

访问员应如何敲门?

受访者不开门怎么办?

如何回答“我凭什么相信你?”

如何回答“你为什么要访问我，而不去访问别人?”

受访者的问卷完成一半想终止怎么办?

访问员应如何调节访问中的沉闷气氛?

访问时准备什么样的礼品最好?

国内权威的市场调查访问培训手册

MARKET RESEARCH MANUAL

袁岳 主编

市场调查手册

浙江人民出版社

国内权威的
市场调查访问培训手册

市场调查手册

袁 岳 主编

MARKET
RESEARCH
MANUAL

浙江人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

市场调查手册/袁岳主编. - 杭州: 浙江人民出版社,
2002. 5

ISBN 7-213-02377-2

I. 市... II. 袁... III. 市场调查-手册
IV. F713.52-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 016010 号

市场调查手册

袁 岳 主编

出版发行	浙江人民出版社 (杭州体育场路 347 号)
责任编辑	丁睿娟
封面设计	王义钢
责任校对	张谷年
经 销	浙江省新华书店
激光照排	杭州兴邦电子印务有限公司
印 刷	浙江大学印刷厂 (杭州市玉古路浙大内)
开 本	850 × 1168 1/32
印 张	6.375
字 数	14 万
插 页	2
印 数	1 - 7000
版 次	2002 年 5 月第 1 版 2002 年 5 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-213-02377-2/F·403
定 价	15.00 元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。

《市场调查手册》编委会

主 编	袁 岳			
编 委	胡 伶	班 森 琦	曾 慧 超	
	谭 丹	汤 雪 梅	华 欣	
	姜 莉	李 念 周		

目 录

【导 论】.....	1
（一）什么是市场调研？	1
（二）为什么要进行市场调研？	2
（三）市场调研实施都要做些什么工作？	3

基 础 篇

一、现场实施有哪些具体的方法？	9
（一）什么是定量研究方法？	9
1. 什么是面对面访问？	10
2. 什么是入户访问？	11
3. 入户访问有哪些特点？	11
4. 什么是拦截访问？	12
5. 拦截访问有哪些特点？	12
6. 什么是电话访问？	13

7. 电话访问有哪些特点?	13
8. 什么是邮寄访问?	13
9. 邮寄访问有哪些特点?	14
10. 什么是观察监测访问?	15
11. 观察监测访问有哪些特点?	15
12. 什么是产品留置访问?	16
13. 产品留置访问有哪些特点?	16
14. 什么是固定样组调查?	17
15. 固定样组调查有哪些特点?	17
16. 什么是 CATI 访问?	18
17. CATI 访问有哪些特点?	18
18. 什么是 CAPI 访问?	19
19. CAPI 访问有哪些特点?	19
(二) 什么是定性研究方法?	20
1. 什么是小组(焦点)座谈会?	20
2. 小组(焦点)座谈会具有哪些特征?	21
3. 在什么情况下会开小组座谈会?	22
4. 小组焦点座谈会的召开需要具备哪些条件?	23
5. 什么是深度访谈?	24
6. 深度访谈主要有哪些特征?	24
7. 在什么情况下可能采用深度访谈?	25
8. 访问员在做深度访谈时应掌握哪些技巧?	25
(三) 定性调查与定量调查的关系	26
1. 定性调查方法与定量调查方法之间存在什么关系? ...	26
2. 市场调查如何选择定量调查与定性调查方法?	27

二、现场实施需要哪些人力资源? 28

1. 访问员是谁? 28
2. 访问员有哪几种? 28
3. 访问员在市场调查中担当什么角色? 29
4. 访问员的主要职责是什么? 30
5. 访问员应遵守哪些基本原则? 30
6. 访问员的经历对今后的工作有帮助吗? 30
7. 访问员从何而来? 31
8. 访问员应当具备哪些条件? 31
9. 如何挑选访问员? 31
10. 访问员与公司职员之间是什么关系? 32
11. 复核员也是访问员吗? 32
12. 复核员的主要职责是什么? 33
13. 复核员和访问员之间的分工有什么不同? 33
14. 复核员和访问员在进行管理中需要注意哪些问题? 33
15. 督导员是什么样的人? 33
16. 督导员应具备哪些素质? 34
17. 督导员有哪些职责? 34
18. 督导员与访问员、复核员之间是怎样的关系? 34

三、市场研究的样本选择运用什么技术方法? 36

(一) 抽样及抽样分类 36

1. 什么叫抽样? 36
2. 什么是抽样总体? 36
3. 抽样的基本方法及分类? 37
4. 什么是简单随机抽样? 38

5. 如何在调查中实现简单随机抽样?	38
6. 什么是系统抽样?	38
7. 如何在调查中实现系统抽样?	39
8. 什么是分层抽样?	40
9. 如何在调查中实行分层抽样?	40
10. 什么是整群抽样?	41
11. 如何在调查中实现整群抽样?	42
12. 分层抽样与整群抽样的区别?	42
13. 什么是多级抽样?	43
14. 多级抽样中的二级抽样和分层抽样、整群抽样的 区别?	43
15. 什么是方便抽样?	43
16. 什么是判断抽样?	44
17. 什么是配额抽样?	44
18. 如何在调查中实现配额抽样?	44
19. 什么是滚雪球抽样?	45
(二) 样本及抽样框	46
1. 什么是样本?	46
2. 如何理解拒访样本、过滤样本、有效样本及接触 样本?	46
3. 什么叫抽样框?	49
4. 抽样框有哪几种?	49
5. 不同的抽样框如何建立?	50
6. 如何选择一种最有效的抽样框?	51
7. 抽样图是什么?	51
8. 抽样图如何获得?	55

9. 抽样图如何使用?	55
四、现场实施需要的基本工具是什么?	56
1. 什么叫问卷?	56
2. 问卷都有哪些功能?	57
3. 问卷都有哪些类型?	58
4. 什么叫访问问卷?	60
5. 访问问卷的基本结构是怎样的?	60
6. 什么叫访问提纲?	66
7. 访问问卷与访问提纲有什么区别吗?	66
8. 访问时除问卷外,访问员还需要带上什么?	67
9. 卡片在访问中主要起什么作用?	67
10. 测试样品是指什么?	67
11. 什么时候要准备照片?	68
12. 访问时为什么要有礼品赠送?	68
13. 准备怎样的礼品最好?	68
14. 访问员入户登记表有什么作用?	69
15. 访问员入户登记表都要填写哪些内容?	69
16. 访问员工作记录单要填写哪些信息?	69
17. 配额表是什么?	70
18. 访问员需要带上哪些必要的身份证件?	71
19. 访问员指导手册主要包括哪些内容?	71
20. 访问员指导手册有什么作用?	71
21. 访问员应如何更有效地利用访问员指导手册?	72

实 施 篇

一、访问员在接触受访对象时应如何做？	75
1. 访问员在访问前应做好哪些准备？	75
2. 在什么时间段进行入户面访最好？	76
3. 访问员应该有哪些安全意识？	77
4. 访问员要进入封闭式小区应掌握哪些技巧？	78
5. 访问员被居民小区保安或居委会人员拒绝入内应 如何解释？	78
6. 访问员或访问问卷被小区保安或居委会扣留 怎么办？	79
7. 访问员应如何敲门？	79
8. 访问员在敲门时应该是怎样的形象？	80
9. 访问员应如何介绍自己？	81
10. 受访者不开门怎么办？	82
11. 受访者要当场与访问员所在调查公司确认访问员 身份怎么办？	83
12. 受访者接受访问但不让访问员进门怎么办？	83
13. 如何应对受访对象说“太忙了，没有时间”？	84
14. 怎样回答“你究竟是做什么的？”	84
15. 如何回答“我凭什么相信你？”	85
16. 如何应答“你为什么要访问我，你去访问别人吧”？ ..	85
17. 如何回答“我为什么要回答你这些问题，难道说这是 我的义务？”	85
18. 如何回答“我对你说了这些，不会有什么别的	

麻烦吧?”	86
19. 如何回答“你是一个人来的吗?”	86
20. 如何回答“你是怎么知道我的电话号码的?”	87
21. 电话接线员不给你转接电话怎么办?	87
22. 受访者不愿接受访问怎么办?	88

二、访问员在访问的过程中应注意哪些问题?

1. 访问员到受访者家庭中应保持怎样的位置?	90
2. 受访者家庭中有多人都想回答问题怎么办?	91
3. 受访者的问卷完成一半想终止怎么办?	92
4. 受访者挽留访问员在家吃饭,访问员要留下来吗?	92
5. 访问员该不该用受访者家庭的洗手间?	92
6. 访问员可不可以用自己的话来提问?	93
7. 访问员可不可以适当地引导受访者回答问题?	93
8. 访问员应如何恰当地调节访问中的沉闷气氛?	94
9. 什么情况下可以由受访者自行填写问卷?	95
10. 访问员在什么情况下需要追问?	95
11. 访问员在什么情况下要出示卡片?	97
12. 哪些问题的选项访问员在访问过程中不需读出?	98
13. 受访者回答问题时有过多的评论或牢骚怎么办?	98
14. 受访者在访问的同时做家务怎么办?	99
15. 受访者在访问过程中参与性不强,不能很认真地 配合访问怎么办?	99
16. 怎样回答“问题怎么这么多,什么时候才能完?”	100
17. 怎样回答“这个问题很难说,你怎么看?”	100
18. 怎样回答“大家都不见得说真话,你以为我会说	

真实的意见吗?”	100
19. 怎样应答“为什么要问关于我个人或家庭的基本情况,我不会告诉你的”	101
20. 怎样回答“你们测试的产品可信吗,我们用了不会有什么危险吧?”	101
21. 怎样应答“我的意见与我家人的意见是一致的,你访问他们吧!”	101
22. 在访问的过程中,受访者家中突然来电话怎么办? ...	102
23. 访问员能以总结受访者意见的方式来填写开放题吗?	102
24. 开放式题目中受访者答案应在访问过程中及时记录呢,还是在所有访问完成后记录?	102
 三、访问员在访问结束时应注意哪些问题?	104
1. 如何更好地表达你对受访者的谢意?	104
2. 受访者不收礼品怎么办?	105
3. 如何提高受访者提供联系方式的有效性?	106
4. 受访者索要空白问卷怎么办?	107
5. 访问员该不该过多地在受访者家里逗留?	108
6. 受访者需要了解公司的具体情况怎么办?	108

控制篇

一、实施前期应该如何进行质量控制?	111
1. 项目实施的执行计划如何撰写?	111
2. 督导员在联络访问员时应确定哪些因素?	112

3. 项目实施的访问员培训过程应有哪些内容?	114
4. 如何做好访问员培训过程中的模拟访问	117
5. 访问员在培训过程中放弃访问怎么办?	118
6. 每个访问员的访问工作量如何分配效果最好?	119
7. 督导员也需要培训吗?	120
8. 应该如何培训外地督导员?	120
二、调查项目现场实施中应如何进行质量控制?	122
1. 调查项目现场实施的主要程序是什么?	122
2. 现场实施有哪些基本原则?	125
3. 陪访就等于两个人一起去访问吗?	125
4. 陪访会对访问质量的提高有帮助吗?	126
5. 什么情况特别需要陪访来控制质量?	126
6. 一个项目的现场实施需要安排多少陪访?	127
7. 督导员有几种方式来控制访问质量?	127
8. 现场实施的实地督导是怎么一回事?	128
9. 现场实施时的实地督导工作是怎么开展的?	128
10. 实地督导在现场应怎样分配有效的工作量?	129
11. 实地督导在监控实地质量工作上需要注意 哪些环节?	129
12. 如何进行访问问卷的审核?	130
13. 问卷审核时访问员一定要在场吗?	132
14. 审核问卷需要进行回访吗?	132
15. 电话访问不能同时进行陪访应如何进行质量 控制?	132

三、调查项目现场实施后期应如何进行质量控制? 133

1. 什么是问卷复核? 133
2. 一份较好的复核问卷都应具有哪些基本题目? 133
3. 复核有哪几种方式? 134
4. 访问员主要会在哪些方面出现作弊情况? 136
5. 需要进行复核的问卷如何抽取? 138
6. 一般复核问卷的比例是多少? 138
7. 什么样的问卷为质量好的问卷? 138
8. 什么样的问卷为作弊问卷? 139
9. 如果发现访问员作弊怎么办? 141
10. 对作弊访问员应如何处理? 142

四、现场实施后期应如何做好质量控制工作的检讨? 143

1. 质量控制工作的检讨从哪几个方面进行? 143
2. 访问员总结访问经验的形式有哪几种? 145
3. 异地访问员进行访问总结时应特别注意哪些方面? ... 146
4. 好的访问经验如何让更多的访问员知道? 148

管 理 篇

一、如何更好地进行访问员管理? 153

1. 访问员队伍的组建在公司管理中居于什么地位? ... 153
2. 访问员如何进行招聘? 155
3. 访问员应该经过哪些培训? 157
4. 访问员的基础培训包括哪些内容? 160
5. 公司在平时应对访问员进行怎样的日常管理? 160

6. 项目结束后,如何对访问员进行成绩评估?	162
7. 如何处理有访问劣绩的访问员?	163
8. 访问员的队伍需要不断更新吗?	164
9. 如何建立与访问员之间的有效沟通?	165
10. 访问员的劳务费应遵循怎样的原则制定?	166
11. 访问员也需要除报酬之外的激励吗?	168
12. 如何增强公司对访问员的凝聚力?	169
13. 如何对访问员进行及时的挫折免疫和挫折修复? ...	170
14. 访问员的再培训是在什么情形下进行的?	176
二、如何更好地进行督导员管理?	179
1. 为什么要有兼职督导?	179
2. 兼职督导是如何遴选的?	180
3. 兼职督导与访问员之间的关系是怎样的?	180
4. 公司应该建立怎样的兼职督导管理制度?	181
5. 兼职督导应该接受哪些方面的培训?	182
6. 如何评估兼职督导的工作绩效?	182
附表一 访问员求职申请表	183
附表二 访问员档案	184
附表三 参加过的研究项目(一)、(二)	185
附表四 访问员证	187
附表五 低质与作弊问卷鉴定表	188

导 论

这是一个民意为先的时代,这是一个消费者为重的时代,这是一个市场调研时时处处出现的时代,市场、调研、分析已经成为人们耳熟能详的词语。我们推出这本实地调研手册,希望它成为一本极其实用的实地访问的《十万个为什么?》,我们尽力解答你在访问实施中曾遇到的困难或可能会碰到的困难;帮助你提高访问技巧;同时期待保持并提高你对调查的信心,协助调动你的工作热情。

(一) 什么是市场调研?

我们目前常说的市场调研,或称之为市场调查与研究,包括民意调查和商业调查,民意调查,顾名思义,是对民众意见和意愿的调查。在于帮助决策者了解民众的思想情绪,掌握社会的脉搏,并以此为依据,调整和协调不同利益集团间的关系,消减

社会矛盾和冲突,使社会循着良性发展的轨道运行,以确保长期的团结、祥和、稳定。而随着社会不断发展,越来越多的企业意识到要在市场竞争中赢得消费者,就必须了解消费者的需求以及满足这种需求的方式,由此商业调查为满足这种企业对市场信息的需要应运而生,商业调查泛指为了获得第一手的商业信息数据而专门进行的市场研究活动。其实,并非所有的数据都需要通过调查这种方式获得,调查其实是在其他渠道无法廉价地获得相关数据时的一种选择,或许是由于数据检索上的困难,或者由于企业有特殊的要求,比如要求数据的即时性、广泛性、有效性或要在短期内达到企业要求,一些数据必须借助市场调查这种方式来获得。

(二) 为什么要进行市场调研?

随着我国市场经济体系的逐步建立和发展,一些企业已逐步把市场调研作为取得企业所需生产和经营信息的重要手段,并通过市场调研取得了良好的经营业绩,企业可以通过多种方式如自己组织人员进行市场调研,或委托有关的市场调研公司进行。通过市场调研,能够让生产产品或提供产品服务的企业了解消费者对其产品或服务的评价、期望和想法。同时,市场调研也给消费者提供一个表达自己意见的机会,使他们能够把自己对产品或服务的意见、想法及时反馈给生产企业或产品供应商。

实践证明,哪个企业重视市场调研,哪个企业的市场调研做得好,哪个企业的产品或服务就更适合消费者的需要,就更能赢