

最新相宜本草市场调查策划书(通用5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

相宜本草市场调查策划书篇一

一、调查背景

随着社会的发展，现代社会对公民的主体领导意识有越来越高的要求，现在学生特别是大学生成为推动社会经济发展的一支不可忽视的重要的特殊群体，现在大学生就业压力进一步加大，所以在学校加强学生领导意识的培养成为一种趋势。

二、调查目的

通过对山农大东校区的学生的领导意识情况和影响因素的调查研究，探求现代大学生领导意识形成的一般模式，为日后大学新生活的组织和人才素质培养方案的改善奠定基础，同时作为地区个案，对于社会学、领导学和行为组织学的理论建设也有一定的考价值。

三、调查对象

山东农业大学东校区10级入学新生 分析单位：个人

四、调查内容和工具

调查内容：大学入学新生的主题领导意识

调查工具：问卷调查、访谈卡片(见附件)

物质条件：录音笔、手机

五、调查方式、方法及具体实践

调查方式：直接调查为主结合间接调查、抽样调查和个案调查

调查方法：问卷法为主、结合访谈法、观察法

资料分析方法：统计分析、结合理论分析

1、以问卷调查为主，具体实施方法如下：

在完成调查问卷的设计和制作的相关工作后，就可以开展具体的问卷调查了。把调查问卷平均分发给被调查人，统一选择早晚自习这段时间开始进行调查(因为这段时间学生们集中在教室内，便于调查开展，能够给本次调查节约时间和成本)。

调查员在进入教室后说明来意，并特别声明在调查结束后将赠送被调查者一份精美礼物以吸引被调查者的积极参与、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。调查员可以在当地当时收回问卷，也可以第二天收回(不建议)。

2、以访谈为辅助调查，具体实施方法如下：

由于调查形式不同，对调查者所提出的要求也有所差异。调查员在访谈前要事先做好充分的准备、列出调查所要了解的所有问题。调查员在访谈过程中应占据主导地位，把握着整个谈话的方向，能够准确筛选谈话内容迅速的做好笔记以得到真实有效的调查结果。

3、通过网上查询或资料查询统计资料；

调查者查找资料时应注意其权威性及时效性，以尽量减少误

差。因为其简易型，该工作由撰稿人完成。

六、调查程序及时间安排

调查大致可以分为准备、实施、研究、总结四个阶段。

1、准备阶段：它一般分为界定调研问题、设计调研方案、设计调研问卷或调研提纲三个部分。

2、实施阶段：根据调研要求，采用多种形式，由调研人员广泛的手机与调查活动有关的信息。

3、研究阶段：将收集的信息进行汇总、归纳、整理和分析。

4、总结阶段：将调研结果以书面的形式——调研报告表述出来，并进行评估。按调查的实施程序，可分为七个小项来对时间进行具体安排：

调研方案、问卷的设计、修改、论证-----1周左右

七、经费预算

材料费：调查问卷200分10元 查阅资料费：上网查阅 10元

小礼物：10元

共计：30元

八、附录：

参与人员：陈泽华、徐世超

相宜本草市场调查策划书篇二

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。

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。

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。

采用拦截、试吃、访谈等方式进行调查。

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。

(1) 培训□20xx年5月20日

(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□20xx年5月23日

(4) 资料整理分析□20xx年5月24日—25日

(5) 调查报告撰写□20xx年5月26日—31日

礼品费：1000元

交通费：500元

调查报酬：5000元

合计：6500元

相宜本草市场调查策划书篇三

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。

三、调查内容： 1、主要调查内容：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）您是否知道“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承诺是什么？（3）“今越糖可营养片”的消费心理价格订在多少合适？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、次要调查内容：（用观察、分析法）

（1）、用户的特点调查：人口，规模，分布，构成，变动情况，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，产品是否满意；若不满意原因是什么；产品畅销还是滞销原因。

（5）、产品处于生命周期中那一阶段，是否有夭折危机感。

（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？如何正确选择广告媒体，广告效果如何？营销组合策略是否妥当效果如何。

(8)、竞争环境怎样，竞争的力量，竞争结构与规划，竞争内容与手段对手基本情况。

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—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—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、库存情况、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—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—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。

_____ □

请你留下患者的具体名字_____, 年龄_____, 地址_____, 电
话_____, 以备日后我们赠送礼品和跟踪治疗。

谢谢你的参与，我们非常感激，请留下你的姓名_____, 地

址_____,电话_____, 我们日后将不定期对你进行赠送礼品或惊喜。

相宜本草市场调查策划书篇四

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。

20xx年

- 1、主要调查：9月1日—9月15日，
- 2、次要调查：9月16日—11月30日，

我们要进行为期7天的市场调查准备工作，60天的市场调研，确保万无一失

1、主要调查内容：（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）您是否知道“健康乐营养片”这一传统品牌？

知道（） 不知道（）

（2）“健康乐营养片”最受欢迎的功能和服务承诺是什么？

（3）“健康乐营养片”的消费心理价格订在多少合适？

18元（） 28元（） 40元（）

（4）您对“健康乐营养片”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) “健康乐营养片”的独特卖点是什么？

(7) “健康乐营养片”的包装是否受欢迎？

是 () 否 ()

2、次要调查内容：（用观察、分析法）

(1) 用户的特点调查：人口，规模，分布，构成，变动情况，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，产品是否满意。若不满意原因是什么。产品畅销还是滞销原因。

(5) 产品处于生命周期中那一阶段，是否有夭折危机感。

(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。

(7) 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？如何正确选择广告媒体，广告效果如何？营销组合策略是否妥当效果如何。

(8) 竞争环境怎样，竞争的力量，竞争结构与规划，竞争内容与手段对手基本情况。

各地市尝经销商、经销点、商店

(1) 9月1日—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—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、库存情况、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—9月4日，用观察法，直接到市尝经销商、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—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。

- 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“健康乐少儿钙片”？（）
- 3、您是否有过糖尿病史？（）
- 4、您亲戚朋友是否有过糖尿病史？（）
- 5、您是否希望尽快得到治疗？（）
- 6、您是否希望帮助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XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX□

请你留下患者的具体名字xxxxxx□年龄xxxxx□地址xxxxxx□电话xxxxx□以备日后我们赠送礼品和跟踪治疗。

谢谢你的参与，我们非常感激，请留下你的姓名xxxxxx□地址xxxxxx□电话xxxxx□我们日后将不定期对你进行赠送礼品或惊喜。

相宜本草市场调查策划书篇五

：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，市场调查策划方案。

1、主要调查：9月1日—9月15日，

2、次要调查：9月16日—11月30日，

我们要进行为期7天的市场调查准备工作，60天的市场调研，确保万无一失

三

1、主要调查内容：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）您是否知道“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承诺是什么？

（3）“今越糖可营养片”的消费心理价格订在多少合适？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？

(1)、用户的特点调查：人口，规模，分布，构成，变动情况，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，产品是否满意；若不满意原因是什么；产品畅销还是滞销原因，规划方案《市场调查策划方案》。

(5)、产品处于生命周期中那一阶段，是否有夭折危机感。