

Broadview®
www.broadview.com.cn

绝对超值附赠 详见光盘说明
CD

Excel / PowerPoint 市场营销管理

一线工作室 编著

赢在职场



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

Excel / PowerPoint 市场营销管理

一线工作室 编著

赢
在
职
场



電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

本书以市场营销的实际工作内容为主线,将 Excel/PowerPoint 的使用和市场营销工作完美地融合,让读者在快速掌握 Excel/PowerPoint 知识点的同时也提高了实际应用能力。为了便于读者学习和使用,本书配套光盘中附带了全书所有案例的素材和结果文件,以及 Excel 2007 基础知识学习的视频文件。

全书共分为 5 篇、25 章。第 1 篇为市场调查与分析,共 4 章,包括制作销售市场调查问卷、分析消费者购买动机、竞争对手的市场分析和新产品上市分析;第 2 篇为产品定价与分析,共 6 章,包括产品定价分析表、统计分析价格测试结果、批量定货价格折扣、价格变化与销量变动趋势、价格敏感度分析和消费者可接受的价格范围分析;第 3 篇为产品宣传与促销,共 6 章,包括制作产品宣传单、产品促销方案评估、多角度展示产品(PowerPoint)、市场推广计划(PowerPoint)、制作动感宣传片(PowerPoint)和制作招标方案(PowerPoint);第 4 篇为销量统计与分析,共 4 章,包括整理产品销售记录、销售报表管理、销售员业绩及提成核算和公司年度销量分析;第 5 篇为销售费用与利润,共 5 章,包括销售业务投资、销售公司的本量利分析、预测与分析销售费用、核算与分析销售毛利、销售统计报告(PowerPoint)。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

Excel/PowerPoint: 市场营销管理 / 一线工作室编著. —北京: 电子工业出版社, 2009.5

(赢在职场)

ISBN 978-7-121-08285-6

I. E… II. 一… III. 电子表格系统, Excel 2007—应用—市场营销学 IV. TP319 F713.50-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 019579 号

责任编辑: 朱沐红

印 刷: 北京智力达印刷有限公司

装 订: 三河市鹏成印业有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 860×1092 1/16 印张: 21.75 字数: 512 千字 彩插: 2

印 次: 2009 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 4000 册 定价: 45.00 元 (含光盘 1 张)

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。



前言

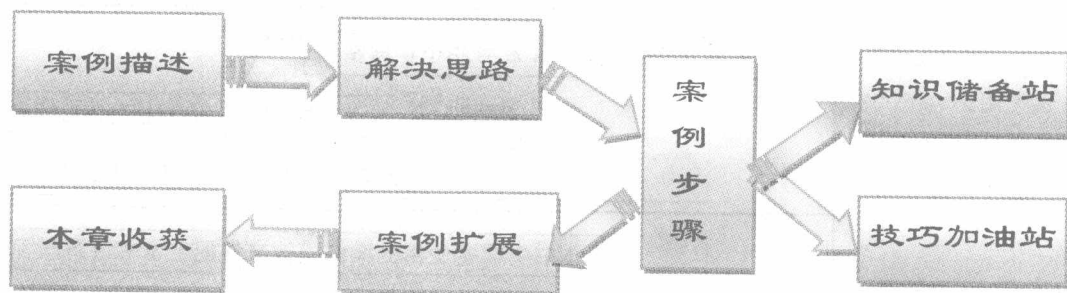
本书含金量

全书“25”章，即25个精讲案例，再加上每章的扩展案例共有“53”例。涵盖了Excel 2007、PowerPoint 2007在市场与营销办公中的典型应用，每个案例都来自办公一线，保证了案例的实用性。同时，本书的配套光盘附带全书所有案例的素材和结果文件，及如下附赠内容：

- ◆ 本书25章25个案例的数据文件；
- ◆ 本书28个扩展案例的数据文件；
- ◆ Excel 2007 基础知识视频文件；
- ◆ 114个案例模板文件（本书案例+随书赠送案例）；
- ◆ Office 2007 技巧300招电子书；
- ◆ Excel 2007 函数速查表；
- ◆ Excel 2007 与 Excel 2003 功能对照表
- ◆ 邓世强老师开发的万能输入法安装程序。

本书体例特点

本书采用双栏排版，内容含量大，每章的主要体例有“案例描述”、“解决思路”、“案例步骤”、“案例扩展”、“本章收获”；在讲解案例的步骤中结合了“知识储备站”和“技巧加油站”两个补充知识的体例，如下图所示。



除了以上这些主要体例外，还有“提示牌”、“注意牌”等小体例，更多关于体例的说明请参阅“本书阅读说明”。

本书六大优势

数量优势——精选“53”例，本系列书中的精讲案例+扩展案例=53；

目录优势——本书的目录包括“整书目录+技巧目录+知识点目录”；

索引优势——本书中会涉及较多知识点和函数的前后引用，同时，在本书的附录还放有本书的函数索引，方便读者查找和使用。

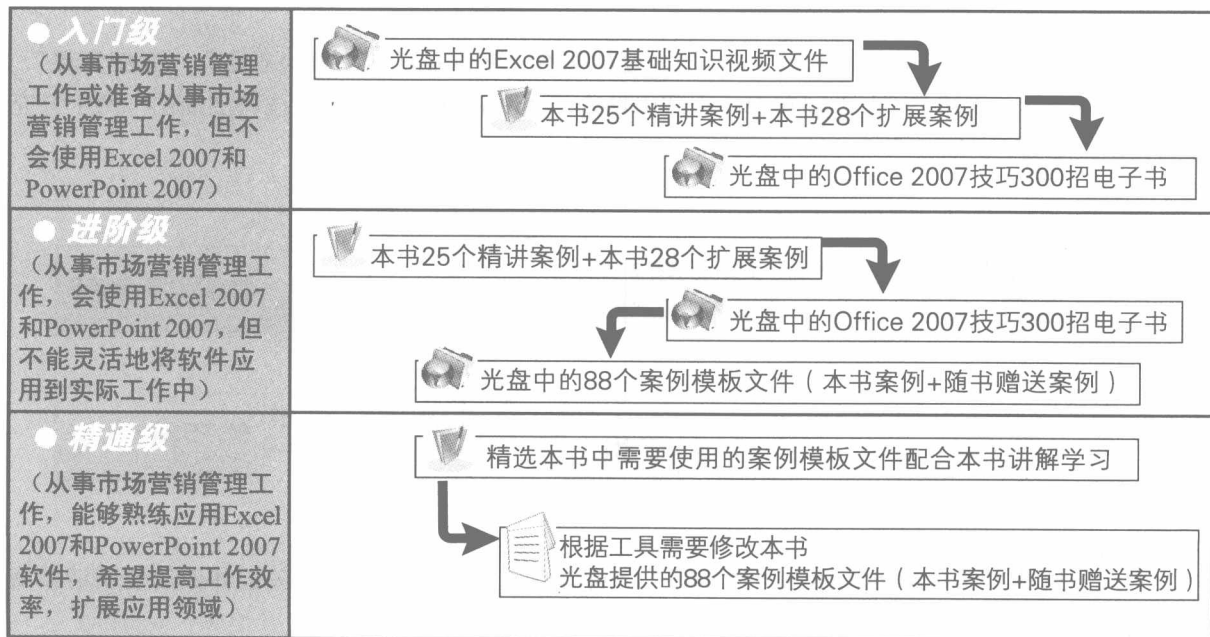
体例优势——本书除了案例的常用体例，“案例描述”、“解决思路”、“效果展示”、“案例步骤”外，还新增有“案例扩展”、“本章收获”体例；

版式优势——本书的案例规模、步骤安排顺序都是依据读者的阅读习惯来定的，整齐、美观，更容易学习。如：每章案例都在8~12页、双栏排版、操作步骤使用“竖排”序号。

适用面广、兼容性好——本书的 Excel 2007 和 PowerPoint 2007 知识适用面广，不仅适用于 Office 2007，而且对 Office 的早期版本都适用，如 Office 2003、Office 2000 等。

本书读者定位

本系列书以“职场”为背景，保证每个案例都来自一线办公，使读者在熟悉行业流程和行业典型案例的同时，迅速提升读者的 Excel 和 PowerPoint 应用能力，帮助读者彻底摆脱每日做不完的琐碎工作，实现高效、科学办公，成为工作中的“赢”者。针对不同级别的学习者，本书还特意设定了如下几条学习路线。



本书售后服务

专用博客：我们特意开通了专用博客，广大读者可以互相交流、讨论 Office 问题。博客版主也会适时对读者的问题进行解答。

博客地址：<http://blog.csdn.net/broadviewoffice>

专用邮箱：凡是书中提到的知识点或问题，本书作者可以免费为读者朋友解答。

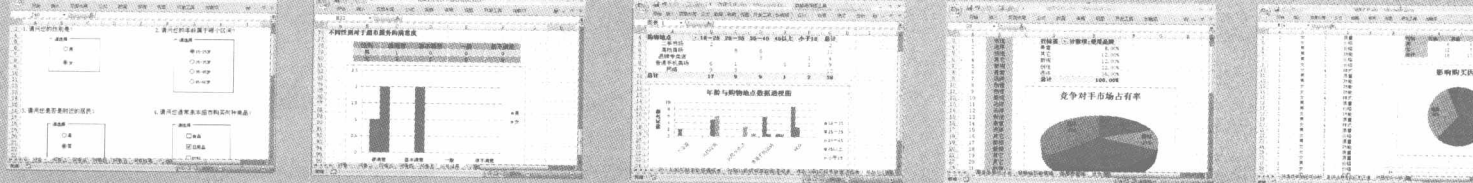
邮箱地址：jsj@phei.com.cn。

致谢

经过紧张的策划，写作，编排，本书已经完稿。虽然在写作的过程中，遇到各种各样的困难，但是参与编写的各位老师，都尽心尽力，力争达到实用，易懂，严谨，高质量，为该书能够尽快与读者见面做出非常大的贡献。在此，我们对所有参与该书编写工作的同仁表示衷心的感谢。

编著者

2008.12.10



目 录

第 1 篇 市场调查与分析

第 1 章 制作销售市场调查问卷	1
1.1 制作调查问卷样式	2
1.1.1 准备工作	2
1.1.2 建立调查问卷的样式	2
1.1.3 建立目标单元格区域	4
1.1.4 建立问题选项和单元格的关联	4
1.1.5 测试选项到单元格的关联	5
1.2 通过表格汇总单元格中的数据	5
1.2.1 单个问题的分类汇总	6
1.2.2 多个问题的分类汇总	7
1.3 为表格增加图表	9
1.4 保护工作表	9
1.5 案例扩展	10
扩展 1、顾客意见调查表	10
1.6 本章收获	10
第 2 章 分析消费者购买动机	11
2.1 创建消费者统计表	12
2.2 校验数据	12
2.3 查看数据	13
2.4 使用数据透视表分析样本组成	15
2.5 使用数据透视图分析样本组成	18
2.6 案例扩展	19
扩展 1、分析多种元素对消费者购买动机的影响	19
扩展 2、数据透视表的筛选和排序功能	21
2.7 本章收获	22

第 3 章 竞争对手的市场分析

3.1 设计调查问卷	24
3.2 替换代码生成结果数据库	24
3.3 分析竞争对手市场占有率	27
3.4 分析竞争对手品牌知名度	28
3.5 分析竞争对手产品推广度	30
3.6 分析学历与选购品牌的关联性	32
3.7 案例扩展	34
扩展 1、利用“无重复双因素方差分析”分析产品销售情况	34
3.8 本章收获	35

第 4 章 新产品上市分析

4.1 设计调查问卷	37
4.2 替换代码生成结果数据库	37
4.3 样本组成分析	38
4.4 产品的市场定位分析	39
4.5 案例扩展	45
扩展 1、新产品的满意度调查	45
4.6 本章收获	47

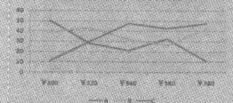
第 2 篇 产品定价与分析

第 5 章 产品定价分析表

5.1 设置工作表格式	49
5.2 计算毛利及成本合计	50
5.3 计算参考单价及成本比例值	51
5.4 计算市场占有率及利润值	52
5.5 设置表格数据格式	54

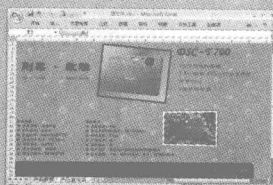
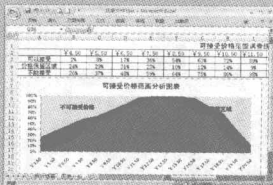
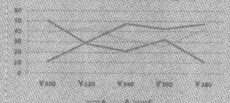
产品名称	Y300	Y320	Y340	Y360	Y380
A	50	48	31	20	11
B	39	42	32	28	42
C	11	29	47	62	47

价格变动对购买行为的影响



产品名称	Y300	Y320	Y340	Y360	Y380
A	50	48	31	20	11
B	39	42	32	28	42
C	11	29	47	62	47

价格变动对购买行为的影响



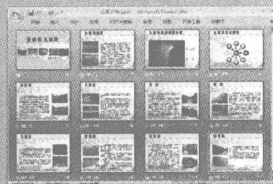
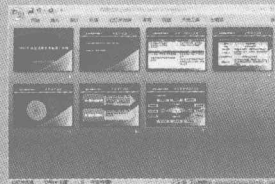
品牌	产量A	产量B	产量C	产量D	产量E
品牌A	15	15	15	15	15
品牌B	20	20	20	20	20
品牌C	25	25	25	25	25
品牌D	30	30	30	30	30
品牌E	35	35	35	35	35
品牌F	40	40	40	40	40
品牌G	45	45	45	45	45
品牌H	50	50	50	50	50
品牌I	55	55	55	55	55
品牌J	60	60	60	60	60

5.6 案例扩展	55
扩展 1、特殊定价决策分析	55
扩展 2、降价决策分析	57
5.7 本章收获	58
第 6 章 统计分析价格测试结果	59
6.1 打开并插入“结果统计分析”工作表	60
6.2 制作设置“结果统计分析”工作表	60
6.3 应用 COUNTIF 函数统计测试结果	62
6.4 创建统计分析图表	63
6.5 选择图表数据源	64
6.6 设置图表格式	65
6.7 案例扩展	66
扩展 1、消费者渠道选择分析	66
6.8 本章收获	69
第 7 章 批量订货价格折扣	70
7.1 保护“价格表”设置	71
7.2 创建“图书批量订购表”	72
7.3 完善“订购表”相关数据的功能	72
7.4 利用公式引用设置商品名称	73
7.5 完成各项数值计算	74
7.6 案例扩展	75
扩展 1、年末返利核算	75
7.7 本章收获	78
第 8 章 价格变化与销量变动趋势分析	79
8.1 打开并完成表格计算	80
8.2 隐藏行与列	81
8.3 创建数据点折线图	82
8.4 编辑图表格式	83
8.5 案例扩展	84
扩展 1、月份对商品销售量影响分析	84
8.6 本章收获	87
第 9 章 价格敏感度分析	88
9.1 创建数据标记折线图	91

9.2 设置图表源数据	91
9.3 调整图表位置及大小	92
9.4 设置坐标轴刻度及图表标题	93
9.5 设置数据系列格式	93
9.6 图表数据分析	94
9.7 案例扩展	93
扩展 1、气温与电器销量相关性分析	93
扩展 2、品牌区域的差异化分析	95
9.8 本章收获	97
第 10 章 消费者可接受的价格范围分析	98
10.1 复制并完善工作表	99
10.2 创建堆积面积图表	101
10.3 设置图表格式	101
10.4 美化图表	102
10.5 使用文本框标记数据系列	104
10.6 案例扩展	104
扩展 1、竞争产品销量对比分析	104
10.7 本章收获	106

第 3 篇 产品宣传与促销

第 11 章 制作产品宣传单	107
11.1 创建产品宣传单基本结构	108
11.2 插入标题艺术字	108
11.3 设置标题格式	109
11.4 插入图片	110
11.5 设置图片格式	111
11.6 制作与美化产品图表	113
11.7 案例扩展	114
扩展 1、插入 SmartArt 图片	114
11.8 本章收获	116
第 12 章 促销方案评估	117
12.1 建立销售数据表	118
12.2 建立促销效果评估标准	119



12.3	设计促销方案评估表	119
12.4	案例扩展	121
	扩展 1、绘制簇状柱形图	121
12.5	本章收获	122
第 13 章	制作招标方案	123
13.1	通过模板新建演示文稿	124
13.2	规划演示文稿结构	125
13.3	制作幻灯片	127
13.4	预览并放映幻灯片	131
13.5	保存演示文稿	131
13.6	案例扩展	132
	扩展 1、加盟商招募计划	132
13.7	本章收获	135
第 14 章	市场推广计划	136
14.1	新建并保存演示文稿	137
14.2	设置幻灯片的版式及背景	137
14.3	编辑标题幻灯片	139
14.4	创建母版	140
14.5	制作内容幻灯片	143
14.6	案例扩展	150
	扩展 1、制作商务计划演示文稿	150
14.7	本章收获	156
第 15 章	多角度展示产品	157
15.1	新建并保存演示文稿	158
15.2	编辑母版	158
15.3	制作标题页幻灯片	160
15.4	制作其他幻灯片	162
15.5	创建幻灯片跳转链接	167
15.6	设置动画效果	168
15.7	案例扩展	170
	扩展 1、公司展示宣传网页	170
15.8	本章收获	174
第 16 章	制作动感宣传片	175

16.1	打开演示文稿	176
16.2	完成标题页制作	177
16.3	制作“九寨沟概况”幻灯片	179
16.4	利用 SmartArt 图形制作景点总汇	182
16.5	制作各景点介绍幻灯片	183
16.6	为演示文稿插入声音	185
16.7	在幻灯片之间添加切换效果	186
16.8	案例扩展	187
	扩展 1、交互式商品相册	187
16.9	本章收获	191

第 4 篇 销量统计与分析

第 17 章	整理产品销售记录	192
17.1	创建销售数据清单	193
17.2	简单排序“销售地区”	194
17.3	各地区排序的销售业绩	195
17.4	自定义排序“销售地区”	196
17.5	筛选出销售业绩最佳的地区	197
17.6	案例扩展	199
	扩展 1、促销产品销售分析	199
	扩展 2、销售回款比例分析	201
17.7	本章收获	202
第 18 章	销售报表管理	203
18.1	创建销售报表管理系统基本表格	204
18.2	创建销售报表明细数据	206
18.3	创建销售报表管理系统操作界面	216
18.4	设置用户登录和退出功能	218
18.5	整合销售报表管理系统	220
18.6	案例扩展	221
	扩展 1、经销商管理系统	221
18.7	本章收获	226
第 19 章	销售员业绩及提成核算	227
19.1	创建并设置月销售清单	228



19.2	销售额的统计及分析	230
19.3	计算销售员销售提成	236
19.4	创建销售业绩与销售提成报表	237
19.5	案例扩展	238
	扩展 1、经销商返利核算与分析	238
19.6	本章收获	240
第 20 章	公司年度销量分析	241
20.1	创建年度销量分析透视表	242
20.2	设置年度销量分析透视表格式	244
20.3	查看销售量最差的三类产品	245
20.4	分析各部门各类产品销售情况	246
20.5	查看其他销量情况信息	248
20.6	使用数据透视图进行销量分析	250
20.7	本章收获	252

第 5 篇 销售费用与利润

第 21 章	销售业务投资	253
21.1	创建计算表格并完成相应计算	254
21.2	制作两种方案的毛利润曲线图表	256
21.3	添加交互控件	260
21.4	将规划求解结果存为方案	262
21.5	编辑与合并方案	262
21.6	创建方案摘要	263
21.7	本章收获	264
第 22 章	销售公司的本量利分析	265
22.1	处理基本模型数据	266
22.2	创建与编辑模型的基础图表	269
22.3	添加图表控件	271
22.4	优化模型的数据处理	272
22.5	创建优化模型盈亏面积图	276
22.6	案例扩展	278
	扩展 1、非线性本量利分析	278
22.7	本章收获	283

第 23 章 预测与分析销售费用

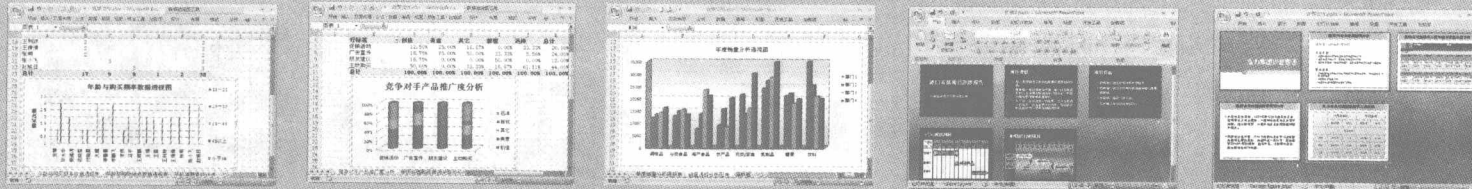
23.1	使用直线拟合法预测销售费用	285
23.2	使用指数回归曲线法预测销售费用	287
23.3	使用移动平均法预测销售费用	288
23.4	使用散点图及趋势线分析预测销售费用	290
23.5	案例扩展	292
	扩展 1、生产成本预测	292
	扩展 2、生产成本分析	296
23.6	本章收获	298

第 24 章 核算与分析销售毛利

24.1	分析销售收入与销售成本	300
24.2	分析销售费用与销售税金	308
24.3	分析年度总销售收入、成本、费用与税金	310
24.4	计算与分析销售毛利	313
24.5	案例扩展	314
	扩展 1：企业利润综合分析	315
24.6	本章收获	318

第 25 章 销售统计报告

25.1	制作标题幻灯片	320
25.2	制作柱形图幻灯片	321
25.3	利用 Excel 制作统计表格幻灯片	324
25.4	制作饼图幻灯片	325
25.5	制作折线图幻灯片	328
25.6	制作总结幻灯片	329
25.7	案例扩展	330
	扩展 1、行业经营报告	330
25.8	本章收获	333



知识储备站目录

★知识储备站: 关于单元格的引用.....	5
★知识储备站: AND 函数简介.....	8
★知识储备站: IF 函数简介.....	8
★知识储备站: 数据透视表/图在销售中的应用.....	18
★知识储备站: 数据透视图的优势.....	19
★知识储备站: COUNTIF 函数简介.....	29
★知识储备站: 方差分析.....	34
★知识储备站: SUMPRODUCT 函数简介.....	41
★知识储备站: ROUND 函数简介.....	46
★知识储备站: SUM 函数简介.....	51
★知识储备站: 单元格引用.....	53
★知识储备站: 数字格式的种类.....	55
★知识储备站: 图表类型简介.....	63
★知识储备站: VLOOKUP 函数简介.....	74
★知识储备站: 关于嵌套函数.....	75
★知识储备站: SUMIF 函数简介.....	77
★知识储备站: AVERAGE 函数简介.....	80
★知识储备站: 图表的组成结构.....	82
★知识储备站: 折线图基本介绍.....	89
★知识储备站: CORREL 函数简介.....	94
★知识储备站: 公式中的运算符及优先级.....	100
★知识储备站: 面积图表的基本介绍.....	101
★知识储备站: 新建演示文稿方法综述.....	124
★知识储备站: 幻灯片背景填充方式说明.....	138
★知识储备站: 关于母版.....	142
★知识储备站: 关于 SmartArt 图形.....	147
★知识储备站: 关于艺术字.....	159
★知识储备站: 数据清单简介.....	194
★知识储备站: 常见排序问题的解决.....	197
★知识储备站: MAX 函数简介.....	198
★知识储备站: SUBTOTAL 函数简介.....	200
★知识储备站: OFFSET 函数简介.....	207
★知识储备站: COUNTA 函数简介.....	207
★知识储备站: MATCH 函数简介.....	208
★知识储备站: SMALL 函数简介.....	209
★知识储备站: ROW 函数简介.....	209
★知识储备站: LEFT 函数简介.....	214
★知识储备站: VALUE 函数简介.....	214
★知识储备站: MONTH 函数简介.....	215
★知识储备站: RANK 函数简介.....	234
★知识储备站: 数据透视表简介.....	243
★知识储备站: 数据透视图简介.....	252
★知识储备站: LINEST 函数简介.....	286
★知识储备站: INDEX 函数简介.....	287
★知识储备站: LOGEST 函数简介.....	288
★知识储备站: SLOPE 函数简介.....	295
★知识储备站: INTERCEPT 函数简介.....	295
★知识储备站: NOW 函数简介.....	297
★知识储备站: HLOOKUP 函数简介.....	301
★知识储备站: 公式与函数运算常见错误分析.....	302
★知识储备站: 创建组合图表.....	313
★知识储备站: 关于演示文稿主题.....	321
★知识储备站: 关于幻灯片的切换效果.....	324



技巧加油站目录

- ◎技巧加油站: 快速删除字段的方法 16
- ◎技巧加油站: 快速显示数据透视图的方法 18
- ◎技巧加油站: 快速复制公式 25
- ◎技巧加油站: 使用高级筛选指定输出位置 32
- ◎技巧加油站: 用“格式刷”快速格式化
 单元格 55
- ◎技巧加油站: 自动套用格式 61
- ◎技巧加油站: 更改图表类型 64
- ◎技巧加油站: 打开“保护工作表”对
 话框的快捷方法 71
- ◎技巧加油站: 利用 Excel 数据有效性定
 制下拉列表框 73
- ◎技巧加油站: 快速插入函数的方法 80
- ◎技巧加油站: 快速创建图表的方法 82
- ◎技巧加油站: 设置图表其他格式效果的方法 84
- ◎技巧加油站: 用鼠标快速调整图表大小 90
- ◎技巧加油站: 快速打开“设置坐标轴
 格式”对话框 91
- ◎技巧加油站: 同时设置多行(列)的
 行高(列宽) 118
- ◎技巧加油站: 插入幻灯片的其他方法 126
- ◎技巧加油站: 删除幻灯片的其他方法 126
- ◎技巧加油站: 快速设置段落首行缩进 127
- ◎技巧加油站: 幻灯片放映的快捷方式 131
- ◎技巧加油站: 自动保存的设置 132
- ◎技巧加油站: 打开“设置背景格式”
 对话框的快捷方法 138
- ◎技巧加油站: 将形状转换为文本框 140
- ◎技巧加油站: 复制幻灯片的方法 141
- ◎技巧加油站: 将幻灯片中的文字更改
 为艺术字效果 159
- ◎技巧加油站: 图片的对齐与分布 162
- ◎技巧加油站: 动画效果的浏览方法 169
- ◎技巧加油站: 更改“最近使用的文档”列表中
 文档的显示数量 177
- ◎技巧加油站: 不改变序号的排序技巧 195
- ◎技巧加油站: 取消分类汇总 198
- ◎技巧加油站: 单元格的命名方法 204
- ◎技巧加油站: 打开“属性”对话框的
 快捷方法 217
- ◎技巧加油站: 关于快速填充功能 230
- ◎技巧加油站: 自定义数据透视表样式 244
- ◎技巧加油站: 添加和删除数据透视表中
 的字段 246
- ◎技巧加油站: 利用自动优选按钮显示
 优选方案 255
- ◎技巧加油站: 自定义自动填充序列 267
- ◎技巧加油站: 使用一次按钮创建图表 309

第4章

制作销售市场调查问卷

效果展示

1. 请问您的性别是?

性别

☐ 男

☒ 女

2. 请问您的年龄属于哪个区间?

年龄

☒ 15-25岁

☐ 25-35岁

☐ 35-45岁

☐ 45-60岁

3. 请问您是否是附近居民?

是否

☐ 是

☒ 否

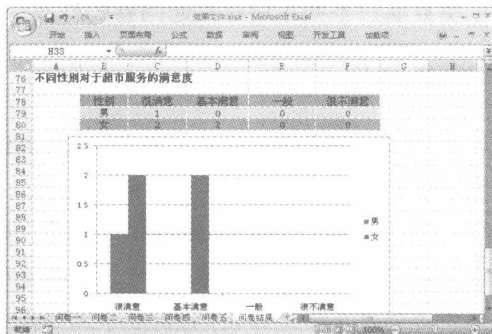
4. 请问您通常来本超市购买何种商品?

商品

☐ 食品

☒ 日用品

☐ 化妆品



案例描述

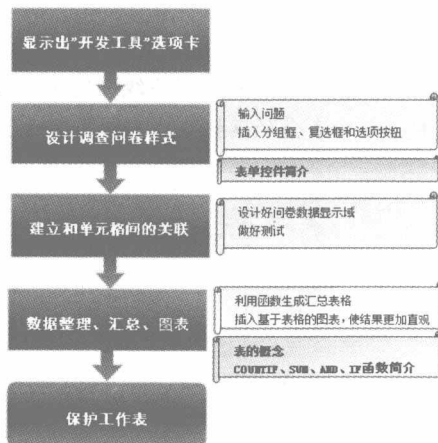
现有某家大型超市开业不久,正在进行降价促销活动,该超市经理希望了解顾客的基本情况以及顾客对超市各方面的看法,以便更好地改进工作,提高顾客满意度。

调查问卷的对象是从光临该超市的顾客中随机抽取出来的,采用选择题的形式,共有8个问题,主题分别是顾客性别、顾客年龄、居住地点、购买意向、服务满意度、购物频次,以及对促销的反应,其中购买意向是多选题,其他均为单选题。

主要的工作可分为两大块,一是调查问卷的制作,二是数据的整理分析,为简单起见,本案例的目标是将5份问卷和相应数据处理作为不同的工作表放在一个工作簿中,用户在解答问卷的同时可自动记录数据并产生相关的图表,实际工作中可增加问卷数量并将问卷和数据处理结果放在不同的工作簿文件中。

解决思路

先设计调查问卷的内容,制作出问卷的总体样式,然后将问题选项和单元格建立关联,之后对问卷功能进行测试,再利用公式对调查获得的数据进行汇总,形成多个表格,并做出相应的图表,最后对工作表进行保护,如下图所示。



操作步骤

效果文件: CDR0M/01/效果文件.xlsx

1.1 制作调查问卷样式

调查问卷的样式主要包括问题和选项两个部分, 每个问题下面有若干个选项, 可能是单选也可能是复选, 我们需要通过不同手段建立起问卷的样式。

1.1.1 准备工作

现在开始制作调查问卷样式的准备工作, 具体操作步骤如下。

- ① 启动“Microsoft Office Excel 2007”程序, 新建工作簿并将其命名为“效果文件”, 在新建的工作簿中再创建3个工作表, 将前5个工作表命名为“问卷一”至“问卷五”, 最后一个工作表命名为“结果汇总”, 如图 1-1 所示。

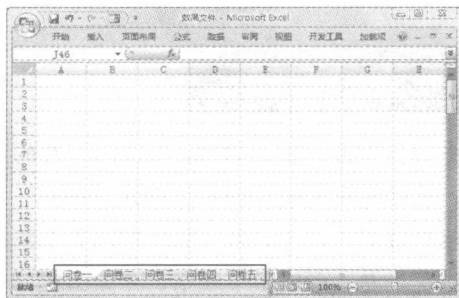


图 1-1

- ② 单击工作表“问卷一”, 在“视图”选项卡“显示/隐藏”选项组中去掉对“网格线”复选框的选择, 隐藏 Excel 中多余的网格线, 如图 1-2 所示。



图 1-2

- ③ 单击软件左上角的“Office”按钮, 选择“Excel 选项>常用”命令, 在“使用 Excel 时采用的首选项”中单击“在功能区显示“开发工具”选项卡”复选框, 使该选项处于选中状态, 如图 1-3 所示。

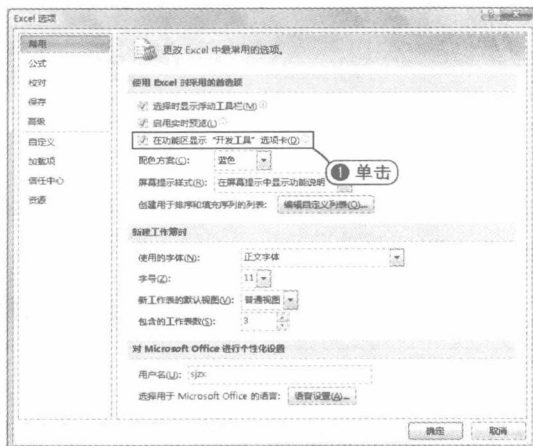


图 1-3

注意

设计调查问卷需注意的问题

- 在“视图”选项卡“显示/隐藏”选项组中去掉对“网格线”复选框的选择, 隐藏 Excel 中多余的网格线, 这样可以使问卷看起来更加美观。
- Excel 2007 在默认情况下是不显示“开发工具”选项卡的, 该选项卡主要是和程序开发的内容有关, 这里我们用到的是“控件”选项组中的插入表单控件功能。

1.1.2 建立调查问卷的样式

准备工作完成之后, 我们就可以开始制作调查问卷了, 具体操作步骤如下。

- ① 在适当的位置输入问卷问题, 输入时先单击相应单元格, 然后在编辑框或单元格位置输入内容, 效果是一样的, 利用编辑框输入内容的方式如图 1-4 所示。

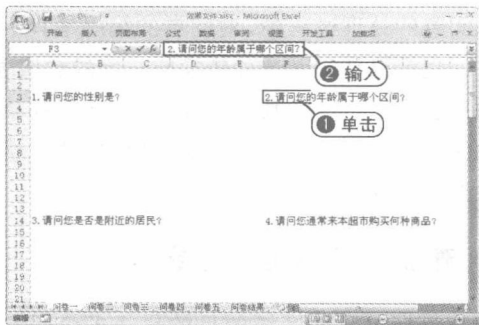


图 1-4

- ② 从“开发工具”选项卡选择“插入”命令，在“表单控件”下拉框中单击“分组框”控件，如图 1-5 所示。

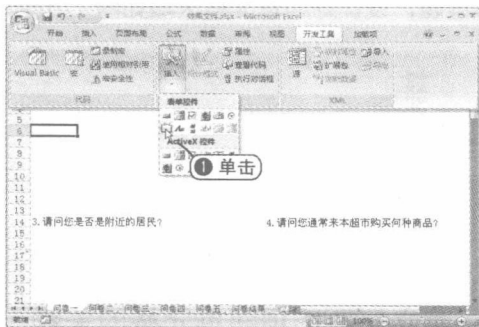


图 1-5

- ③ 当鼠标的形状变成“十”字时，在希望插入分组框的位置拖曳鼠标，达到满意的尺寸后松开鼠标，便形成一个编辑状态下的分组框，同时在上端会给出一个默认的标题，通常是“分组框 + 序号”，单击标题后可更改标题内容，在这里我们输入“请选择”。如不输入任何内容，则变成一个封闭的矩形，编辑状态下的分组框如图 1-6 所示。

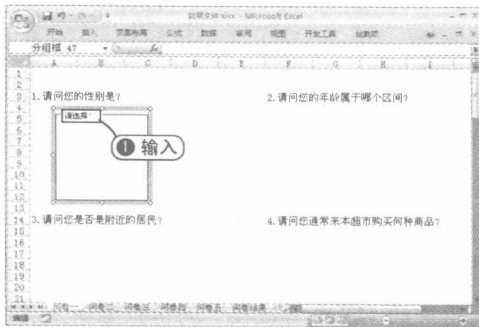


图 1-6

提示

有关分组框的概念

➤ 分组框通常和选择项结合起来使用，它的作用是将选择项限制在一定作用范围内，如不加分组框，在一个工作表中插入的所有选择项只能有一个处于选中状态，另外分组框还有提示和美观的作用。

➤ 单击分组框的边框部分，可以使分组框进入编辑状态，在该状态下修改标题内容，调整分组框的大小并移动其位置。

➤ 按住【Ctrl】键，在鼠标箭头的右上角会出现一个加号，此时单击分组框边框，同样会使分组框进入编辑状态，结果和直接单击边框效果一样，但这一点对于其他表单控件未必如此，在后面插入选择项的时候会再次说明。

- ④ 在为每个问题插入分组框后，开始添加问题的选择项，这里有多选题和单选题两种情况。对于单选题，在“开发工具”选项卡中单击“插入”命令，在“表单控件”下拉框中单击“选项按钮”控件，如图 1-7 所示。

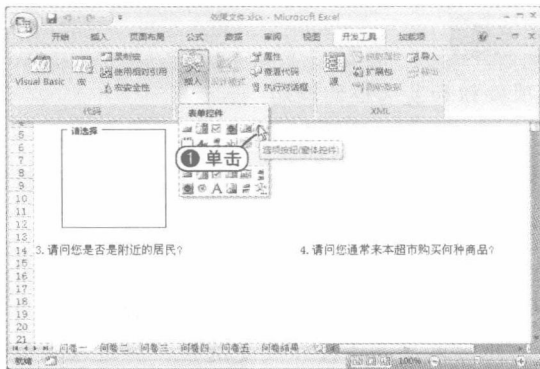


图 1-7

- ⑤ 此时鼠标变为“十”字形，拖曳鼠标确定选项按钮的位置和尺寸，其中默认内容为“选项按钮”，单击后可以修改内容，在选项按钮范围外单击便确认了对选项按钮的编辑，该过程如图 1-8 所示。

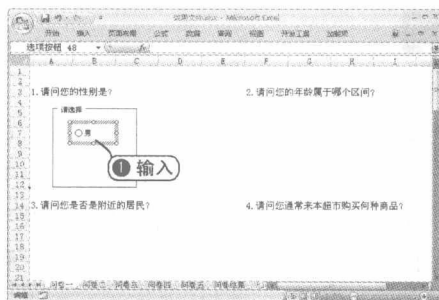


图 1-8

- ⑥ 对于复选框，在“表单控件”中单击“复选框(窗体控件)”控件，如图 1-9 所示。

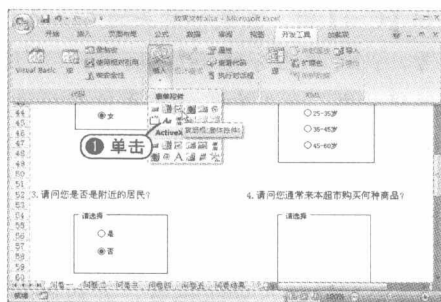


图 1-9

复选框的编辑确认和选项按钮类似，这里不再赘述。我们再建立 4 个工作表，形成 5 份内容一样的调查问卷。完成后的问卷样式可参考光盘中本章的效果文件。

提示

选项按钮和复选框的概念

- 同一个分组框中的选项按钮每次只能有一个选项处于选中状态，同一个分组框中的复选框可以有多个选项处于选中状态。
- 单击选项按钮或复选框，将改变选中状态。按住【Ctrl】键，鼠标箭头的右上角会出现一个加号，此时单击选项按钮或复选框，将进入编辑状态，这点和复选框情况不同。

建立选项和单元格间的关联

Excel 对单元格有强大的处理功能，对于选项来说，处于选中状态后需要有一个单元格来反映这种变化，通过对应单元格的值来判断选择状态的变化，同时这样做还方便对数据做进一步的处理。

在问卷的处理过程中，对问卷的编码是其中重要的一步，也就是将问题选项转换成一定的数值表示，这样做有利于进一步的数据处理。建立选项和单元格之间的关联，也就是将选项的状态转化成单元格中的数值，这样也就实现了问卷的编码。

1.1.3 建立目标单元格区域

建立目标单元格区域的目的是将多个问卷的结果集中起来，这样便于检查和后续的处理。

新建工作表，命名为“问卷结果”，每个问卷的答案作为一列显示，单选题只对应一个单元格，多选题对应多个单元格，其中第四题为多选题，其余题目均为单选题，设计好的单元格区域如图 1-10 所示。



图 1-10

1.1.4 建立问题选项和单元格的关联

问题选项是通过引用的方式和单元格建立关联的，具体操作步骤如下。

- ① 在工作表“问卷一”中，置第一题的某个选项为编辑状态，右击该选项，选择“设置控件格式”命令，如图 1-11 所示。

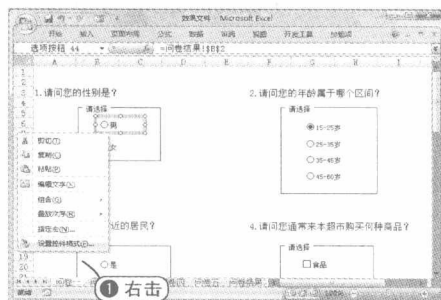


图 1-11

- ② 弹出“设置控件格式”对话框，在“控制”选项卡中的“单元格链接”编辑框里输入“问卷结果”工作簿中对应单元格的绝对引用“问卷结



果!\$B\$2”，或者单击编辑框右边的按钮来选定目标单元格，最后单击“确定”按钮，该过程的效果如图 1-12 所示。

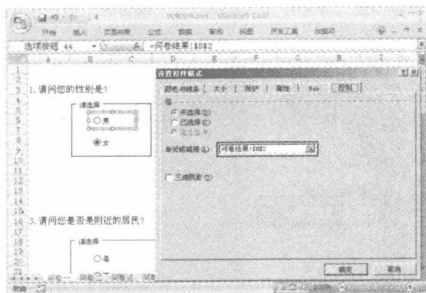


图 1-12

提示牌

建立单元格关联的快捷方式

还有另外一种更直接的方法建立单元格关联，在选项进入编辑状态后，在编辑框中直接输入目标单元格的引用，如图 1-13 所示。

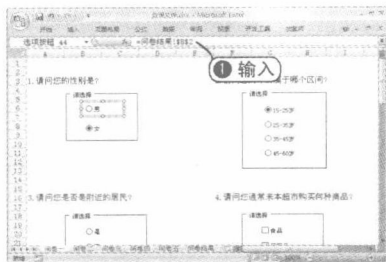


图 1-13

- ③ 对于多选题，每个选项都需要指定不同的单元格，方法同单选题一样。
- ④ 使用同样的方法为另外 4 份调查问卷指定好单元格关联。



知识储备站：关于单元格的引用

单元格引用是一种指代一个单元格或一个单元格区域的方法，通过单元格引用，可以很方便地在函数、公式以及其他需要用到单元格的场合表示特定的单元格或单元格区域。

单元格的引用是用列号加行号来表示的，如 B5 是代表 B 列第 5 行那个单元格。对于一个单元格区

域是用区域左上角和右下角两个单元格的引用，中间加一个冒号来表示，如 A3:F7 代表左上角为 A3，右下角为 F7 这段连续的单元格区域；如果是不连续的区域，需要分别进行表示，并在中间用逗号隔开。

1.1.5 测试选项到单元格的关联

接下来我们需要在各问卷中输入一些测试数据，观察一下目标单元格区域有何变化，是否按照我们设想的方式进行。

对于单选题，无论选项多少，一个分组框只对应一个单元格，如果未曾选择，单元格为空，如果单击某个选项按钮，对应单元格会显示出该选项按钮插入分组框中的序号。如第一题是问顾客性别的，在制作选项时如果先插入了“男”这个选项，再插入“女”这个选项，那么选择“男”，对应单元格会显示“1”，选择“女”，对应单元格会显示“2”。

对于多选题，有几个选项就对应几个单元格，如某个选项被选中，则该选项对应的单元格会显示“TRUE”，如取消选择对应的显示为“FALSE”，如果从未选择某项，该项对应的单元格为空。

图 1-14 所示界面为 5 份问卷全部填满答案后在目标单元格区域的显示结果。

	问卷一	问卷二	问卷三	问卷四	问卷五
问题一	1	2	3	4	5
问题二	2	3	4	5	6
问题三	3	4	5	6	7
问题四	4	5	6	7	8
问题五	5	6	7	8	9
问题六	6	7	8	9	10
问题七	7	8	9	10	11
问题八	8	9	10	11	12
问题九	9	10	11	12	13
问题十	10	11	12	13	14

图 1-14

1.2 通过表格汇总单元格中的数据

在客户完成问卷之后，单元格中的数据也就完整了，这时我们需要通过表格来把数据进行分类汇总，用直观的方式来表现问卷的结果，这样做也为进一步处理数据奠定了基础。