

<<G64 如何进行有效的市场调价VC>>

图书基本信息

书名：<<G64 如何进行有效的市场调价VCD/软件>>

13位ISBN编号：9787900196101

10位ISBN编号：7900196102

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<G64 如何进行有效的市场调价VC>>

内容概要

市场调查应用非常广泛，大到公司战略和品牌定位，小到新品上市和广告测试以及客户的满意度等。

在西方企业，市场调查已经成为决策的必须流程和重要依据，但在中国，尽管市场调查的概念已经普及，但是调查的运用能力还远远不够，甚至连很多专家都存在着对于调查的错误观念。

本课程不仅介绍了常用的市场调查方法，而且介绍了各种方法的运用范围和注意事项，以及在进行市场调查时应该掌握的基本规则，堪称管理者的必备课程。

书籍目录

第一讲 市场调查的误区

- 1.课程概述
- 2.常见的不专业的市场调查
- 3.市场调查误区分析

第二讲 市场调查的科学基础、作用与分类

- 1.市场调查的科学基础
- 2.市场调查的作用
- 3.中国企业需要关注的问题
- 4.市场调查的分类

第三讲 市场调查的基础知识（上）

- 1.定性和定量调查法概念浅析
- 2.定性调查法：座谈会
- 3.定性调查法：深度访谈

第四讲 市场调查的基础知识（下）

- 1.定量调查法解析
- 2.定量与定性方法组合使用
- 3.抽样误差和非抽样误差

第五讲 品牌调查

- 1.什么是品牌
- 2.中国品牌存在的问题
- 3.品牌调查实例解析

第六讲 沟通调查与新产品市场细分调研

- 1.沟通调查：媒介选择研究
- 2.沟通调查：广告测试
- 3.新产品市场细分调研

第七讲 如何有效地进行新产品调查（上）

- 1.产品定位的四个领域
- 2.产品定位与消费心理
- 3.品牌是定位平台
- 4.产品定位调研实例解析（上）

第八讲 如何有效地进行新产品调查（下）

- 1.产品定位调研实例解析（下）
- 2.产品偏好调查
- 3.新产品调查的方法选择

第九讲 如何有效进行满意度调查（上）

- 1.什么决定了客户满意度
- 2.客户满意度的分类
- 3.客户满意度的意义作用
- 4.满意度调查思路方法（上）

第十讲 如何有效进行满意度调查（下）

- 1.满意度调查思路方法（下）
- 2.内部员工满意度调查
- 3.满意度调查问题解析

第十一讲 企业如何管理市场调查项目（上）

- 1.引言

<<G64 如何进行有效的市场调价VC>>

2.哪些调查可以企业自己做

3.企业自己做调查的利弊

4.企业自己做调查的注意事项

第十二讲 企业如何管理市场调查项目（下）

1.如何选择外部调查公司

2.与外部调查公司合作的误区

3.如何具体管理一个调查项目

4.专业调查公司如何进行调查

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>