# 走访市场调研方案范文优选18篇

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2025-03-05

*走访市场调研方案范文 第一篇1天津xx有限公司客户概况客户简介xx的前身——七〇七研究所自二十世纪八十年代实施“军转民”战略以来，以雄厚的技术实力、严格的军工产品质量保证能力先后开发出LUHUA牌电阻焊机系列产品、涂装自动化生产线及设备、装...*

**走访市场调研方案范文 第一篇**

1天津xx有限公司客户概况

客户简介

xx的前身——七〇七研究所自二十世纪八十年代实施“军转民”战略以来，以雄厚的技术实力、严格的军工产品质量保证能力先后开发出LUHUA牌电阻焊机系列产品、涂装自动化生产线及设备、装配及检测自动化生产线、信息技术产品、油田数字测井设备及环保系列产品。其中电阻焊机系列产品生产能力现已达到年产几千套的规模，产品覆盖全国200余家汽车整车制造厂及配件厂，有产品远销海外。其中LUHUA牌焊机获得“质量信得过产品”、“全国知名品牌”等若干荣誉称号。公司现有30余项科研成果中，有20余项获国家及省部级科技进步奖。公司已成为国内主要电阻焊机专业生产厂。公司以“顾客第一，质量第一”作为宗旨，以技术优势和产品质量逐步扩大市常公司重视人才，重视技术创新，重视现代企业管理方式的运用。公司自建立 ISO 9001：1994 质量管理体系认证起，至今保持通过ISO9001：20xx 质量管理体系认证。悬挂式点焊机取得欧洲CE认证。电阻焊机系列产品全部取得CCC强制性产品认证。

去年销售收入亿元人民币。

客户的生产经营特点

xx是一种面向订单生产的涂装生产线、电焊机生产线生产厂商。其生产经营活动是由一个个项目组成的，包含项目组织、生产制造和现场施工。强调以销售为龙头、合理组织生产和施工、财务核算

**走访市场调研方案范文 第二篇**

为了对软件技术专业的教学进行指导，制定出符合计算机系当前以及未来若干年情况的软件专业发展战略、办学规范和示范标准，计算机系软件教研室成立了专门的课题组，在学院统一安排、指导下利用假期进行了一次关于计算机软件技术专业人才培养方案和课程设置情况、企业实际工作情境、校企合作等的调研活动。在系主任及书记的带领下，分别走访了东软集团、诺华软件技术、易捷科技、华君科技等多家IT企业。

一、调研目的及需解决的问题

为了解目前企业对软件技术专业人才的需求状况，掌握软件技术人员所需的岗位核心能力及要求，为我院软件技术专业的建设及人才培养提供决策依据，为进一步加深具有实质意义的校企合作成为可能，我们结合软件技术专业的实际情况进行了企业的百题大调研。我系软件技术专业的软件测试方向是我系根据信息产业的发展新增专业，没有足够的经验可循，系内教师对于人才培养目标要求理解不一；岗位核心能力以及与之相关的企业工作任务也有待于进一步验正，教学计划和课程设置的标准也不一致，但是，显而易见的是软件技术专业的专业体系是本专业发展的基础，岗位核心能力的确定是专业的出发点，主干课和核心课是专业的立足点和支撑点，是软件技术专业办出特色的基本点。软件测试方向要有立足之地，必须找准自己的生长点，在课程设置和人才培养目标方面必须有自己的特色，为此，调查听取企业及各用人单位对本专业的人才培养方案和课程设置情况的意见和建议是非常必要的。

在本次调研的另一个重要目的是就进一步深化实质性的校企合作问题与企业进行探讨。

二、调查对象

三、调研结果分析

通过对本次调研结果的数据分析，97%的企业对我系软件测试专业的设置、人才培养方案等给予了充分的肯定。软件产业是国内成长最快的产业之一，每年的增长速度超过30%。虽然各高校及相关培训机构都开设了软件技术专业，专门培养软件开发人才，但把软件测试作为一个专业来设置的少之又少，根据目前掌握的情况辽宁地区我同类院校还未开设本专业。随着软件产业的发展，软件产品的质量控制与质量管理正逐渐成为软件企业生存与发展的核心。几乎每个大中型IT企业的软件产品在发布前都需要大量的质量控制、测试和文档工作，而这些工作必须依靠拥有娴熟技术的专业软件测试人才来完成。目前的现状是：一方面企业对高质量的测试人才需求量越来越大越大，另一方面国内原来对测试技术的职业重视程度不够，多数高校只把它作为软件技术专业的一门课程来开设而没有形成一个专业体系，因此国内在短期将出现软件测试测试人才严重短缺的现象。

据中国软件行业协会公布的粗略统计，目前国内专业的软件测试人才缺口达到30万。因此我院开设软件测试专业是可行的，是走在同类高校的前列，具有良好的发展前景。

四、存在的问题及解决的建议

1．学生普遍缺乏职业素养问题：本次调研中90%以上的企业反映我院学生具有高职学生的通病，缺乏基本的职

业素养，没有职业规划，在工作中存在眼高手低的现象，自我约束、自我学习能力较差。

建议：进一步加强学生的职业素质的养成。这一点我们除了在教学工作中给予重视之外，还可以借鉴培训机构的经验，在学生走向企业之前有专门的教师，针对学生可能会出现的问题进行专门的系统的训练，使之顺利的迈入职场。

另外，我们还注意到获得用人单位好评的学生在学校表现就很好，用人单位意见较大的学生平时在学校就较差。针对这一情况建议对学生在校期间把课程的学习和平时表现结合起来进行汇总大排名，对发展前景好，待遇好，专业对口度高的合作企业按名次择优推荐。这样不但提高了企业对我校学生的满意度，为进一步校企合作打下良好的基础，而且对我院的校风，学生的学风建设起到了良好的推动作用。

2．师资队伍建设问题：本次调研中各企业对我专业的课程设置基本比较认同，没有大的意见，但对课程建设中的实质性内容例如如何将学生所学的内容与企业的实际工作相结合提出一些建议。

建议：软件技术产业是我国的新兴产业，而软件测试作为一个专业单独设置是近二年才开始的。任课教师面临着知识更新和知识系统化学习的问题。建议继续推动教师的培训工作，把教师的自主学习与系统培训结合起来。

3．企业的对学生的专业要求问题：辽宁地区的软件企业发展不均衡。东软作为IT技术企业的龙头一支独秀，大多数软件企业的规模很小，人员数量少。因此在对人员的需求为一专多能，大多数从业人员既懂测试又会开发。

另外，不同的企业采用的开发技术、专业要求也不尽相同，对学生难以实现订单式培养。

建议：在大基础的前提下对学生按技术门类进行小班授课，避免出现样样通，样样又不精通的情况。

**走访市场调研方案范文 第三篇**

调研方案设计，就是根据调查研究的目的和对象，在进行实际调查之前，对调查工作总任务的各个方面和各个阶段进行通盘考虑和安排。提出相应的调研实施方案，制定出合理的工作程序。

一、总体方案设计

总体方案设计包括以下几个内容。

1.确定调查的目的

(1)调查目的是调研组织者(或委托者)最需要解决的主要问题。

(2)应力求避免把目的提得过高过宽，或把一些已经了解的问题和策略加以整理就可以取得的资料也包括进去，以免分散精力。

(3)拟定调查提纲。

2.确定调查对象和调查单位

确定调查对象和调查单位，就是确定向谁调查。调查对象是调查所研究对象的总体，它由某些性质相同的许多被调查的个体单位所组成。 调查单位是调查对象中的一个个具体单位，即调查登记的承担者。调查对象应根据调查目的来确定。

3.确定调查项目

确定调查项目就是要明确向被调查者了解些什么问题。例如消费调查中，消费者的性别、民族、文化程度、年龄、收入、动机、态度等。

确定调查项目时还需注意的几个问题：

(1)调查项目应是调研任务所需,又能取得答案的。

(2)项目的表达式必须明确，使答案具有确定的表达形式，如数字式、是否式或文字式。

(3)项目之间应尽量相互联系，资料应相互对照，遵照调研对象的内在逻辑关系。

(4)必要时可以附上项目的解释，以确保调查项日涵义的明确、肯定。

4.制订调查提纲和调查表

对项目进行科学地分类、排列，构成调查提纲和调查表。调查表由表头、表体和表脚三部分构成。

5.确定调查的时间、地点

调查时间是指调研资料所属的时间。

调查地点：是指到那里去调查。它通常与调查单位相统一。

6.确定调研方式和方法

搜集资料的\'方式有普查、重点调查、典型调查、抽样调查等多种方式。

具体调研方法有：访问法、观察法，问卷法和实验法等。调查采取的方式方法不是固和统一的，往往取决于调研对象和调研任务。大中型调查要注意多种方式和方法的结合运用。

7.确定研究分析方法

对调查所取得的资料进行研究分析，包括对资料进行的分类、编号、分析、整理、汇总等一系列资料研究工作。如因果分析、相关分析等。

8.确定提交研究报告的方式

主要包括市场调查研究报告书的形式和份数、报告书的基本内容、报告书中图表的大小等。

9.制定调研组织计划

调研组织计划是指实施整个调研活动过程的具体工作计划。主要是指调研的组织领导、调研机构设置、人员的选择和培训、调研工作步骤及其善后处理等。

10 制定调查预算

通常一个市场调查中实施调查阶段的费用安排仅占总预算的40%，而调查前期的计划准备阶段占20%;后期分析报告阶段的费用占40%。

二、调查日程

通常-项较具规模的调查活动，仅仅从间卷的印制到整个活动的完成，最少也要 由45- 60个工作天，一些大规模的调查会持续半年到一年。一般一个市场调查所需的时间，大致分配如下：

1、计划起草，合议-一------------4一5%

2、抽样方案设计实施 ------------7%

3、问卷设计、测试与合议 ---------10- l5%

4、问卷定稿及印刷 -------------3%

5、调查员的挑选与培训 -----------4-8%

6、实地调查 ----------------30-35%

7、数据的计算机录入、统计分析--------10-15%

8、报告撰写 一一------20-30%

9、与客户说明会 --------------1%

10、建议与修正、定稿-一-----------5一10%

**走访市场调研方案范文 第四篇**

>一、 前言

健身器材市场是近一、两年新兴起来的消费品市场之一，摇摆机更是新兴之中的新兴者。据宏观预测，该市场成长曲线呈上升趋势。

为配合北京“三来”摇摆机进入北京市场，评估摇摆机行销环境，制定相应的广告策略及营销策略，预先进行北京地区健身器材市场调查大有必要。

本次市场调查将围绕策划金三角的三个立足点：消费者、市场、竞争者来进行。

>二、 调查目的

1、 为该产品进入北京市场进行广告运动策划提供客观依据。

2、 为该产品的销售提供客观依据。

具体为：

(1) 了解北京地区摇摆机市场状况。

(2) 了解北京地区消费者的人口统计学资料，测算摇摆机的市场容量及潜力。

(3) 了解北京地区消费者对健身器材的消费的观点、习惯。

(4) 了解北京地区已购买摇摆机的消费者的情况。

(5) 了解竞争对手的广告策略、销售策略。

>三、 市场调查内容

(一) 消费者

1、 消费者的统计资料(年龄、性别、收入、文化程度、家庭构成)

2、 消费者对健身器材的消费形态(健身方式、健身花费、健身习惯、健身看法等)

3、 消费者对健身器材购买形态(购买过什么器材、购买地点、选购标准、付款方式等)

4、 消费者理想的健身器材描述。

5、 消费者对健身器材类产品广告的反映。

(二) 市场

1、 北京地区健身器材种类，品牌，销售情况

2、 北京地区消费者需求及购买力状况

3、 北京地区市场潜力测评

4、 北京地区健身器材销售通路状况

(三) 竞争者

1、 北京地区上有哪几类健身器材，摇摆机的品牌、产区、价格。

2、 市场上现有摇摆机销售状况。

3、 个品牌、各类型摇摆机的主要购买者描述。

4、 竞争对手的广告策略和销售策略。

>四、 调查对象及抽样

因为摇摆机为新兴商品，目前北京市场上多以进口品牌为主，高档次、高价位，一时尚未能进入工薪阶层，购买者都位收入较高者，所以，在确定调查对象时，适当针对目标消费者，点面结合，有所侧重。

调查对象组成及抽样如下：

消费者：300户 其中家庭月收入3000元以上占50%

经销商：20家 其中大型综合商场 6家

中型综合商场 4家

健身器材专业店 4家

体育器材专业店 4家

小型综合商场 2家

消费者样本要求：

1、 家庭成员中没有人在健身器材生产单位或经销单位工作。

2、 家庭成员没有人在市场调查公司工作。

3、 家庭成员没有人在广告公司工作。

4、 家庭成员没有人在最近半年中接受过类似产品的市场调查测试。

>五、 市场调查方法

以访谈为主：

售点访问

访员要求：

1、 仪表端正、大方。

2、 举止谈吐得体，态度亲切、热情、具有把握谈话气氛的能力。

3、 经过专门的市场调查培训，专业素质较好。

4、 具有市场调查访谈经验。

5、 具有认真负责、积极的工作精神及职业热情。

>六、 市场调查程序及安排

第一阶段：初步市场调查

第二阶段：计划阶段

制定计划 2天

审定计划 2天

确认修正计划 1天

第三阶段：问卷阶段

问卷设计 2天

问卷调整、确认 2天

问卷印制 3天

第四阶段：实施阶段

访员培训 2天

实施执行 10天

第五阶段：研究分析

数据输入处理 2天

数据研究分析 2天

第六阶段：报告阶段

报告书写 2天

报告打印 2天

调查实施自计划、问卷确认后第四天执行

**走访市场调研方案范文 第五篇**

教育纠风工作是教育健康稳定发展的重要保证措施之一，是维护教育声誉、规范干部教师队伍的主要手段，是办让人民满意教育的基础。为进一步提高工作水平，我局对全县教育纠风工作情况进行了调研和总结。在调研中我们欣喜的看到，经过多年的不懈努力，举全局之力抓行风建设的局面已经形成，教育行风建设工作开展的环境日益优化，形成并逐步完善了教育行风的考评机制，调动了局机关各股室和中小学校园做好行风建设工作的积极性，三乱问题得到有效遏制，群众投诉总量不断下降，教育的社会满意度不断攀升，为我县教育健康、稳定发展奠定坚实基础。

一、纠风工作的现状

(一) 纠风工作机构和人员

1、局机关纠风工作管理机构及人员情况

领导高度重视，精心安排、周密部署，把纠风工作摆上重要议事日程。年初召开专题会议研究、部署纠风工作，成立了以局党委书记任组长、科室长和校园长为成员的纠风工作领导小组，教育局纠风办充实到2人(原来1人)，与全县中小学校(园)长签定了目标责任书，做到分工具体、责任明确、党委主要领导负总责、班子成员及学校领导班子“一岗双责”的责任制，进一步强调班子成员和学校领导班子在抓好业务工作的同时，对分管学校或科室的纠风工作负责，形成了一级抓一级，层层抓落实的纠风工作新机制。工作的重点是负责全县教育系统治理乱收费、乱办班、乱补课、师德、学校开设小卖店、招生违纪等问题。随着多年来教育行风建设工作的开展，我局行风建设工作也逐渐走上了规范化的轨道，一些工作关系已经理顺，纠风工作管理机构职能得到进一步明确，工作成效显著。如：教师师德方面的问题，由人事科负责;学校周边环境整治、学生食堂、校内开设小卖店方面的问题由安全科负责;招生考试方面的问题由招生办负责等。教育局纠风办主要负责综合分析全县教育行业作风建设情况，提出纠风工作意见;对教育系统纠风工作进行监督、检查和指导;承办上级纠风部门批转的教育行业不正之风信访件;受理教育纠风工作中的来信来访及电话投诉。

2、全县各学校纠风工作机构和人员情况

全县中小学校园成立了工作机构，设立了办公室，指定专人负责纠风工作。

(二) 教育纠风工作开展情况

1、群众反映纠风工作热点、难点问题。襄垣县教育点多面广、校点分散，行风建设涉及面广，在教育发展能力和服务水平还不能完全满足群众对高质量教育需求的情况下，教育领域难免出现热点、难点问题，这些问题就要通过行风治理的途径予以克服和解决。充分利用正反两方面的典型，对群众反映的热点难点问题经常讲、多次讲、反复讲，找原因、说危害，要求广大教职员工纠风治乱工作必须从解决发生在老百姓身边的、严重损害群众切身利益的教育不正之风入手，既突出重点，又兼顾全面，扎实开展工作，为教育事业快速、协调、健康和可持续发展提供有力保障，不断推进教育纠风工作的深入开展。

(1)对乱收费的重点治理。结合我县教育系统实际制订了《襄垣县教育局XX年治理教育乱收费工作实施方案》，对深入治理教育乱收费，切实规范教育收费行为作出了明确要求。按照农村义务教育经费保障机制改革的实施，规范学校收费行为一直是教育纠风工作的重点。主要包括了以下两方面的内容：一是禁止和纠正中小学擅自增加收费项目、提高收费标准和扩大收费范围的乱收费行为;禁止和抵制有关部门向中小学的各种摊派行为和搭车收费，禁止乱编、乱印、滥订教辅材料。二是规范办学行为，制止初中、小学举办各种以收费为目的的快班、重点班、特长班、实验班等行为;高中招生严格执行“三限”政策等，有效杜绝了“一边免费，一边乱收费”的行为，确保“两免一补”经费发放、贫困生救助金等惠民政策落到实处，做到“阳光操作”。

(2)对乱补课的专项治理。近年来，针对中小学校延长学生在校时间有偿进行补课的行为，教育局纠风办严格按照有关文件规定，加大对教师组织学生有偿补课的治理整治力度。明确规定基础教育阶段学校不得举办收费补习班(凡利用学校教育、教学场地、资源举办的面向中小学生的各种培训、补课，严禁收费)。严禁学校、教师举办或与社会机构合作举办向学生收费的各种培训班、补习班、提高班等有偿培训，乱补课乱收费蔓延的势头得到了有效遏制，治理工作取得了实质性进展，教育行风明显好转。

(3)坚持“制度建设和专项治理”两条主线并进的原则。纠风工作侧重于制度建设。通过中小学收费管理、规范中小学办学及招生行为、规范教师从教行为、乱收费乱补课责任追究等制度的不断健全和完善，努力探索解决纠风工作中出现的新情况、新问题的有效措施，总结问题解决的好经验、好做法，并形成使行风建设的长效机制，使纠风工作走上了规范化、法制化的轨道。

2、案件查处情况

近年来，教育纠风治乱工作始终坚持 “谁主管谁负责”的工作原则，明确责任主体，理清发展思路，领导密切配合，齐抓共管，将严格执行责任追究制度作为治理群众反映突出问题的重要手段，不断加大监督检查和案件查办力度，克服阻力,顶住压力, 始终保持一种高压态势,对各种乱收费、乱补课、乱办班以及师德败坏等严重违纪行为进行了坚决查处。今年来，收到信访件39件，做到有案必查，有查必果，事事有回音，件件有落实。

(三)纠风工作成效

1、源头治理。近年来，随着义务教育均衡发展全面实施以及教材等重大改革，教育系统新情况、新问题层出不穷，纠风工作面临着严峻的挑战，我局通过义务教育均衡发展来有效遏制择校热和乱收费的源头治理、用改革的办法来解决改革中出现的问题。反思近年来纠风工作的实际，单靠案件查处是解决不了群众满意的根本问题的，主要还是靠县委、县政府等上级部门的关心和支持，深入调查研究，找准问题的根源，研究解决问题的具体措施，找准问题解决的突破口和切入点，铲除腐败滋生的土壤，从源头上把问题解决在萌芽状态。

2、创新教育纠风工作的领导体制和运行机制。按照“谁主管谁负责”的工作原则建立和完善由教育局主要领导负总责，各科室、各学校相互配合、纠风办组织协调的教育行风建设领导体制和工作机制，并层层签订教育行风建设的责任状，明确治理教育乱收费的责任内容和责任主体，形成局领导管大局、科室长包科室、学校领导包教师、班主任包班级的“一管、三承包责任制”。

3.以监督考评为抓手，促进全县纠风整体水平的提高。深入开展创建教育行风建设示范活动，制定具体的行风建设示范考核工作方案，把行风建设与教育教学工作同安排、同检查、同落实、同考评，树立行风建设示范学校，用身边的事教育身边的人，大力开展警示教育，年终对科室长、校园长实行百分制考核，激励先进、鞭策后进，让教育系统广大干部学有榜样、做有目标，着力推进纠风工作整体水平的提高。

4、实行专项治理，有效遏制教育乱收费的发生和蔓延。开展制止中小学教师有偿补课专项整治工作，分管领导组织检查组对学校教师进行有偿补课情况开展经常性检查，特别是对寒暑假、双休日和节日期间教师进行有偿补课的重点检查，对违规学校或教师给予曝光，责令限期整改，有效遏制教育乱收费的发生和蔓延。

**走访市场调研方案范文 第六篇**

一、坚持把人口与计划生育工作列为可持续发展的首要位置，确保责任、措施、投入“三个到位”，是深入开展优质服务的前提和保证

责任到位：元氏县委、县政府始终把人口与计划生育工作定为“一把手”工程。县委常委会和政府常务会议都要定期听取人口与计划生育工作专题汇报，研究全县人口与计划生育工作重大问题，部署重点工作，解决人口计生工作的实际困难。先后制订下发了一系列政策文件，明确了上自县委、政府四大班子与联乡领导，下到乡村专干服务人员的各自责任。每年年初，县委、政府都要隆重召开全县人口与计划生育工作专题会，分析形势，寻找差距，明确任务，兑现奖惩，把靠实计生工作的党政责任作为一项制度和铁的纪律，摆上了县委、政府的重要议事日程。

措施到位：坚持和完善人口与计划生育目标管理责任制。县政府每年都与各乡镇人民政府和县直相关部门签订人口与计划生育工作目标管理责任书；在党政干部的政绩考核、表彰奖励、提拔晋升和评比各类先进中，坚持“一票否决制”。县人口计生局充分发挥职能部门作用，根据计划生育的新形势和新要求，以不断提高计划生育优质服务水平，最大限度满足人民群众的需求为决策依据，及时提出提高全县人口与计划生育工作水平的意见、建议和实施方案，使业务指导准确、及时、到位。

投入到位：人口与计划生育工作是一项具有显著社会效果的公益性事业，经费投入到位是根本保证。在机构改革中，各乡镇计生办和服务所都按照一村一干的要求和每乡至少1—2名技术服务人员的要求配备了人员。同时县财政每年都能按上级规定和全县实际工作需要及时安排、落实计划生育事业经费，各乡镇也都能优先安排计划生育工作和奖励、优惠所需各项经费，计划生育优惠政策落实率逐年提高。

二、加强队伍和阵地建设，为深入开展争先创优活动打好坚实的基础

技术队伍配备到位、效果好：经过全县各级党委、政府的努力，已经基本形成了一支技术精湛、热心为民、吃苦耐劳、作风踏实的计划生育专业技术干部队伍。同时实行计卫联手，坚持以计划生育系统技术服务人员为主，同时从卫生系统各大医院抽调妇科、b超方面的医疗专家和技术骨干，分包乡镇，深入乡村帮助基层做好优质服务工作。

技术培训形式多、方法活：县人口计生局与军医学院联合，开展军民共建生殖健康服务工程，曾多次邀请内外专家、技术人员来我县进行大范围的妇科病普查普治和技术人员培训。赢得了全县上下干部群众的一致好评和相关部门、社会各界对计生工作的理解和支持。

三、深化人口与计划生育宣传教育，着力建设新型生育文化，拓展优质服务的新领域，创新优质服务的新方式。

采取多种形式积极开展人口与计划生育宣传教育，促进计划生育知识进村入户、登堂入室，是做好优质服务工作的必要条件。首先是发挥新闻媒体的舆论导向作用，在县电视台开设了《计生专栏》栏目，共刊登新闻80多篇；其次是抓好党校、婚育学校的人口理论培训。县、乡每年举办各类培训班，参加培训3000多人次，计划生育知识知晓率保持在99％以上。同时开展了全面的计生知识政策法规宣传活动。制作高规格的公益广告牌，重新书写大型规范化标语，制作宣传牌、宣传栏。另外县计生委还配合县委组织部、宣传部、文化局在“七、一”、“三下乡”期间自编自演有计划生育内容的专题文艺节目。通过这一系列的活动，营造了有利于开展人口与计划生育工作的氛围，使新型的生育文化深入人心，广大干部群众科学、文明、进步的婚育观念得到了进一步更新。

四、正视困难和问题，循序渐进，逐步完善是提升优质服务水平的关键

**走访市场调研方案范文 第七篇**

>一、调查背景

>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、校园周边提供外卖服务的单位及其经营状况

2、校园周边提供外卖服务的主要客户群及产品、服务特色

3、这些商家的营销策略及其效果

>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、调查人员结构及分工

㈠调查的组织人员 唐叶梅

㈡调查计划的执行人员 唐叶梅、晏兰辉、曾艳花

㈢信息整理与分析人员 曾艳花

㈣调研报告的撰写 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：

1.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。

2.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。

3.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：20xx年4月25 日--20xx年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：20xx年5月4日--20xx年5月5日，晏兰辉负责，其他人员辅助。

（三） 发放问卷：20xx年5月9日--20xx年5月11日，全体参与，唐叶梅负责。

（四） 访谈：20xx年5月14日，全体参与，晏兰辉负责。

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

（六） 撰写调查报告：20xx年5月21日--20xx年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 元

调查报告 1元

合计： 元

>十、 附录：

调查问卷

访谈提纲

**走访市场调研方案范文 第八篇**

>一、调查方案

（一）调查目的：经过了解大学生手机使用情景，为手机销售商和手机制造商供给参考，同时为大学生对手机消费市场的开发供给必须的参考。

（二）调查对象：在校生。

（三）调查程序：

1、设计调查问卷，明确调查方向和资料；

（1）根据样本的购买场所、价格及牌子、月消费分布状况的均值、方差等分布的数字特征，推断大学生总体手机月消费分布的相应参数；

（2）根据各个同学对手机功能的不一样要求，对手机市场进行分析；

>二、问卷设计

大学生手机使用情景调查问卷。

>三、数据分析

根据以上整理的数据，我进行数据分析，得出结论：学生手机市场是个很广阔的具有巨大发展潜力的市场。

（一）根据学生手机市场份额分析。

（二）学生消费群的普遍特点。

作为学生我对这个群体做了一些了解，对于我们共同的特点进行分析，得出手机市场应当针对不一样学生群体开发产品或进行针对性的营销手段，才能够抢占市场。下头我们就来对学生群体的特点来进行分析。

学生消费群的普遍特点：

1）没有经济收入；

2）追逐时尚、崇尚个性化的独特风格和注重个性张扬；

4）学生基本以团体生活为主，相互间信息交流很快易受同学、朋友的影响。

5）品牌意识强烈，喜爱名牌产品；

（三）学生消费者购买手机的准则和特点。

经过调查大学生购买手机主要研究因素是时尚个性化款式、功能、价格、品牌等，这也成为学生购买手机的四个基本准则。在调查中证明，大学生选择手机时最看重的是手机的外观设计，如形状、大小、厚薄、材料、颜色等，占65%；但大学生也并非一味追求外表漂亮，“内涵”也很重要，所以手机功能也占有一席之位，占50%；其次看重的是价格，而较少看重的是品牌，看来此刻的大学生还是比较看重实际的。

**走访市场调研方案范文 第九篇**

>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xxxx年10月份正式营业，并对其质量、价格、环境、服务、受欢迎情况和销售情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，一直以来都受到大家的欢迎，但在我校食堂竞争日益加剧的今天，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。希望通过本次调查，提出一些合理化建议，增加客流量，提高经济效益。

>调查时间：

xxxx年11月9—xxxx年11月17

>调查的方法和结果：

本次调查主要采用了面对面访问的调查法，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情况，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。

现将部分有代表性的调查结果报告如下。

1、广告宣传

在问卷中了解到，有些人还不知道米线店的开业，还有些人知道但没有去吃过。知道的人中，大部分学生是通过宣传单知道的，少部分学生是通过横幅广告，很少是通过同学之间介绍。

2、米线店环境卫生

米线店卫生满意程度的反映是： 就餐环境比较好，紫藤椅，钢化水平玻璃桌子，木地板。认为比食堂的其它地方好的要多

3、饭菜价格

在此次调查中，一些学生对飘香缘的饭菜价格无所谓，少部分学生认为价格合理，大部分学生认为价格应再实惠一些

4、饭菜质量

学生对饭菜质量的评价是：关于米线的色香味方面，20%的同学认为很好，60%的同学认为一般，有20%同学认为不好。

5、服务态度

20%的学生认为还一般，80%的学生认为很好。

>存在问题分析：

1. 很多同学对于飘香缘过桥米线店不了解，尤其是女生，在校园的宣传方式上不够充分。

2. 我们的学生对于餐饮上的消费相对是比较低的，飘香缘米线店的定价是中等偏上的，吃其它每人每餐5元即可，飘香缘需要8—10元。

3. 学校的学生北方人比较多，吃米饭和面食的比较多，米线很难长时间做为主食。

4. 菜肴种类还是有些少，据了解，食堂的米饭面食种类比较多，无论是主食，还是菜品都比较齐全。

5. 候餐的问题：很多女生认为所处地方太远，吃顿饭消耗时间过长。上餐的速度问题，飘香缘米线做的相对比较慢，而米饭和菜盛上就可以吃了，很多学生不愿意等。

>可行性建议：

增加宣传力度，改变宣传方式，比如容人拉着横幅在学生流量大的地方，要使大部分学生都知道有这个店。宣传产品特色，使产品具有吸引力。

增加一下产品种类，虽然本米线店对产品已经有分类，但不够人性话，有人爱多吃些蔬菜有人爱多吃些米线女生吃的比较少，可以增加蔬菜多的套餐、情侣套餐、女生套餐、男生套餐价格方面 ：很多同学反应价格高，看能否在保证质量的情况下，下调一下价格

促销方面：可以尝试在做一些促销活动，比如赠饮料，赠烧饼，这些附带产品可以不获利以成本价附加。

**走访市场调研方案范文 第十篇**

根据我们对本市影院的了解，我们认为，此次市场调研工作的主要内容应从以下四个方面进行：

一、哈尔滨市宏观电影市场形式

1、哈尔滨市电影市场规模；

2、电影市场消费结构；

3、电影市场消费潜力与趋势。

二、消费者需求调查

1、消费者观影关注因素（价格、喜好、环境要求、服务、）

2、消费者对影院促销活动的看法（价格折扣、错时观看、团购优惠）

三、市场竞争状况调查

1、主要竞争对手的宣传活动调查；

2、主要竞争对手与本影院相比竞争优劣势（环境要求、服务等）；

3、主要竞争对手与本影院相比消费者的差异特点。

**走访市场调研方案范文 第十一篇**

按照市、县的安排部署要求，为扎实搞好党的群众路线教育实践活动走访调研工作，结合我乡实际特制订走访调研“五村三十四组九百户”的工作方案：

一、调研意义和目的

开展党的群众路线教育实践活动，是十八大做出的重要部署。搞好群众路线教育实践活动走访调研，是活动的重要组成部分，是开展活动的前提和基础。要紧紧围绕“转变作风，为民服务”的主题，按照“照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病”的要求，通过多层次、全方位、全覆盖深入细致的走访调研，摸清当前群众生产生活方面最需要、最迫切解决的困难和问题；摸清群众对当前党风、政风以及社会风气最不满意的问题；摸清对党员领导干部反映最集中的问题；摸清乡村两级干部、

七站八所在贯彻群众路线方面存在的突出问题，特别是形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风的具体表现；为开展党的群众路线教育实践活动奠定坚实的思想和工作基础。

二、走访调研时间安排和方式方法

走访活动从20xx年3月中旬开始，到20xx年5月下旬结束。这次走访以驻村安排走访，要求走访到每一户，弄清各村基本情况、群众的要求和期盼和突出问题及解决问题的措施，明确整改

方向，重点、时限要求、责任主体。

走访方式：一是发放调查问卷，二是召开村组、党员座谈会，三是入户走访。

三、走访调研工作要求

1、听取群众对乡村两级干部作风方面存在的问题和意见和村经济社会发展的建议。

2、了解掌握并及时解决群众当前生产生活的实际困难和问题。

3、调查了解各项惠民政策的贯彻落实情况。

4、与农民群众共商产业发展、致富增收的路子和措施。

5、进一步落实乡村干部包村联组帮户的任务和责任。

6、各村将走访调研的内容撰写专题调研报告。

xxx紫良瑶族乡委员会

20xx年3月25日

**走访市场调研方案范文 第十二篇**

>【案例素材】

xx休闲服装市场调研背景资料

地处广州的某服饰公司欲开发一种新的休闲服装，但是面对国内休闲服装市场品牌众多，市场竞争激烈的局面，公司决策层认为要取得产品开发与市场推广的成功，需要对目前的市场环境有一个清晰的认识，从现有市场中发现机会，做出正确的市场定位和市场策略。 因此，决策层决定委托市场调研机构开展市场调研与预测分析，通过对市场进行深入的了解，确定如何进行产品定位、如何制定价格策略、渠道策略、促销策略以及将各类因素进行有机的整合，发挥其资源的最优化配置，从而使新开发的服饰成功介入市场。

现在，某调研公司接受了该服饰公司的委托，欲承担项目的市场调研任务，调研公司应当首先开展哪些工作呢？

>【任务导向】

市场调研是一个科学性很强、工作流程系统化很高的工作。它是由调研人员收集目标材料，并对所收集的材料加以整理统计，然后对统计结果进行分析以便为决策提供正确的方法。在实际中，面对一个调研项目，需要工作人员作的第一项工作是明确市场调研的任务，科学设计调研方案。本案例将围绕xx休闲服装市场调研项目，阐述调查方案的设计方法。需要读者关注以下的问题：

1、一个好的市场调研方案设计的思路

2、一份书面的市场调研项目规划书的一般格式和内容

3、案例资料显示的项目规划书主要的特点

在此基础上，学习本案例内容之后，读者应当选择一个市场调研的项目，制作一份项目规划书，并提交导师检测。

>第一节 确定市场调研项目的主题

调研公司接受了委托项目之后，需要根据委托方的要求，进行市场调研和预测，提供企业所需的各类数据、资料、情报、信息，为企业的经营服务。接受了公布委托调研项目的调研公司，成立了项目组，指定了项目经理，负责组织实施这项调研任务。在项目经理的带领下，项目组开始着手策划并实施市场调研工作。

一、与委托方接洽，明确调研意图

项目经理考虑，首先要与委托方接洽，了解委托方的意图，明确这次调研的目的与任务，才能策划市场调研的方案，并付诸实施。于是，项目经理电话约见该服饰公司的负责人员（可能是公司经理、营销经理等，以下简称委托方）：

项目经理：您好！我是xx调研公司负责贵公司xx休闲服装市场调研项目的负责人，在策划安排这一项目的调研工作之前，需要了解贵公司的一些情况，咨询贵公司对调研项目的调研意图和基本要求，我们能见面谈一下吗？

委托方：可以。明天上午上班后，您到我公司的办公室面谈吧。

项目经理：好吧，明天见！

第二天上午，项目经理带领一名项目组成员，到了该服饰公司，与服饰公司初步沟通， 双方就公司欲开发的休闲服装市场调研工作初步达成了共识。面对竞争市场，双方认为市场存在以下问题：

（1）品牌定位不清晰

（2）服装款式同质化现象严重

（3）服装版型差距大

（4）市场推广手法雷同

项目经理了解到服饰公司希望通过调研，了解相关品牌的特征、消费者的消费倾向，为新开发的XX品牌男士休闲服装寻找新的市场空间和出路。

双方的接洽，使调研人员了解到企业决策者在企业经营管理中面临的问题，即“什么是决策者所要做的”问题。显然，市场调研与预测问题要受经营管理决策问题的影响和制约，不理解委托方意图的调研方案，不会是一个好的方案。

二、收集资料，分析问题的背景

现在，项目经理认为项目组必须考虑“什么信息是所需要的，如何获取这些信息”的问题，从而使调研工作能够实现委托方的意图。于是，项目经理召集项目组成员第一次会议：

项目经理：咱们公司承接了广州某公司xx休闲服装市场调研项目，项目由在座的各位合作完成。今天召集大家共同商议确定该项目调研方案的有关问题。

调查员：您与服饰公司的人员见过面吗？这次调查的主题您清楚吗？

项目经理：昨天我已经与服饰公司的负责人洽谈过了，公司的意图我已经写在发给大家的材料中，大家可以认真看一看。我们需要考虑达到公司的意图，需要搜集的就是资料，了解项目面对的市场背景情况。

调查员：既然这样，组长，您分配任务吧。

**走访市场调研方案范文 第十三篇**

为进一步了解和掌握我市各级城市管理行政执法队伍建设状况、管理体系和运行模式，研究队伍建设工作中存在的突出问题和解决办法，为上级机关制定政策和推动全市队伍规范化建设不断前进做好准备。经研究，支队决定于3月份就全市城管行政执法队伍建设状况开展一次调研活动。具体方案如下：

一、调研时间

20xx年3月。

二、调研地点

全市十一个区城市管理行政执法大队及相关街道中队。

三、调研内容

1.当前队伍建设发展尤其是中队规范化建设的基本状况。

2.各区大队、中队两级之间的管理模式和运行机制；

3.基层中队下街道的经费划拨、人员规模和运作情况；

4.各大队办公自动化情况及对推广使用《\*\*市城市管理行政执法办案管理信息系统》的前期准备情况；

5.对下一步工作的打算，有何意见、建议；

四、调研人员组成

本次调研活动由靳楠支队长牵头，支队领导带队，分为四个调研小组，支队机关各部门派员参加。具体如下：

第一组：\*\*；

第二组：\*\*下关大队；

第三组：\*\*大队；

第四组：\*\*六合大队。

五、调研方式和步骤

本次调研活动主要采取听取各大队介绍情况，召开座谈会，走访有关部门（中队），实地调查，集中研讨等方法进行。调研活动分三个阶段：

1.准备阶段（3月1日至3月3日）

支队成立调研小组，制订调研方案；各大队按照调研内容收集有关资料，填写相关表格（见附件1、2），做好发言准备；

2.调查阶段（3月6日至3月10日）

支队各调研小组在支队领导带队下，分赴各大队进行调研，同时各大队安排两个街道中队作为实地调查对象。具体日程安排由各调研小组电话通知相关大队。

3.汇总阶段（3月13日至3月20日）

各小组分析调研材料、数据，在此基础上汇总调研情况，撰写调研报告报上级机关，供决策参考。

六、其他有关事项

1.请各区大队提前准备好书面汇报材料和调研活动的安排；

2.不尽事宜，请电话联系法纪督导中心。

**走访市场调研方案范文 第十四篇**

>一、调查方案

(一) 调查目的：通过了解大学生手机使用情况，为手机销售商和手机制造商提供参考，同时为大学生对手机消费市场的开发提供一定的参考。

(二) 调查对象：在校生

(三) 调查程序：

1、设计调查问卷，明确调查方向和内容;

(1) 根据样本的购买场所、价格及牌子、月消费分布状况的均值、方差等分布的数字特征，推断大学生总体手机月消费分布的相应参数;

(2) 根据各个同学对手机功能的不同要求，对手机市场进行分析;

>二、问卷设计

大学生手机使用情况调查问卷

同学您好：

打扰一下，帮我填一个表可以吗?为了了解在校大学生对手机消费的需求，我特地展开了此次的调查活动，希望您在百忙之中抽出宝贵时间帮我完成这份市场调查.，将您的选项填入括号中。

1、您目前拥有手机吗? ( )

a.有 b.没有

2、您的手机牌子是什么?

a.诺基亚 b.摩托罗拉 c.三星 d.索尼爱立信 f.夏新 g.其他( )

3、您购买手机的场所是?

**走访市场调研方案范文 第十五篇**

随着市场经济的进入，越来越多的经商者都在观注每个城市的市场动态。服装行业也不例外！随着人们生活水平的提高，人们对生产商的要求也越来越高。从一个简单纽扣到复杂的裁剪都有了一定的新的要求！各种不同的服装设计必须要适应不同的群体，对群体的了解和掌握对市场的占据、利润的大小都有着很大的影响。所以，我们有必要去对服装的需求者做进一步调查，以便自身的发展！！

>一、调研目的

对xx服装市场进一步了解，开拓xx服装市场新局面。

>二、调研方向

对不同的服装有什么样不同的的追求，不同的群体对

相同的服装有什么共同追求。

>三、调研范围

面向xx市各大服装街面上的的服装购买者（顾客）。

>四、调研具体措施

以问卷的形式调研，并带有小礼品赠送！

>五、调研步骤

1、调研时间安排：x月x日——x月x日

2、调研人员安排：分四小组，每小组两人。对各大服装商场进行同时间调查。

3、具体安排：

第一小组：负责商业巷（x月x日）

第二小组：负责大十字商城（x月x日）

第三小组：负责地下商城（x月x日）

第四小组：负责小商品市场（x月x日）

经费预算：x人/每小组×x/小组=x人

xx元/每天×x人=xx元。

小礼品：xx元。

调查问卷打印：xx元。

共计：xx元。

**走访市场调研方案范文 第十六篇**

>一、调查目的和任务

1.目的：针对肯德基公司进入中国市场之前的可行性进行市场调查。

2.任务

(1)中国人对于洋快餐的接受程度，并进行先行的品牌推广。

(2)根据中国人的接受程度来制定开拓中国市场的战略和决策。

>二、调查对象和调查单位

采用抽样调查的方式，随即调查在北京公园内游玩的游客。选择在北京进行调查是因为北京是中国的首都，是国际化的大都市，人们比较愿意接受新事物，对于洋文化的接受程度也会相对比较高一点。而选择在公园进行市调，有三个原因。首先，公园人流量比较大，调查采样比较方便;其二，在公园调查对象的类别会比较广泛，因为在公园内游玩的游人拥有者不同的年龄层、职业等等，这样调查的对象会比较全面，对于之后的研究工作有很大的帮助;第三，在公园游玩的人说明他们比较喜欢外出消费，这对于作为快速消费品的肯德基公司来说有相当的调查意义。

>三、调查项目

调查中国民众对于肯德基口味、餐厅环境的接受程度，并获得不同年龄、职业的中国民众的消费能力和水平参考数据。

>四、调查方法

采用拦截、试吃、访谈等方式进行调查。

>五、调查机构及人员

由华东师范大学10级传播学院负责调查，调查小组成员如下。

组长：

副组长：

成员：华东师范大学10级传播学院10名学生：陈喆、方治平、张萌胤、翟娟、郭蓓蓉、李琦、朱燕亮、熊英凯、忻彬鸿、俞俊。

>六、调查组织和调查进程

(1)培训：

(2)人员分工：10名学生分为5组，分别履行各自小组的职责。

第一组由4名长相可爱、外表靓丽学生组成，负责在公园内一共拦截各年龄段的游客100位，并负责把他们带入公园内搭建的餐厅内，请他们进行访谈。

第二组由2名态度良好、手脚麻利的学生组成，引导进入餐厅内的游客洗漱、就坐，并在每一位进行市调的游客面前摆放好袋装毛巾，送上苏打水和白开水，以消除口中的异味，又送上优良嫩黄的鸡块。

最后一组由4名口齿伶俐、思路清晰的学生组成，在游客品尝玩鸡块之后，对游客进行访谈，完成市场调查内容。

再由第二组成员为已经接受完调查的旅游送上肯德基炸鸡赠品，并送旅客走出餐厅。

最后由此次市场调查活动的副组长高防老师负责审核、汇总和统计分析，起草调查报告。

(3)调查：

(4)资料整理分析：

(5)调查报告撰写：

>七、调查费用：

礼品费：1000元

交通费：500元

调查报酬：5000元

合计：6500元

>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：20XX年4月25 日——20XX年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：20XX年5月4日——20XX年5月5日，晏兰辉负责，其他人员辅助

(三) 发放问卷：20XX年5月9日——20XX年5月11日，全体参与，唐叶梅负责

(四) 访谈：20XX年5月14日，全体参与，晏兰辉负责

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

(六) 撰写调查报告：20XX年5月21日——20XX年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 元

调查报告 1元

合计： 元

**走访市场调研方案范文 第十七篇**

>一、前言

现在大学生的日常生活开支已不仅满足于吃、穿，而是更加注重自己的形象了。尤其是女大学生逐渐意识到了护肤的重要性，她们对护肤品的需求在日益攀升。大学生作为一个特殊的群体，无论是从消费人群还是购买力而言，校园市场都是一个不容忽视的庞大市场。因此，为了更清晰、全面地了解大学生对护肤品认识及使用情况评价，我们做了这样一次关于相宜本草的调查。本次调查主要是针对南京信息职业技术学院在校女大学生护肤品的消费使用情况进行调查分析，了解女大学生对护肤品的需求，并对女大学生的品牌认知度和购后满意程度等进行市场调查。

上海相宜本草化妆品有限公司成立，创立“相宜本草”中草药护肤品牌。

相宜本草的由来是中医强调的“标本兼治”理念，它与上海中医药大学基础医学院的长期合作，将汉方本草和现代科技相结合，开发出一系列功效卓著，使用安全本草护肤品。

>二、调查目的和意义

（一）调查目的

1、全面了解南京信息职业技术学院女大学生对相宜本草护肤品的认知和使用情况。

2、全面分析南京信息职业技术学院女大学生对相宜本草护肤品购后满意度评价情况。

（二）调查意义

针对南京信息职业技术学院女大学生对相宜本草护肤品认知及购后满意度评价调查情况，为该产品的销售制定更好的营销策略，开拓大学生市场，提高产品的销售量。

>三、调查的内容和具体项目

（一）消费者

1、消费者统计资料：（生活费、护肤品消费水平、品牌认知度）

2、消费者对于相宜本草品牌的使用情况---是否听说过、用过，满意度如何以及功效是否更能吸引消费者。

（二）市场

1、相宜本草在校园市场上所占的份额

2、消费者需求及购买力情况

3、相宜本草品牌的市场前景预测

（三）竞争者

1、大学生热衷的护肤品品牌所占的市场份额

2、了解各竞争品牌的销售优势

>四、调查范围

南京信息职业技术学院

>五、调查方法

考虑到此次调查工作涉及面广，因此拟采用随机抽样的方法，并拟定样本数为200人。调查方法我们主要采用问卷调查法，鉴于此我们专门制定了一套问卷调查方案。我们采用入户实地调查方法。

>六、资料分析方法

主要采用Excel数据分析及通过图表形式反映情况

>七、进度安排

3月28日制定市场调查策划

3月29日上午制定调查问卷

3月29日下午----31日上午实施调查

3月31日下午数据统计和处理

4月1日上午撰写市场调查报告

>八、经费预算

打印调查问卷200张元/张=20元

备用资金10元

>九、最终成果形式

市场调查报告

>十、附录

（略）

**走访市场调研方案范文 第十八篇**

×××单位 ×××(姓名)

一、调研题目：××××××××

二、调研目的：…………………………………………………… ……………………………………………………………

三、调研提纲

四、调研时间：×月×日——×月×日

五、调研形式：

六、调研步骤：

七、参加调研人员：……………………………………………… ……………………………………………………………

八、经费预算

二.调研方法： 第一类按选择调查对象来划分，有全面普查、重点调查、随机抽样、非随机抽样等;

第二类是按调查对象所采用的具体方法来划分，有访问法、答卷法、电话调查、实际痕迹测量法、行为记录法、观察法、实验法。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！