



个人怎样做市场调查

一般来讲，获取信息的方法有两种，

一是随机的获取信息，

很多情况下，你并不一定有获取信息的明确目标或具体计划。 很多有价值的信息是在不经意的时候发现的。

作为一个生意人，读报、看电视、观光旅游、漫步、与人闲谈，都要做个有心人，时时留意有价值的信息。第二种获取信息的方法，就是带有明确的目的，具体的计划，运用一定的手段去获取信息，这也就是我们平常说的市场调查。（一）市场调查的主要内容

1、 经营环境调查

①政策、法律环境调查。

调查你所经营的业务、开展的服务项目有关政策法律信息，了解国家是鼓励还是限制你所开展的业务，有什么管理措施和手段。当地政府是如何执行有关国家法律法规和政策，对你的业务有何有利和不利的影响。

②行业环境调查。



调查你所经营的业务,开展的服务项目所属行业的发展状况、发展趋势、行业规则及行业管理措施。比如,从事美容美发行业,应该了解该行业国内及本地区的发展状况,国际国内流行趋势和先进美容技术,该行业的行业规范和管理制度有哪些。从事服装业的,应该了解服装行业的发展趋势,流行色和流行款式,服装技术发展潮流等。“家有家法,行有行规”进入一个新行当,应充分了解和掌握该行业信息,这样,才能有助于你尽快实现从“门外汉”到内行的转变。

②宏观经济状况调查。

宏观经济状况是否景气,直接影响老百姓的购买力。如果企业效益普遍不好,经济不景气,你的生意就难做,反之你的生意就好做,这就叫做大气候影响小气候。因此,掌握大气候的信息,是做好小生意的重要参数。经济景气宜采取积极进取型经营方针,经济不景气也有挣钱的行业,也孕育着潜在的市场机遇,关键在你如何把握和判断。比如,1989年夏天,香港部分有钱人纷纷移居外国,市场低迷,地价楼价大跌。在这种状况下,少数精明的、有政治眼光的商人(eg:李嘉诚)看准时机,在楼价下跌时大量买进“楼花”。不出半年中国政府局式稳定,改革开放的政策不变,“一



国两制”方针不变，保持香港繁荣稳定不变，形势明朗，楼价攀升，精明的、有政治眼光的商人着实大赚一把。因此，了解客观经济形势，掌握经济状况信息，是经营环境调查的一项重要内容。

2、 市场需求调查

如果你要生产或经销某一种或某一系列产品，应对这一产品的市场需求量进行调查。也就是说，通过市场调查，对产品进行市场定位。比如你经销某种家用电器，你应调查一下市场对这种家用电器的需求量，有无相同或相类似的产品，市场占有率是多少。比如你提供一项专业的家庭服务项目，你应调查一下居民对这种项目的了解和需求程度，需求量有多大，有无其它人或公司提供相同的服务项目，市场占有率是多少。市场需求调查的另一重要内容是市场需求趋势调查。了解市场对某种产品或服务项目的长期需求态势，了解该产品和服务项目是逐渐被人们认同和接受，需求前景广阔，还是逐渐被人们淘汰，需求萎缩。了解该种产品和服务项目从技术和经营两方面的发展趋势如何等等。

3、 顾客情况调查

这些顾客可以是你原有的客户，也可能是你潜在的顾客。顾客情况调查包括两个方面的



内容：一是顾客需求调查，例如购买某种产品（或服务项目）的顾客大都是些什么人（或社会团体、企业），他们希望从中得到那方面的满足和需求（如效用、心理满足、技术、价格、交货期、安全感等），现时好些产品（或服务项目）能够或者为什么能够较好地满足他们某些方面的需要等。二是顾客的分类调查。重点了解顾客的数量、特点及分布，明确你的目标顾客，掌握他们的详细资料，如果是某类企业和单位的话，应了解这些单位的基本状况，如进货渠道、采购管理模式，取系电话、办公地址，某项业务负责人具体情况和授权范围，对某种产品和服务项目的需求程度，购买习惯和特征。如果顾客是消费者个人，应了解消费群体种类，即目标顾客的大致年龄范围、性别、消费特点、用钱标准，对某种产品和服务项目的需求程度，购买动机、购买心理、使用习惯。掌握这些信息，将为你有针对性地开展业务做准备。

4、竞争对手调查 在开放的市场经济条件下，做独家买卖太难了，在你开业前，也许已有人做相同或类似的业务，这些就是你现实的竞争对手。也许你开展的业务是全新的，有独到之处，在你刚开始经营的时候，没有现实的对手；一旦你的生意兴旺，马上就会有许



多人学习你的业务，竞相加入你的竞争行列，这些就是你潜在对手。“知己知彼，方能百战不殆”，了解竞争对手的情况，包括竞争对手的数量与规模，分布与构成，竞争对手的优缺点及营销策略，做到心中有数，才能在激烈的市场竞争中占居有利位置，有的放矢地采取一些竞争策略，做到人无我有，人有我优，人优我更优。

5、市场销售策略调查 重点调查了解目前市场上经营某种产品或开展某种服务项目的促销手段、营销策略和销售方式主要有哪些。如销售渠道、销售环节，最短进货距离和最小批发环节，广告宣传方式和重点，价格策略，有哪些促销手段，有奖销售还是折扣销售。