

目标市场特征调查分析及策略制定

版权所有：北京未名潮管理顾问有限公司
全套手册由未名潮、创业邦共同策划出品

本表格适用于针对目标市场特征的调查分析与营销策略制定。具体调查内容主要涵盖消费者购买动机、购买习惯、购买需求、购买能力等，在此基础上进行统计分析并制定相应的营销策略。使用者应根据不同产品特性及细分市场差异性进行内容调整。

制表人：_____ 部门：_____

日期：_____ 年 _____ 月 _____ 日

分类	问卷问题	回答结果统计	营销策略（如何满足市场需求）
1.消费者购买动机	消费者需要什么样的产品		
	消费者追求的价值和利益是什么		
2.消费者对产品的需求	消费者对产品性能的评价		
	消费者对价格的评价		
	消费者对外观及包装的评价		
	消费者对品质的喜好		
	消费者对功能、特点的喜好		
	消费者对服务的要求		
3.消费者购买地点/渠道	消费者在哪里购买该产品		
	消费者在哪里使用该产品		
	消费者为什么到 A 店（实体店）购买，而不到 B 店（网店）购买		
4.消费者购买时	消费者一般何时购买该产品		



间	消费者一般何时会必须使用该产品		
5.消费者购买方式	消费者是指定购买还是推荐购买		
	消费者是线下购买还是线上购买		
	消费者是单独购买还是团购		
6.消费者购买频率	消费者大概隔多长时间购买一次		
	影响消费者购买频率的原因是什么		
7.消费者购买数量	消费者一定周期内的购买量是多少		
	消费者人均购买量是多少		
8.消费者品牌忠诚度	消费者对本品牌的忠诚度如何		
	消费者是否经常更换品牌		
	有哪些因素会使得消费者增加购买该产品		
	有哪些因素会导致消费者经常更换品牌或者放弃该产品		
9. 消费者对广告促销的反馈	消费者习惯接受哪些媒体广告		
	消费者习惯接受哪些促销方式和活动		
10.消费者结构	按照性别、年龄、职业、职位、学历、收入、家庭成员等选项进行分类说明		