



为了更好地满足企业的需求，方舟公司提供定制化的培训课程，依据企业业务、听课者的不同，度身定作课程内容，并与企业方研讨年度调研计划及专题解决方案。

以下为近期为某跨国公司培训的课程内容：

第一部分、相互熟悉

- 一、讲师自我介绍
- 二、课程介绍
 - 1、课程目的
 - 2、听众收获
 - 3、时间安排

第二部分、市场研究应用概况

- 一、市场研究行业发展概况
 - 1、中外市场研究行业比较
 - 2、市场研究公司的分类及操作流程
- 二、企业决策、营销理论与市场研究的关系
 - 1、企业通常提出的问题
 - 2、市场研究提供的服务（“What can research company do? What can not they do?”）
- 三、企业调研规划
 - 1、为什么要进行市场调研
 - 2、营销计划各阶段所需要进行的市場研究
 - 3、主要搜集的市場信息
 - 4、如何选择市场研究公司（委托专业的市场研究公司）
 - 5、怎样撰写调研需求说明，举例练习（“How to write a research brief”）
- 四、常用研究模块介绍
 - 1、消费者 U&A
 - 2、品牌研究
 - 3、概念测试，产品/服务测试
 - 4、顾客满意度研究
 - 5、渠道研究
 - 6、其它研究模块（广告研究、商圈研究、零售研究等）

第三部分、研究方法

一、市场信息

- 1、信息分类
- 2、收集方法

二、研究方法介绍

- 1、定性与定量的关系
- 2、研究方法列举
 - a、定性研究
 - 主要形式（座谈会、深访）
 - 座谈会与深访的比较、选择
 - 其它形式（观察法、德尔菲法）
 - b、定量研究
 - 主要形式（入户访问、电话访问、定点街访）
 - 三种定量访问形式的比较、选择
(优缺点、成本、成功率、注意事项)
 - 其它形式（邮寄、网上调查）

三、避免调研方案的设计误区

第四部分、问卷设计与研究结果分析

一、问卷与问题

- 1、各部分内容结构、举例呈现
- 2、常用的题目形式（封闭题、开放题、半开放题）
- 3、应用差异

二、问卷设计原则与技巧

- 1、如何实现研究目的
- 2、如何能让被访者真实、轻松、合作地表达
- 3、如何协助访问员正确、顺利完成访问
- 4、如何保证数据的处理简便、有效

三、研究结果的分析（“report reading needed”）

- 1、研究报告结构
- 2、分析思路（结构化、对比、定性解释定量）
- 3、图表、样本量、误差

第五部分、实地操作和质量控制

一、项目执行流程

- 1、座谈会
- 2、入户访问
- 3、电话访问
- 4、街访
- 5、其它（深访、零售稽核等）

二、质量控制方法

- 1、误差的种类和来源
- 2、项目设计阶段的控制
- 3、访问执行阶段的控制
 - 培训
 - 执行
 - 复核
- 4、数据处理阶段的控制

第六部分、综合案例

一、了解调研目的、内容、方法、结果之间的关系，分析方案设计的合理性

案例：×× 进入中国市场

二、了解企业发展不同发展阶段的调研规划，掌握主要研究模块针对营销目标的应用

案例：××公司的市场发展与调研

三、针对某一项调研需求进行方案和研究内容的分析

案例：××产品的展列助销优化综合研究项目

四、针对××的调研规划探讨

- 1、营销目标的分解和重要性评估
- 2、营销活动的结构、流程
- 3、针对各环节的调研内容设计
- 4、哪些是××自己可以完成的
- 5、调研过程中的分工与协作