

权威 实用 面向一线



Market
Research
Operations Manual

操作手册

市场调查



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

市场调查操作手册

主 编 袁 岳

执行主编 张 军

本书编委会

张 军 张 明 班森琦 曾慧超

王慧萍 张燕玲 古 雪 张 溢



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

市场调查操作手册/袁岳主编

北京: 中国经济出版社, 2010. 8

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0030 - 9

I. ①市… II. ①袁… III. ③市场 - 调查 - 手册 IV. ①F713. 5 - 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 132975 号

责任编辑 聂无逸

责任印制 常 毅

封面设计 清水工作室

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 三河市佳星印装有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 12. 25

字 数 200 千字

版 次 2010 年 8 月第 1 版

印 次 2010 年 8 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0030 - 9/F · 8412

定 价 30. 00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

目录 · contents

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?	2

基础篇

一、实地实施都有哪些具体的方法?	7
(一)什么是定量研究方法?	7
(二)定量研究方法都有哪些数据收集方式?	7
(三)什么是定性研究方法?	18
(四)定性调查方法与定量调查方法之间存在什么关系?	31
(五)市场研究在什么情况下选择定性研究的方法?	32
二、实地实施需要哪些人力资源?	33
三、市场研究的样本选择运用什么技术方法?	38
(一)抽样及抽样分类	38
(二)样本及抽样框	44
(三)实地实施需要的基本工具是什么?	51

实施篇

一、定性项目实施篇	65
(一)定性项目实施前需要做哪些工作?	65
(二)定性项目执行中具体如何实施?	75
(三)定性项目结束后的工作有哪些?	89



二、定量项目实施篇	91
(一) 访问员在接触受访对象时应如何做?	91
(二) 访问员在访问的过程中应注意哪些问题?	102
(三) 访问员在访问结束时应注意哪些问题?	115

控制篇

一、定性项目控制篇	123
(一) 定性项目实施前如何有效的控制?	123
(二) 定性项目实施中怎么管理?	125
(三) 定性项目实施后有哪些工作?	128
(四) 定性项目如何进行质量检查?	130
二、定量项目控制篇	135
(一) 实施前期应该如何进行质量控制?	135
(二) 调查项目实地实施中应如何进行质量控制?	143
(三) 面访调查项目实地实施后期应如何进行质量控制?	155
(四) 实地实施后期应如何做好质量控制工作的检讨?	162

管理篇

一、如何更好地进行访问员管理?	169
二、如何更好地进行督导员管理?	187



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《市场调查操作手册》,希望它成为一本极其实用的实地调研实施的《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;帮助你提高实地操作的技能、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,为了提高计划或者决策的质量而进行的系统的信息收集和分析。其实,并非所有的数据都需要通过调查这种方式获得,调查其实是在其它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研这种方式来获得。



(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服务的企业了解消费者对其产品或服务质量的评价、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,就更能赢得消费者好评,并最终赢得顾客。同样,消费者积极配合市场调研,毫无保留地将自己的意见提供给市场调研机构,也就能把这些意见或建议反馈给厂商,从而得到更好的产品或服务。

对于现代商业社会而言,已经有越来越多的企业意识到,要在市场竞争中赢得消费者,就应该而且必须了解消费者的需求以及满足这种需求的方式。企业中的市场调研活动虽然越来越多,但由于缺乏专业人员,技术和设备上都相对薄弱,因此,就需要专业的调研公司提供帮助。消费者希望有表达自己意见的机会,但作为企业而言,在产品开发的前期,既要推进产品成熟,又要倾听消费者意见,到中期、后期,一方面期待消费者反馈,同时要针对反馈意见加以改进,常处于鱼与熊掌不能兼得的两难境地。消费者在某种程度上而言,更乐于对没有任何直接利益关系的第三方发表意见,调研公司正好充当了一个客观、中立、真实的第三方角色,正基于此,企业、消费者、调研公司三方相互需要,市场调研才会不断发展,日益完善。

(三) 市场调研实施都要做些什么工作?

市场调研顾名思义是对市场的调查与研究,是一个需要耗费大量人力物力,并确保其质量的运作过程,一次完整的市场调研包括以下阶段:



1. 调研策划

这一阶段要对所需研究的问题进行分析,确定是否需要进行市场调查、具体的调查内容及形式等。

2. 调研方案设计

这一阶段通常应在调查委托方与调研公司研究人员在充分沟通的前提下,根据委托方的要求,设计研究方法、采集数据的方法;确定受访对象、抽样方案、调研问卷及数据分析方案。调查设计工作直接关系到实施阶段及数据处理阶段的工作质量。

3. 调查实施

这一阶段是具体获得调研数据的阶段,调查人员按照预先设计的方式与接受调查者进行接触,获得所需要的信息。市场调研实施主要包括:实施前的准备、实施中和实施后总结。

这一阶段是本手册中要特别详述的部分。

调研实施阶段表面上看来技术性不强,但这一阶段涉及到的人员很多,可能造成差错的环节也很多,所以对于调研公司的管理能力要求非常高,调查实施环节良好的管理从外部是看不出来的,而实际上考察调查公司能力的最重要环节就在于其能否规范地进行实地操作。

首先,在进行实地实施工作之前,要在人员配备、文件、物品准备上有充分的准备。人员配备包括访问员的招募、督导员的确定、根据不同项目要求确定是否使用兼职督导,对访问员进行项目培训、带领培训过的访问员进行试访问、根据试访情况进行小结。根据具体项目要求在文件及物品准备上包括:如访问员登记表、抽样图、入户情况登记表、访问培训手册、试访问问卷、卡片、礼品等。

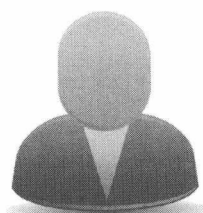
实施进行中是现场实施中最难控制也是最易出问题的阶段,这就需要实施人员在充分准备的同时还应具有处理各种突发问题的能力。监控调查活动的整个过程,把握项目进度,给予访问员从始至终的指导和鼓励,对于出现如访问员中途退出、抽取样本点、意外拒访等问题及时处理,这一阶段不仅需要项目人员和访问员精诚合作,还需要项目人员有丰富的实践经验和足够的调控全局的能力。



实施后工作包括数据的回收(比如问卷)、访问工作的复核及总结、访问员工作记录单、卡片、抽样图、入户情况登记表等各种文件及测试样品的收回、问卷的审核和编码、访问员劳务单的制作、项目经验总结等。

4. 数据处理及分析阶段

此阶段主要是将实施过程中获得的原始资料进行处理,使之成为可以理解的数据资料,包括数据录入、数据检查分析、相应的图表制作等,市场研究人员在此基础上获得相关结论和建议、撰写研究报告。



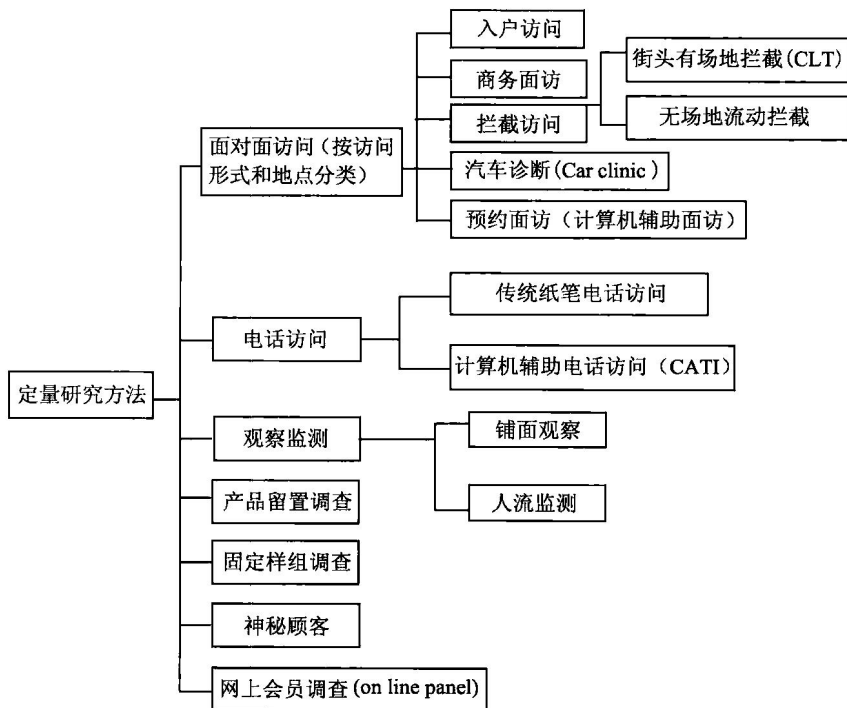


一、实地实施都有哪些具体的方法？

(一) 什么是定量研究方法？

定量研究是要寻求将数据量化表示以便进行研究的方法,并要采用一些统计分析的形式。定量调查是利用结构式问卷,将可能的答案都以不同选项的形式体现在问卷中。定量调查的研究对象应具有一定代表性,在数量上有一定规模。“用数字说话”是定量研究的前提。

(二) 定量研究方法都有哪些数据收集方式？





1. 什么是面对面访问?

面对面访问是访问员持调查问卷与被访者在同一地点面对面地进行数据信息收集的方法。若按照问卷的填写形式,可以有两种方法:①访问员按照问卷向被调查者询问,然后将对方的回答记入问卷,所用问卷称读录式问卷。②访问员将问卷交给被调查者,说明填写方法,请对方填写。可以当场填写完毕,也可以约定以后某个时间访问员再来收取问卷(也叫留置问卷调查法),所用问卷称自填式问卷。

如果按照访问的地点和访问的形式,又可以分为入户访问、商务访问(针对单位、公司)、拦截访问、汽车诊断及预约面访。

2. 什么是入户访问?

入户访问指访问员按照研究项目规定的抽样原则到被访者的家,敲门入户,寻找到符合项目要求条件的被访者,然后进行面访的调查方式。主要调查对象是普通居民,调查内容也多是针对普通居民各类产品消费习惯和意见等。

入户访问在中国市场研究行业发展的前20年里是最常用的一种调查方法,但随着中国城市化进程加快,国内一线城市及省会城市住宅小区安防措施的不断加强,访问员入户变得越来越困难,很难接触到一些中高端的住户。目前在一线城市入户访问形式的优势也逐渐被其它调查形式取代,呈现下降趋势,但在三四线城市及广大农村地区,入户访问形式仍然有很强的优势。

3. 入户访问有哪些特点?

入户访问主要有以下特点:

(1)入户访问是在被访者家里进行访问,因而访问是在较为舒适、安全、不受自然干扰的环境中,问卷回答率高。通常只要被访者答应接受访问,一般都会较有耐心地完成访问,很少有中途拒绝或不予配合的情况。

(2)访问的问卷可以相对较长。由于访问是在被访者家中,访问的环境是被访者熟悉、并且外界因素干扰较少,访问对象是在业余时间,访问效果相对较好。

(3)可以进行研究内容较为复杂的调查项目。访问员可以借助一些访



问辅助用品(如样品、照片、卡片等)来实现选项较多或内容较复杂的访问。

(4) 入户调查是一种较好的多段随机抽样调查方法,用它的结果可以进行总量推算。

(5) 调查成本较高。入户访问需要投入大量的人力成本,调查公司支付给访问员的劳务费用相对于其它调查方式要高得多,因为访问员完成访问相对较难,而且困难程度有明显增强趋势。这种困难阻力主要来源于城市中小区或公寓的封闭式管理,访问员进入受访者家中的难度越来越大。

(6) 拒访率高。由于被访者有不愿接受不速之客来访及安全等方面的顾虑,入户访问访问员需要接触很多样本,但成功率却相对较低。拒访率高特别表现在对一线城市居民的访问。

(7) 访问时间比较受限制。由于是上门访问,通常上班时间在家的基本是年龄较大的受访者,研究人员设计方案时对于入户访问时间都会做相应要求。工作日一般要求在五点半以后才能入户,周末可以在白天上门访问。

(8) 入户访问相对于其它访问形式来说质量控制难度较高,目前入户访问常用的质量检查手段包括电话复核、实地上门复核等基本都是属于事后的检查,相对于其它调查方式对访问质量的实时监控来说相对滞后,而全程访问录音难度及成本都很高,因此质量控制的难度及成本要高很多。

4. 什么是商务访问(BTB)?

商务访问是相对于入户家庭访问而言的,其访问场所为被访者所在单位或公司,被访者为其工作单位或公司的某个具体职位工作人员,访问内容也是跟其单位或公司经营业务或被访者工作职责相关的。

5. 商务访问有哪些特点?

(1) 商务访问对象均为职场人士,有些高端商务访问受访者都是公司的决策层或管理层。访问员需要出入被访者办公室,因此其对于访问员整体素质要求比较高,要求访问员懂得基本的商务礼仪、着正装、具备较强的表达沟通能力。

(2) 商务访问操作难度比较大,需要给实地部门足够的访问时间,如果是客户提供名单类项目,通常在访问员上门之前最好能通过电话跟被访者先做一个电话预约,这样有助于提高成功率。



(3)如果是通过“扫楼”形式来寻找受访者,访问员要做好相关的资料准备,如介绍信等,避免被写字楼的保安拒绝。

(4)商务访问通常会在访问员结束后要求收集被访者名片以确认其身份,如果没能收集到名片,需要被访者留下其办公室的总机号。

6. 什么是拦截访问?

拦截访问,指的是在特定场所拦截访问对象,对符合条件者进行面对面访问。根据访问时是否租用场地可分为街头无场地拦截和中心街区定点拦截访问。街头拦截是在街区选择恰当地点,一般为商业街、娱乐场所、生活小区等地点,由访问员在街头对拦截的合格访问对象直接进行访问。中心街区定点访问,则是在商业街区租用一个固定的场所,一般应选择人流量大、有足够多的座位、较好环境(光线充足、无噪音干扰、无强烈气味、能够让被访者感到安全)的地点。访问员在租用场地门口拦截合格被访者,并引导被访者至此场地内进行访问。

7. 拦截访问有哪些特点?

(1)拦截面访的特点在于效率高,较短的时间就能完成大量的样本,通常周末一天时间一个访问点就可以完成 40 到 80 份常规项目问卷。因为是在街头拦截,访问员可以直接面对面地向被访者征询意见,得到他们的配合。

(2)一般无场地拦截这种调查方式的问卷长度不能太长,否则会造成较多的中途拒绝。

(3)有场地的拦截访问项目通常会安排专门的拦截员在街头拦截抽样,找到合格的被访者后带到访问区,由督导再次甄别确认后再交由访问员安排访问,因此有场地拦截访问通常在访问场地都会设立不同的功能区域,如甄别区、受访者陪同人员休息区、访问区、审卷区等,口味测试或广告测试的项目通常还会有专门的产品准备区及广告播放区。

(4)有场地拦截项目在督导与访问员配比合理的情况下,可以非常好的控制访问质量,因为督导能在访问现场实地监控到各个环节操作及访问员的访问过程,但是事后回访较难实现。

(5)由于采取了街头随机拦截抽样方式,收集的数据存在抽样误差,对



总体代表性不强,这是拦截访问的弱势。因此绝大部分拦截项目都会在设计研究方案时确定固定的成功样本配额。督导在现场管控时要严格按照配额要求来完成。

(6) 由于访问场地的优势,有场地拦截访问通常较多的用来做一些新产品的口味测试、包装测试、广告测试等方面的研究。

8. 什么是汽车诊断(Car clinic)?

伴随着中国汽车消费市场的迅猛增涨,汽车制造商对于这一市场的调研需求日益旺盛,新车投放市场前的调研更显得尤为重要,针对这一需求,市场研究公司专门设计对于新车诊断的调研方式。通常会由市场研究公司预约目标竞争车型的车主或该调研车型的潜在购买者到访问现场,访问员跟随被访者在受访者上车体验过程中对实车各个部位做一个详细的访问,因其访问内容非常详细,所以称为“汽车诊断”。有的时候根据研究需要还可以对多辆车进行对比。

9. 汽车诊断(Car clinic)项目有什么特点?

(1) 由于汽车诊断项目的实车通常都是制造商尚未投放市场的新车,需注意做好保密工作因此对于租用场地及布展要求都非常高,需要租用专业的展馆,请专门的布展公司协助车辆的布展等。同时现场要有非常严格的保安措施,需要有安全门,禁止被访者携带任何拍照及摄像设备以免厂家车辆信息外泄。

(2) 此类项目花费巨大,需要动用大量人手,同时场馆、车辆租借、被访者礼金等都需要较多花费。

(3) 因为项目执行时间通常只有几天,对于被访者到会时间段安排也要非常均匀,确保进度和现场秩序。

10. 什么是预约面访(计算机辅助面访 CAPI)?

预约面访是针对一些访问问卷或访问过程设计较为复杂、或者被访者通过入户或拦截方式很难找到,研究人员会向客户推荐此种方式,由联络员或访问员事先招募被访者,电话甄别合格后邀请被访者到固定的访问场所接受访问。客户也可以在现场观察,及时做一些调整。如一些快速消费品的货架测试项目、高端奢侈品项目的概念测试等。



随着 IT 技术在市场研究行业充分利用,由计算机辅助面对面预约访问(CAPI)形式在国内也经常用到,CAPI 是计算机辅助面对面访问(Computer Assisted Personal Interviewing)的简称,这种方式可以是由被访者自己在计算机前直接用键盘或鼠标选择屏幕上的问题对应的答案,也可以由访问员按屏幕显示题目顺序读出相应的题目,请被访者回答,然后由访问员协助将答案输入计算机。

11. CAPI 访问有哪些特点?

(1)减少访问误差。由于访问问题都是在计算机程序中设定好的,问卷中任何象跳问等这类的逻辑错误不会在访问的过程中发生。一旦访问员或被访者录入出错造成逻辑错误或漏问,系统会自动提醒。

(2)可以在访问过程中播放多媒体图片或视频。在 CAPI 访问中,计算机的多媒体功能,可以为访问提供多媒体图片、声音、视频等,能够更好地为被访者展示产品或广告等。

(3)速度快。数据库可在访问结束后通过计算机立即生成,不像传统方式要进行数据人工录入。速度快同时也节省了人力成本。

(4)CAPI 项目需要预约受访者,通常要支付礼金,成本较高。

(5)前期投资较大,需要相应的计算机设备及软件的一次性投入,需要技术人员做问卷编程处理。

(6)访问都需借助计算机完成,因此要求访问员掌握基本的计算机操作技巧。

12. 什么是电话访问?

传统的电话访问就是选取一个被调查者的样本,然后拨通被访者的电话,直接在电话中询问问卷上所列出的一系列问题,并记录相应的答案。访问员集中在某个场所或专门的电话访问间,在固定的时间内开始数据收集工作,现场有督导人员进行管理。根据数据收集使用的载体方式不同可分为普通纸笔来做的电话访问,及 CATI(计算机辅助电话访问)。根据被访者身份不同可分为普通家庭电话访问及客户提供名单的电话访问。

计算机辅助电话访问(CATI),是电话、计算机、访问员三种资源组成一体的访问系统。调查问卷脚本会由技术人员事先设计好,通过在计算机里