



石家莊鐵道大學
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

网络市场调研

网络市场调研概述

主讲：王学辉

目录

- 1.1 网络市场调研的含义
- 1.2 网络市场调研特点
- 1.3 网络市场调研策略

1.1 网络市场调研的涵义



在线开放课程

- 市场调查是指以科学的方法，系统地、有目的地收集、整理、分析和研究所有与市场有关的信息，特别是有关消费者的需求、购买动机和购买行为等方面的信息，从而把握市场现状和发展态势，有针对性地制定营销策略，取得良好的营销效益。
- 市场调研是营销链中的重要环节，没有市场调研，就把握不了市场。

与传统的市场调研一样，进行网络市场调研，主要是要探索以下几个方面的问题：市场可行性研究，分析不同地区的销售机会和潜力，探索影响销售的各种因素，竞争分析，产品研究，包装测试，价格研究，分析特定市场的特征，消费者研究，形象研究，市场性质变化的动态研究，广告监测，广告效果研究。

1.2 网络市场调研特点

- 1. 网络信息的及时性和共享性
- 2. 网络调研的便捷性与低费用
- 3. 网络调研的交互性和充分性
- 4. 调研结果的可靠性和客观性
- 5. 网络调研无时空、地域限制
- 6. 网络调研可检验性和可控制性

1.3 网络市场调研策略

网络市场调查的目的是收集网上购物者和潜在顾客的信息，利用网络加强与消费者的沟通与理解，改善营销并更好地服务于顾客。

1. 识别企业站点的访问者并激励其访问企业站点

目前可采取以下一些策略：

- 1) 利用电子邮件或来客登记簿获得市场信息
- 2) 给予访问者奖品或者免费商品
- 3) 吸引访问者注册从而获得个人信息
- 4) 向访问者承诺物质奖励
- 5) 由软件自动检测访问者是否完成调查问卷

2. 企业站点上的市场调查

要想有效地在企业站点上进行网络市场调研，可以采取以下策略：

- (1) 科学地设计调查问卷
- (2) 监控在线服务
- (3) 测试产品不同的性能、款式、价格、名称和广告页
- (4) 有针对性地跟踪目标顾客
- (5) 建立企业博客
- (5) 以产品特色、网页内容的差别化赢得访问者
- (6) 传统市场调研和电子邮件相结合
- (7) 通过产品的网上竞买掌握市场信息

小结



在线开放课程

网络市场调研的特点及策略

