市场调研，确保万无一失

三、调查资料：

1、主要调查资料：运用便利抽样以及配额抽样法，调查清楚以下几个主要问题：

(1)您是否明白“今越糖可营养片”这一传统品牌?

(2)“今越糖可营养片”最受欢迎的功能和服务诚诺是什么?

(3)“今越糖可营养片“的消费心理价格订在多少适宜?18 元、28 元、40 元。

(4)您对”今越糖可营养片“最喜欢和担心的是什么?

(5)您的消费心理是什么?有何购买习惯?

(6)“今越糖可营养片”的独特卖点是什么?

(7)“今越糖可营养片”的包装是否受欢迎?

2、次要调查资料：(用观察、分析法)

(1)、用户的特点调查：人口，规模，分布，构成，变动状况，城市，农村，主要用户，次要用户，地址，电话。

(2)、影响用户因素：购买力大小，社会风俗，习惯，文化水平，民族特点，购买特点购买什么样的产品。

(3)、用户的需要调查：现实需要，潜在需要，意识到但未及时购买，未意识到但以后会购买，不购买。

(4)、产品在销售区是独家不是多家，产品是否满足；诺不满足原因是什么；产品畅销还是贷销原因。

(5)、产品处于生命周期中那一阶段，是否有妖折危机感。

(6)、价格在市场上有无竞争力?用户对价格反映?市场中价格优况对哪些产品有利?对哪些产品不利?哪些产品好买?哪些代销?价格波动有多大发展趋势如何。

(6)、企业销售量是否适应环境需求，现有渠道是否合理?如何扩大销售渠道减少中间环节?如何正确选取广告媒体，广告效果如何?营销组合策略是否妥当效果如何。

(8)、竞争环境笮样，竞争的`力量，竞争结构与规划，竞争资料与手段对手基本状况。

四、调查地点各地市场、经销商、经销点、商店

五、进程对策

(1)9 月 1 日一 9 月 3 日，设计主要调查问卷、调查表，策划经理负责安排，设计师主办。

(2)9 月 1 日一 9 月 2 日，用文案调查法，进行与营销部沟通，说明调查原因和重要性，友好地与其配合搞好营销工作，共同提高销售，索取营销部门汇编

的市场资料(客户订货单、销售额、销售分布、销售损益表、库存状况、产品成本等)进行调查登记，策划经理负责安排，策划主管主办。

(3)9 月 3 日一 9 月 4 日，用观察法，直接到市场、经销商、经销点、商店观察、拍数码照片、行为记录调查。)作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

(4)9 月 3 日一 9 月 10 日，用访问法，直接到经销商、经销点、商店、中老年用户进行面谈访问，填调查表，调查问卷，作好工作日记，策划经理负责安排，策划主管主办。

六、问卷调查卡中能够加入这样一些问题：

1. 您是从哪里得知这一消息?()

2. 您是否听说过我们的新产品“____”?()

3. 您是否有过___病史?()

4. 您亲戚朋友是否有过___病史?()

5. 您是否期望尽快得到治疗?()

6. 您是否期望帮忙亲戚朋友尽快得到治疗?();

7. 您对送礼送健康是否也有认同感?();

8. 您愿意购买我们的“今越糖可营养片”吗?();

9. 您的其他感想是什么_____。

请你留下患者的具体名字_____，年龄_____，地址_____，电话_____，以备日后我们赠予礼品和跟踪治疗。

谢谢你的参与，我们十分感激，请留下你的姓名_____，地址_____，电话_____，我们日后将不定期对你进行赠予礼品或惊喜。

关于调研工作的方案篇 2

摘要：

飘香缘过桥米线店在石家庄经济学院华信学院 2 号食堂三楼，于____年 10 月份正式营业，并对其质量、价格、环境、服务、受欢迎状况和销售状况进行调查研究总结。

调查目的：

我校 2 号食堂三楼的飘香缘米线，过桥米线作为具有民族特色的小吃，一向以来都受到大家的欢迎，但在我校食堂竞争日益加剧的这天，飘香缘米线的客流量不够理想，为了找到其中的原因，我就此问题展开市场调查。期望透过本次调查，提出一些合理化推荐，增加客流量，提高经济效益。

调查时间：

____年 11 月 9—____年 11 月 17

调查的方法和结果：

本次调查主要采用了应对面访问的调查法，辅助以个人观察和访问法。调查问卷自制而成，采用了随机抽样法对在餐厅就餐的学生进行的调查。

问卷方面共发放 100 份，回收 100 份，有效问卷为 95 份，回收率与有效率都为 95%。并对一些吃过的同学，进行过一些谈话式的访问。

大学生群体对于食堂就餐，饭菜种类少、环境差、价格不合理等有很多问题，由于学校外面也有很多小餐馆而且有送餐业务，跟校食堂竞争很大。

这种现状如果任其发展的话，势必会阻碍正常运行，为了解飘香缘米线店服务整体状况，进一步提高工作质量，营造和谐的就餐环境和改善大家的生活条件，使本店得到更好的销量和经济效益。

关于调研工作的方案篇 3

(一)调研背景

近年来，宝洁公司凭借其强大的品牌运作能力以及资金实力，在洗发水市场牢牢地坐稳了第一把交椅。但是随着竞争加剧，局势慢慢起了变化，联合利华强势跟进，夏士莲、力士等多个洗发水品牌从宝洁手中夺走了不少消费者。花王旗下品牌奥妮和舒蕾占据了中端市场，而低端的市场则归属了拉芳、亮庄、蒂花之秀、好迪等后起之秀。至此，中国洗发水行业呈现了一个典型的金字塔型品牌格局。通过市场细分，西安杨森于推出了采乐，在药品和洗发水两个行业找到了一个交叉点。为了提高其在全国重点城市中的占有率，并为其今后的营销发展计划提供科学的依据，六人行市场调查公司将在全国范围的重点城市进行一次专项市场营销调查。

(二)调研目的

本次市场调研工作的主要目标是：

1、分析采乐洗发水的前期营销计划(包括其销售渠道、媒体投放、产品终端和产品情况)以及消费者的产品期望，明确其自身的优势和劣势，以及面临的机会和威胁。

2、了解消费者对去屑洗发药的认知，探察对去屑洗发药的接受程度。

3、了解产品的知名度以及美誉度，确定今后营销计划的重点。

(三)调研内容

根据上述调研目的，我们确定本次调研的内容主要包括：

1、针对其营销计划进行全面的分析，从而为其今后的营销计划提供科学的依据。本部分所需要的主要信息点是：

(1)消费者对于采乐洗发药的使用情况——是否用过，满意度，以及认为产品的哪方面更加吸引消费者。

(2)对采乐在前期营销计划情况的了解——怎样知道采乐的，通过什么渠道购买到采乐的，是否遇到买不到采乐的情况，使用采乐过后的感觉，以及认为可以在产品上改进的地方。

(3)消费者对于去头屑这方面的认知。

2、了解消费者的观念，以及对采乐前期推广的深入程度做一个调查。

3、对产品前期的销售宣传做一个调查，主要须掌握的信息点有：

(1)对于采乐的了解程度——是否知道以及是否使用过。

(2)对于采乐印象的评价(五分法)

此外，我们还将收集包括消费者的年龄、性别、收入、职业，以及包括消费者的发质在内的背景资料以备统计分析之用。

(四)目标被访者定义

因本次调查是针对其前期的营销计划实施情况的一个效果回馈，我们在样本定义时遵循以下原则：一是样本要有广泛的代表性，以期能够基本反映消费者对采乐洗发药的看法，以及能反映采乐前期营销计划的实施情况；二是样本要有针对性。由于采乐属于日用品，而且它主要是针对有头屑的人，还有它的价格也较高，所以就需要有一定的购买和支付能力。因此此次调查主要是针对有使用经验的人，主要在全国的重点城市做调查。

基于以上原则，我们建议采用如下标准甄选目标被访者：

1、20—45 周岁的城市居民。

2、本人及亲属不在相应的单位工作(如市场调查公司、广告公司以及洗发水行业等)。

3、在过去的六个月内未接受或参加过任何形式的相关市场营销调研。

(五)数据收集方法

关于调研工作的方案篇 4

一、 背景：

第一，学生人数多，用餐时间比较一致，学校食堂同时容纳就餐人数有限，造成就餐拥挤，排队等候时间较长等一系列问题。

第二，食堂开放时间有限，不能满足广大学生由于特殊原因造成的推迟就餐的要求。

第三，校外饭店纷纷推出外卖服务，越来越受到广大学生的青睐。

二、 调查目的：

通过本次调查，了解以下主要内容，达到以下目的：

(一) 了解外卖在大学生心中的需求程度，消费观点及习惯;

(二) 把握校外饭店外卖服务的常规宣传方式与促销方式;

(三) 分析大学生消费者对外卖的消费行为与消费特点;

(四) 统计资料，预测外卖市场容量及潜力。

三、 调查内容：

（一）外卖市场环境调查

1、外卖市场的容量及发展潜力；

2、学院不同年级对外卖的消费状况；

3、学校教学、生活环境对该行业发展的影响。

（二）消费者调查

1、 消费者的消费心理(偏爱、经济、便利等)

2、 对外卖产品的了解程度(品种、口味、价格等)

3、 消费者的忠诚度

4、 消费者消费能力、消费层次及消费比例的统计

5、 消费者理想的外卖服务描述

（三）商家调查

1、 主要客户群

2、 广告策略

3、 商家对现有外卖服务的描述

四、 调研对象及抽样方法

调研对象：湖南人文科技学院全体学生，提供外卖服务的校外饭店。

抽样方法：为确保样品的代表性、合理性及样本的精确程度，同时考虑到时间、人力、物力及消费者的经济状况等因素，调查是采用重点调查以及分层随机抽样的方法。

五、 调查员的要求及组成人员

(一)人员要求

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、积极的工作精神。

4、 访员要把握谈话气氛的能力。

(二)人员

唐叶梅、晏兰辉、曾艳花

六、 市场调查方法

消费者以问卷调查为主，访谈为辅;对商家以访谈为主，具体实施方法如下:

完成市场调查问卷的设计与制作以及调查人员的安排等相关工作后,就可以开展具体的问卷调查了。把调查问卷平均分发到各调查人员手中，最好选在就餐时间后，学生比较空闲的时候。由于学生在宿舍中时比较集中，节约时间，便于调查,对于要重点调查的对象所在的宿舍进行走访调查。进入宿舍时要说明来意，以确保被调查者积极参与、得到正确有效的调查结果。调查过程中，调查员应耐心等待，切不可督促。调查员可以在当时收回问卷，也可以第二天收回（这有力于被调查者充分考虑，得出更真实有效的结果）。

在完成市场调查访谈提纲以及访谈人员的安排等相关工作后，就可以开展具体的访谈了。在非就餐时间，对饭店管理者及服务人员进行访谈。

七、 调查规模

预计发放 200 份调查问卷，访谈 20 个学生、6 个商家。

八、 工作内容、时间及人员安排

（一）调查策划讨论及其撰写：4 月 25 日——5 月 5 日，集体讨论，曾艳花负责撰写

（二）设计问卷及访谈提纲：5 月 4 日——5 月 5 日，晏兰辉负责，其他人员辅助

（三）发放问卷：5 月 9 日——5 月 11 日，全体参与，唐叶梅负责

（四）访谈：5 月 14 日，全体参与，晏兰辉负责

（五）统计问卷、总结访谈：5 月 15 日——5 月 20 日，全体参与，曾艳花负责

（六）撰写调查报告：5 月 21 日——5 月 25 日，集体讨论，唐叶梅负责撰写

九、 经费预算

打印费：策划书 1 元

问卷 30 元

访谈提纲 0.3 元

调查报告 1 元

合计： 32.3 元

十、附录：

调查问卷

访谈提纲

关于调研工作的方案篇 5

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/857123032131006062