



市场调研的存在理由

- 市场调研是企业进行重要决策的基础。科学的调研能够将纷繁复杂甚至分散无序的信息科学地搜集、整理、分析，形成与决策目标高度相关的资料并有效地支持决策。目前，调研普遍运用于成功企业的营销计划与执行监控中。
- 调研为确定顾客和潜在顾客的需求、分析并检测如何比竞争对手更好地满足需求这两方面提供了信息基础，是企业用来建立长期关系——“品牌资产”的手段之一。广义的顾客应包括：与企业具有产品供需关系的消费者、帮助企业将产品分销流转的中间商、企业内部协同工作的员工。

调研培训的存在理由

- 如何将企业内外部信息有机整合，基于边际效益最大化的理由，分析哪些信息可委托外部专业公司收集，哪些信息自己收集，同时有机地参照专业公司的操作与分析模式（如客户和员工的满意度调研等）。
- 在确定调研课题前首先了解市场研究行业的基本状况，以便有效提出调研需求。
- 掌握基本的调研原理和技术原理，有效运用于日常工作的数据整理和统计分析工作。

我们的培训服务

- 方舟市场研究有限公司是一家有较高研究能力的顾问型市场研究公司，拥有一批包括营销管理学、心理学、统计学、信息管理学的专业队伍和网络执行体系。公司除帮国内外知名企业开展市场调研和营销顾问外，还通过专业的培训课程积极协助企业了解调研的核心知识与应用范围。
- 方舟公司拥有长期积累的调研经验和培训服务经验，使得培训课程紧密结合企业的应用实践。培训的形式有综合培训与专题培训。培训的内容主要适合企业内负责以下职能的工作人员：市场研究、信息管理、营销管理、品牌规划、销售、财务分析、人力资源等。

我们的培训内容协助解决的问题（注：具体的模块取决于相应的培训内容范围）

- 营销管理具体环节与调研专题的对应关系（**什么时候可以想到市场调研？**）
- 如何与市场调研公司合作（**操作流程与关注要素是什么？**）
- 如何运用调研的数据与结论（**如何长期运用调研数据？如何和内部数据结合？**）
- 了解市场调研的主要方法与流程内容（**如何判断调研方案的合理性？**）
- 怎样控制调研的质量（**质量控制流程和关注要素是什么？**）
- 心理学的核心内容（**如何在调研工作甚至是个人生活中运用？**）
- 心理学的商业应用和广告心理学
- 调查问卷的形式与结构
- 问卷设计的原则和技巧
- 了解统计学在市场研究中的应用
- 掌握常用的统计分析工具 SPSS 的主要模块（**掌握最常用的命令，有效运用于日常工作中**）
- 了解研究专题模型：消费者使用习惯与态度研究、产品研究、价格研究、广告测试、品牌资产研究、顾客满意度研究、员工（内部）满意度研究、渠道研究、商圈研究等。

参加过我们培训的客户

雀巢、长沙卷烟厂、BP/嘉实多、Nutrasweet/Equal、暨南大学 MBA 班、华润啤酒、松下、科龙、好利来、凯泉、养生堂、广州日报、李颂熹地产顾问公司等。

欢迎来电垂询。

电话：020-38820263 38821601 38820195/6/7 转 822

联系人：李小姐 刘小姐

传真：020-38821602

E-mail: guangzhou@ark-mr.com

网址: <http://www.ark-mr.com>