



现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材
中国高等职业技术教育研究会科研项目优秀成果

物流管理专业

物流市场 调查与分析

主 编 胡丽霞 陈 捷
副主编 李作聚 李 柱



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材

物流市场调查与分析

主 编 胡丽霞 陈 捷

副主编 李作聚 李 柱



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本书基于北京顺鑫绿色物流公司配送业务客户满意度市场调查工作的开展顺序,设计了物流市场调查部门的成立、物流市场调查方案的设计、物流市场调查问卷的设计、物流市场调查的实地实施、物流市场调查数据的分析、物流市场调查报告的撰写、物流市场调查报告的展示7个教学项目,不仅完整呈现了物流市场调查工作的全过程,使学生掌握相应的市场调查相关知识、技能和素养;同时,本教材还设计了学生相应的实训任务,可以对应于教师课上所授内容,进行各自小组的主题调查活动,实现“教、学、做”一体化的教学方法。使用本教材开展教学,可以使学生在校学习顺序与实际物流市场调查工作程序无缝隙结合,可以帮助学生们在参加工作后,熟练应对工作中的新任务。

本书既可作为高等职业院校物流管理专业的教学用书,也可以作为广大工商企业、调查咨询企业从业人员提高业务素质的培训教材。对于广大物流管理专业学生和财经业界朋友而言,是一本非常有价值的读物。

本书配有免费电子教案,读者可以从中国水利水电出版社网站以及万水书苑下载,网址为: <http://www.waterpub.com.cn/softdown/>或 <http://www.wsbookshow.com>。

图书在版编目(CIP)数据

物流市场调查与分析 / 胡丽霞, 陈捷主编. — 北京:
中国水利水电出版社, 2011.1
现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材
ISBN 978-7-5084-8146-3

I. ①物… II. ①胡… ②陈… III. ①物资市场—调查—教材②物资市场—市场需求分析—教材 IV.
①F252.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第237144号

策划编辑: 杨 谷 责任编辑: 李 炎 加工编辑: 胡海家 封面设计: 李 佳

书 名	现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材 物流市场调查与分析
作 者	主 编 胡丽霞 陈 捷 副主编 李作聚 李 柱
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (营销中心)、82562819 (万水)
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京市天竺颖华印刷厂
规 格	184mm×260mm 16开本 13.25印张 326千字
版 次	2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷
印 数	0001—4000册
定 价	25.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换
版权所有·侵权必究

现代服务业技能人才培养培训模式研究与实践 课题组名单

顾 问：王文瑾 李燕泥 王成荣

汤鑫华 周金辉 许 远

组 长：李维利 邓恩远

副组长：郑锐洪 闫 彦 邓 凯

李作聚 王文学 王淑文

杜文洁 陈彦许

秘书长：杨庆川

秘 书：杨 谷 周益丹 胡海家

陈 洁 张志年

课题参与院校

北京财贸职业学院
北京城市学院
国家林业局管理干部学院
北京农业职业学院
北京青年政治学院
北京思德职业技能培训学校
北京现代职业技术学院
北京信息职业技术学院
福建对外经济贸易职业技术学院
泉州华光摄影艺术职业学院
广东纺织职业技术学院
广东工贸职业技术学院
广州铁路职业技术学院
桂林航天工业高等专科学校
柳州铁道职业技术学院
贵州轻工职业技术学院
贵州商业高等专科学校
河北公安警察职业学院
河北金融学院
河北软件职业技术学院
河北政法职业学院
中国地质大学长城学院
河南机电高等专科学校
开封大学
大庆职业学院
黑龙江信息技术职业学院
伊春职业学院
湖北城市建设职业技术学院
武汉电力职业技术学院
武汉软件工程职业学院
武汉商贸职业学院
武汉商业服务学院
武汉铁路职业技术学院
武汉职业技术学院
湖北职业技术学院

荆州职业技术学院
上海建桥学院
常州纺织服装职业技术学院
常州广播电视大学
常州机电职业技术学院
常州建东职业技术学院
常州轻工职业技术学院
常州信息职业技术学院
江海职业技术学院
金坛广播电视大学
南京化工职业技术学院
苏州工业园区职业技术学院
武进广播电视大学
辽宁城市建设职业技术学院
大连职业技术学院
大连工业大学职业技术学院
辽宁农业职业技术学院
沈阳师范大学工程技术学院
沈阳师范大学职业技术学院
沈阳航空航天大学
营口职业技术学院
青岛恒星职业技术学院
青岛职业技术学院
潍坊工商职业学院
山西省财政税务专科学校
陕西财经职业技术学院
陕西工业职业技术学院
天津滨海职业学院
天津城市职业学院
天津天狮学院
天津职业大学
浙江机电职业技术学院
鲁迅美术学院
宁波职业技术学院
浙江水利水电专科学校

实践先进课程理念 构建全新教材体系

——《现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材》

出版说明

“现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材”丛书是由中国高等职业技术教育研究会立项的《现代服务业技能人才培养培训模式研究与实践》课题^①的研究成果。

进入新世纪以来,我国的职业教育、职业培训与社会经济的发展联系越来越紧密,职业教育与培训的课程的改革越来越为广大师生所关注。职业教育与职业培训的课程具有定向性、应用性、实践性、整体性、灵活性的突出特点。任何的职业教育培训课程开发实践都不外乎注重调动学生的学习动机,以职业活动为导向、以职业能力为本位。目前,职业教育领域的课程改革领域,呈现出指导思想多元化、课程结构模块化、职业技术前瞻化、国家干预强化化的特点。

现代服务类专业在高等职业院校普遍开设,招生数量和在校生人数占到高职学生总数的40%左右,以现代服务业的技能人才培养培训模式为题进行研究,对于探索打破学科系统化课程,参照国家职业技能标准的要求,建立职业能力系统化专业课程体系,推进高职院校课程改革、推进双证书制度建设有特殊的现实意义。因此,《现代服务业技能人才培养培训模式研究与实践》课题是一个具有宏观意义、沟通微观课程的中观研究,具有特殊的桥梁作用。该课题与人力资源和社会保障部的《技能人才职业导向式培训模式标准研究》课题^②的《现代服务业技能人才培养培训模式研究》子课题并题研究。经过酝酿,于2008年底进行了课题研究队伍和开题准备,2009年正式开题,研究历时16个月,于2010年12月形成了部分成果,具备结题条件。课题组通过高等职业技术教育研究会组织并依托60余所高等职业院校,按照现代服务业类型分组,选取市场营销、工商企业管理、电子商务、物流管理、文秘、艺术设计专业作为案例,进行技能人才培养培训模式研究,开展教学资源开发建设的试点工作。

《现代服务业技能人才培养培训方案及研究论文汇编》(以下简称《方案汇编》)、《现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材》(以下简称《规划教材》)既作为《现代服务业技能人才培养培训模式研究与实践》课题的研究成果和附件,也是人力资源和社会保障部部级课题《技能人才职业导向式培训模式标准研究》的研究成果和附件。

《方案汇编》收录了包括市场营销、工商企业管理、电子商务、物流管理、文秘(商务秘书方向、涉外秘书方向)、艺术设计(平面设计方向、三维动画方向)共6个专业8个方向的人才培养方案。

《规划教材》是依据《方案汇编》中的人才培养方案,紧密结合高等职业教育领域中现代服务业技能人才现状和课程设置进行编写的,教材突出体现了“就业导向、校企合作、

① 课题来源:中国高等职业技术教育研究会,编号:GZYLX2009-201021

② 课题来源:人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心,编号:LA2009-10

双证衔接、项目驱动”的特点，重视学生核心职业技能的培养，已经经过中国高等职业技术教育研究会有关专家审定，列入人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心的《全国职业培训与技能鉴定用书目录》。

本课题在研究过程中得到了中国水利水电出版社的大力支持。本丛书的编审委员会由从事职业教育教学研究、职业培训研究、职业资格研究、职业教育教材出版等各方面专家和一线教师组成。上述领域的专家、学者均具有较强的理论造诣和实践经验，我们希望通过大家共同的努力来实践先进职教课程理念，构建全新职业教育教材体系，为我国的高等职业教育事业以及高技能人才培养工作尽自己一份力量。

丛书编审委员会

现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材

物流管理专业编委会

主 任：李作聚

副主任：（排名不分先后）

江红英	鲍仕梅	詹玉铸	邓 凯	朱美虹
曹 军	付丽茹	王 爽	罗松涛	连茜平
包 博	裴 斐	刘 健	胡丽霞	李方峻
罗佩华	许迅安	王明玉	夏丽丽	李韞繁
李春艳	王 耀	王志彬	李人晴	

委 员：（排名不分先后）

宋彦斌	武晓钊	王 艳	杨爱花	杜 坤
李 敏	徐丽娟	强 戈	黄 宾	裘浙冰
何娟琴	王一曙	龚雪慧	蒋云松	肖海慧
于 俊	王成杰	徐金海	吴进红	王 寅
刘细萍	伏小良	蒋淑华	陈晓波	王 丹
何卫萍	贺 红	李 珍	来 燕	严军花
翟 玲	鲁艳萍	田青艳	李 虹	陈 赅
祝丽杰	杨嘉伟	郭月凤	郑 彬	李维国
刘 敏	陈兴霞	姜 君	邱学林	张莉莉
苗汇丰				

前 言

作为 21 世纪世界新的经济增长点，现代物流产业是中国经济的朝阳产业，同时也是中国十大振兴产业之一。现代物流产业的快速发展对物流人才产生了迫切的需求，现代物流人才已被列为中国 12 类紧缺人才之一。调查数据显示，现代物流产业发展最紧缺两类人才：一类是管理型的物流高级经理；一类是技能型的物流一线人才。近些年来，我国物流管理高等职业教育蓬勃发展，为社会培养了一大批高素质技能型的物流一线人才，促进了物流产业的发展。但是，高等职业教育培养的高素质技能型人才在实际工作中存在许多的不足：普遍缺乏实际工作经验、动手能力不强、对工作流程掌握不够熟练等，职业能力优势没有得到很好的体现。

教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量若干意见》（教高[2006]16 号文）中明确规定，要“加大课程建设与改革的力度，增强学生的职业能力。改革教学方法和手段，融‘教、学、做’为一体，强化学生能力的培养。与行业企业共同开发紧密结合生产实际的实训教材，并确保优质教材进课堂。”

本教材是中国高等职业技术教育研究会项目《现代服务业技能人才培养培训模式研究与实践》子课题的研究成果，是积极按照教育部关于高职教育教学改革工作部署，深入进行课程改革的新成果。本教材以强化学生的职业能力培养为目标，是校企合作共同开发基于工作过程的教学素材，可以实现“教、学、做”为一体的教学方法改革。

本教材的特点主要有：

一、基于工作过程的教学内容安排

本教材基于真实物流市场调查工作的开展顺序，设计了物流市场调查部门的成立、物流市场调查方案的设计、物流市场调查问卷的设计、物流市场调查的实地实施、物流市场调查数据的分析、物流市场调查报告的撰写、物流市场调查报告的展示 7 个教学项目，完整呈现了物流市场调查工作的全过程，使实际物流市场调查工作程序与学生在校学习顺序无缝隙结合，帮助学生们在参加工作后，可以熟练应对工作中的新任务。

二、实现“教、学、做”一体化的教学方法

使用本教材进行教学，教师可以在课堂上完整呈现北京顺鑫绿色物流公司配送业务客户满意度市场调查的全过程，使学生掌握相应的市场调查相关知识、技能和素养；同时，本教材还设计了学生相应的实训任务，可以对应于教师课上所授内容，进行各自小组的主题调查活动。教师教学活动与学生实践活动两条线同时进行，教师教学活动结束，学生自己的调查作品完成，实现“教、学、做”一体化的教学方法。

三、以全国大赛来促进教与学能力的提升

本教材中融入了大量由中国商业联合会、中国商业统计学会联合举办的全国商科院校市场调查分析技能大赛知识赛考试题，并展示了实践赛获奖作品。市场调查大赛的引入，是想让全国市场调查大赛成为促进教师教学水平与学生学习水平提升的动力，成为检验教师教学能力与学生学习能力的标准，让学生在更宽广的舞台上展示市场调查工作中的职业能力和职

业素养。

本教材在编写过程中，与北京工业职业技术学院、天津滨海职业学院、浙江水利水电专科学校、辽宁农业职业技术学院的相关教师进行了深入的交流，并广泛吸收了国内外优秀教材的成果，体现了全新的设计理念，语言通俗易懂、案例真实生动。正是由于本教材定位明确、理论适中、项目真实，既注重经典理论和方法的介绍、又注重实践与调研能力的培养，因此，本教材既可作为高等职业院校物流管理专业的教学用书，也可以作为广大工商企业、调查咨询企业从业人员提高业务素质的培训教材。对于广大物流管理专业学生和财经业界朋友而言，是一本非常有价值的读物。

本教材由北京财贸职业学院信息物流系教师胡丽霞、陈捷担任主编，其中胡丽霞老师撰写了项目一、项目三、项目五，陈捷老师撰写了项目二、项目四、项目六、项目七，北京财贸职业学院信息物流系李作聚老师、北京顺鑫绿色物流有限公司李柱部长主要参与了教材中配送业务市场调查的前期策划、实施监控和报告撰写等工作。附录是全国商科院校市场调查技能大赛网站公布的知识模拟题，获奖作品是由北京财贸职业学院工商管理系田志英、尹颖汤、梁艳老师共同指导的 2010 年实践赛获奖作品，教材中的大赛试题来自全国商科院校市场调查分析技能大赛指定书籍，由陈启杰教授主编的教材《市场调研与预测》、《市场调查预测习题与实例》（上海财经大学出版社）。此外，书中调查项目在实施过程中，得到北京顺鑫绿色物流有限公司、中石化易捷便利店、华润超市员工的大力支持和帮助，还有北京财贸职业学院物流管理专业学生的辛勤付出，在此向以上同志和同学表示衷心的感谢。

由于作者水平有限，本书难免存在不妥之处，在此诚恳地希望广大读者能够提出宝贵意见，以使本教材日臻完善。

编者
2010 年 10 月

目 录

前言

项目一 物流市场调查部门的成立	1	任务引入	71
学习目标	1	知识要点	72
任务引入	1	任务实施	77
知识要点	2	实训任务	89
任务实施	6	大赛试题	92
实训任务	7	子项目二 调查数据的描述与分析	93
大赛试题	11	学习目标	93
项目二 物流市场调查方案的设计	12	任务引入	93
学习目标	12	知识要点	93
任务引入	12	任务实施	100
知识要点	12	实训任务	108
任务实施	18	大赛试题	111
实训任务	21	子项目三 调查数据的动态分析	112
大赛试题	25	学习目标	112
项目三 物流市场调查问卷的设计	26	任务引入	112
学习目标	26	知识要点	112
任务引入	26	任务实施	115
知识要点	26	实训任务	120
任务实施	38	大赛试题	123
实训任务	41	子项目四 调查数据的相关与回归分析	123
大赛试题	44	学习目标	123
项目四 物流市场调查的实地实施	46	任务引入	124
学习目标	46	知识要点	124
任务引入	46	任务实施	126
知识要点	46	实训任务	129
任务实施	60	大赛试题	132
实训任务	64	项目六 物流市场调查报告的撰写	134
大赛试题	69	学习目标	134
项目五 物流市场调查数据的分析	71	任务引入	134
子项目一 调查数据的统计处理与显示	71	知识要点	134
学习目标	71	任务实施	142

实训任务.....	152	附录.....	165
大赛试题.....	155	附录一 各种技能证书考试对市场调查技能的要求	165
项目七 物流市场调查报告的展示	156	附录二 全国商科院校市场调查分析技能大赛知识赛模拟题	168
学习目标.....	156	附录三 全国商科院校市场调查分析技能大赛实践赛获奖作品	181
任务引入.....	156	参考文献	200
知识要点.....	156		
任务实施.....	159		
实训任务.....	161		
大赛试题.....	164		

项目一 物流市场调查部门的成立



学习目标

通过本项目的学习，你应该达到以下目标：

1. 知识目标

- ①了解市场调查部门的分类；
- ②了解市场调查人员的岗位；
- ③了解市场调查人员应该具备的素质。

2. 能力目标

- ①能够识别市场中的调查机构类型；
- ②能够组建自己的调查小组，并进行人员合理分工。

3. 素养目标

培养团队合作精神。

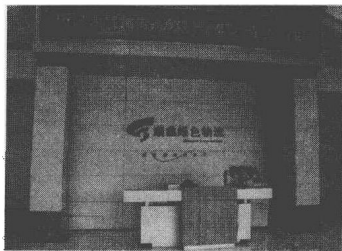


任务引入

北京顺鑫绿色物流有限公司成立于2003年9月，是北京顺鑫农业股份有限公司的控股子公司，公司位于北京市顺义区空港经济开发区金马园，注册资本8000万元，总投资2.2亿元，建有21340平方米的货架式仓储配送中心和14000平方米的生鲜加工配送中心，常温商品日配送能力3.9万箱，公司已通过ISO9001质量管理和ISO14001环境管理体系认证。

公司以优化客户产品供应链为指导，以快捷、安全、可靠、节省为原则，为客户量身定制服务方案，对物流运作实施动态跟踪，统一调度与监控，24小时全天候服务，为客户提供配送线路最优、库存水平最佳、货物配装最合理、物流成本最低、安全性能最高的优质服务，是客户最可信赖的物流服务商。

公司为了发展需要，需设立一个市场调查部门，时时跟踪客户的信息反馈，提升公司的服务质量。请为该公司设置一个市场调查部门，并配备相关人员。





知识要点

知识要点一 市场调查部门的类型

市场调查是一种程序规范的组织行为，是一项专业性很强的活动，需要系统的组织和周密的计划，必须由专业的机构或部门来承担。所以，要想做好一项市场调查工作，首先要了解不同类型的市场调查机构和功能，了解市场调查不同岗位人员的工作内容和素质要求，以及把握市场调查人员的选择和培训等工作技巧。

市场调查机构是指专门或主要从事市场调查活动的单位或部门，它是一种服务性的组织机构，一般分为两种类型：企业内部自设的调查部门和企业外部独立的市场调查机构。

一、企业内部自设的市场调查部门

企业内部的市场调查部门是指为获得市场营销决策所需的市场信息，从事市场信息的收集、加工或提供的企业内部的组织或个人。一些大型的企业，如美国的宝洁公司、中国的海尔公司等，都会设置自己的市场调查部门。还有一些企业，是在某个职能部门设置市场调查兼职机构，如在企业的会计部、广告部、销售部等设置调查项目组。尤其是与消费者生活密切相关的行业，如食品、服装、家电等，更重视市场调查部门的设置。

二、企业外部的市场调查部门

企业外部的市场调查部门分为以下几种类型：

(一) 市场调查公司

市场调查公司是指专门接受各方委托，从事市场调查或预测的组织或个人。按照所提供的服务范围不同，它可以细分为完全服务公司和有限服务公司两种类型。

1. 完全服务公司

完全服务公司是综合性的市场调查机构，是指那些根据委托方的要求，进行各种类型的市场调查、研究、咨询、预测，提供企业所需的各种数据、资料、信息，为企业的经营服务调查的专业机构。完全服务公司又分为辛迪加服务公司、标准服务公司和定制服务公司 3 种类型。

①辛迪加服务 (Syndicated Service) 公司。该公司是指收集少数几个主题的相关信息，然后提供给订阅客户的市场调查机构。或者说是调查公司基于了解市场、建立资料库的目的，定期地搜集各种各样的数据和信息，一般都整理成数据集以刊物的形式提供给订阅客户。如我国央视调查咨询中心下属的央视—索福瑞媒介研究公司，它向广告公司和企业提供关于收看各种电视节目收视率的信息。

②标准服务 (Standardized Service) 公司。这类公司以标准、固定的方式进行市场调查项目，并将调查结果提供给多个客户。

③定制服务 (Customized Service) 公司。这类公司根据某一委托方的具体需要专门进行市场调查，他们与委托方公司的管理层合作，解决各种营销问题，要经历调查的整个过程。如华南国际市场研究公司，它是世界排名第二的定制服务市场研究公司集团在中国的分公司，它为中国超过 20 个行业的近千家企业提供市场调查服务。

2. 有限服务公司

有限服务公司是一类功能专一的市场调查公司。许多中小型的市场调查公司，无法为客

户提供全方位的服务。他们往往将自身的核心优势定位在某一项专一的调查功能上,专门从事某方面或某几方面的调查工作,于是便出现了现场服务公司、数据分析服务公司、数据输入服务公司等类型的市场调查机构。

①现场服务(Field Service)公司。这类公司主要为市场调查项目收集数据,对现场质量控制拥有丰富的经验,他们专长于各类调查技术,如邮件调查、电话调查、拦截访问、深度小组讨论等。

②分析性服务(Analytical Service)公司。这类公司提供包括问卷设计与测试、抽样方案设计等专门性服务。

③数据输入服务(Data Entry Service)公司。这类公司提供问卷的编辑、数据编辑和数据输入服务。

④数据分析服务(Data Analysis Service)公司。这类公司专门从事定量数据的计算机分析。

(二) 广告公司的市场调查部门

不少规模较大的广告公司都设有市场调查部门,接受客户市场调查的委托,但多数与广告活动有关,主要承担广告制作前期调查和广告效果调查等调查任务。

(三) 咨询公司

这类公司一般由资深的专家、学者和富有实践经验的人员组成,为企业提供指导性建议,充当企业顾问。咨询公司在咨询业务中,需要进行大量的市场调查,调查结果是咨询目标分析与建议提出的重要依据。

(四) 政府机构设立的调查机构

各级政府设立的统计部门和有关政府职能部门设立的调查机构或信息中心,国家、省、市级的统计部门等,既承担重大社会、经济问题的调查任务,也承担企业委托的调查任务。

市场调查部门的分类情况如图 1-1 所示。

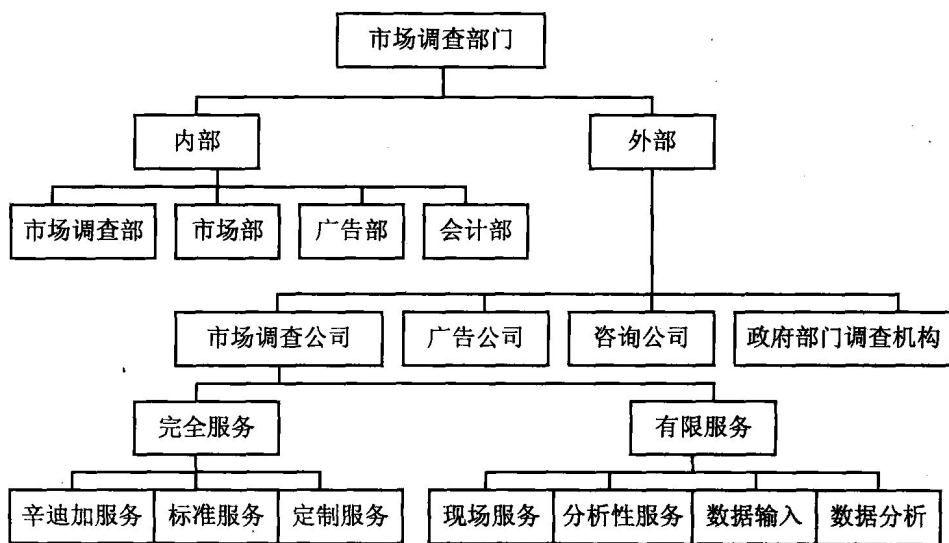


图 1-1 市场调查部门分类

知识要点二 市场调查人员的岗位及要求

市场调查机构承担的各项活动由不同职能的人员来完成,他们分工明确,执行与完成各自的工作任务,从而保证整个调研项目顺利进行。在市场调查机构中,根据每个人承担的职责和执行操作环节不同,可以分为项目经理、项目督导、调查访问员3个岗位。对这3个岗位工作人员素质和能力的要求具体如下:

一、项目经理

项目经理的工作内容包括项目接洽、项目设计、项目培训、计算机相关软件应用及调查报告撰写等。其主要职责是制定项目计划书、确定项目操作规程、进行项目培训,拟定数据分析要求,撰写书面分析报告及对书面报告做出必要的口头讲解与演示。项目经理的职责决定他们必须具备以下的素质和能力:

(一) 扎实的专业理论知识功底

市场调查活动涉及面广,有对经济政治环境的调查、有对市场行业的调查、有对企业产品或服务的调查等,所需要运用的专业知识也非常多,比如社会学、心理学、市场学、管理学、经济学、统计学、广告学等,这些知识都是必不可少的。因此,项目经理必须掌握相应专业理论知识,才能胜任各类市场调查任务。

(二) 要有较高的综合分析能力

项目经理撰写市场分析报告,而分析报告需要大量的一手和二手资料,因此,他们必须实行全面的综合分析,善于从不同场合和途径收集相关资料,捕捉各类信息,并能对资料和信息加以有效分析,去伪存真,才能正确把握事物的全貌和本质,提供全面、准确、适用的市场信息。

(三) 严密的逻辑思维与表达能力

市场调查的策划、结果汇总、分析报告撰写等工作环节,都需要严密的逻辑思维、较强的文字和口头表达能力。只有这样,整个市场调查项目才能有序展开,其结果才会以清晰、简洁、具有说服力的方式表达出来。

二、项目督导

项目督导的工作内容包括调查前期联络、调查抽样、调查现场质量控制、调查结果复核等。项目督导的职责主要是:联系落实调查访问员、负责调查点的现场勘查和进行必要的外部沟通,按调查方案来抽取调查区域和样本,承担调查实施过程的质量控制和现场协调,进行调查结果的书面复核等。项目督导的职责决定他们必须具备以下的素质和能力:

(一) 广泛的社会联系能力

项目组长的职责之一就是组织调查访问员队伍,而这一队伍大多是兼职人员,相当多的访问员都是定期从社会上进行招聘,其素质好坏与选择途径是否得当、选择范围是否合理都有直接关系。项目组长必须与大学、人才市场等单位或专业教师之间保持密切联系,有时一些调研项目,还需与相关单位进行事先接洽,才能保证访问员届时顺利展开。因此,项目督导必须有广泛的社会联系网络与良好的人际沟通能力。

(二) 较强的应变能力

市场调查项目复杂多样,在各项目操作实施过程中,会接触各类不同的人,遇到很多错综复杂的问题,还时常会出现一些意想不到的突发情况。项目督导作为调查现场的管理者,

必须有较强的临场指挥与应变能力,根据实际情况作出及时协调处理,保证实地调查按质按量完成。

(三) 富有责任感和事业心

项目督导在市场调查中所承担的各个环节工作都是非常重要且烦琐的,特别容易出错。如调查抽样、现场质量控制、调查结果复核等。如果没有强烈的责任感和事业心,不能严格按调查项目的要求执行,不能严格把关,不放松任何一个环节,调查质量是很难得到保证的。

三、调查访问员

调查访问员的主要职责是按市场调查项目的具体要求来完成第一手资料的收集及初步审核工作,即承担现场访问任务。调查访问员的职责决定他们必须具备以下的素质和能力:

(一) 踏实、细致的工作态度

市场调查的访问工作是一项十分艰巨的工作,它既要讲究时效,保持相当的操作节奏,又要严格按项目的要求来甄别、筛选访问对象和执行访问,有时为完成一项访问任务,往往要花费很大的精力,排除各种干扰。因此,就要求调查访问员本着不怕艰苦、任劳任怨的工作态度,并坚持实事求是、严格中立的职业道德精神,一丝不苟、认真负责地完成访问任务。

(二) 较好的人际沟通能力

调查访问员是与被调查对象直接接触的市场调查人员,这种接触主要是以面访的形式进行的,且双方互不认识。因此,就要求调查访问员有较好的人际交流与沟通能力,以良好的口头表达水平将调查信息传递给被访者,并促使对方将实际情况如实反馈出来,以达到访问目的。

(三) 敏感的观察力

由于市场调查中被访者的多样性,个人对调查问卷的理解力和接受访问的态度及配合情况不完全一样,有不少被访者在回答问题时可能出现不应有的偏差或保留。因此,就要求调查访问员在访问中思想高度集中,注意察颜观色,以启发被访者围绕调查内容展开回答,并及时发现和纠正某些可能存在的错误说法,从而保证所收集信息的可靠性、准确性、全面性。

四、市场调查人员的培训

市场调查工作是一项要求高,又非常重要的工作,对工作人员的要求很高。为了建立一支优秀的市场调查专业人员队伍,在选用人员时,要严格按照上述的市场调查人员的素质和能力要求,选聘符合条件的优秀人员。除了把好选聘关,还需要加强培训工作。

这是因为人类已经进入终身学习的时代,对员工培训成为企业人力资源管理的基本职能和任务;其次,由于企业面临的经营环境处于发展变化中,企业对市场信息的需求也不断发生变化,这就要求市场调查人员不断加强学习,才能适应新形势的要求;再次,市场调查的方法、手段也在不断地发展,市场调查人员要不断学习,更新自己的技术水平,应用最先进的技术手段分析社会经济现象,发掘更深的市场信息。

对市场调查人员的培训内容既包括适用于所有人员的一般知识和能力,也包括针对特定人员的知识和能力。培训通常包括理论教学和实践教学两种。对承担不同职能及不同项目的市场调查人员的培训方法应有所不同。对调查访问员的培训方法主要有: