

# 2023年对市场调查报告的心得体会和感悟

## 对市场调查报告的心得体会(模板7篇)

心得体会对个人的成长和发展具有重要意义，可以帮助个人更好地理解 and 领悟所经历的事物，发现自身的不足和问题，提高实践能力和解决问题的能力，促进与他人的交流和分享。心得体会对于我们是非常有帮助的，可是应该怎么写心得体会呢？下面我给大家整理了一些心得体会范文，希望能够帮助到大家。

### 对市场调查报告的心得体会和感悟篇一

市场调查报告是企业制定市场战略时必不可少的一份重要文件。作为企业管理者，对市场调查报告的理解和运用至关重要。在实践中，我深刻体会到了对市场调查报告的重要性和提高市场竞争力的积极作用。本文将分享我对市场调查报告的体会和思考。

市场调查是指针对市场进行的一种全面的、系统的、定量和定性分析的研究，它可以帮助企业了解目标市场的需求、趋势、变化和竞争状况等关键信息。在市场竞争激烈的环境中，市场调查报告可以支持企业管理者做出更好的商业决策，如产品定位、定价策略、推广计划、市场定位、渠道选择等。因此，企业管理者必须有足够的市场触觉和分析能力，以便通过市场调查报告提高企业竞争力。

要制定一份好的市场调查报告需要考虑以下一些要素：

首先，确定调查问题和目标。这需要样本确定、调查内容确定和调查方法确定等。只有清晰的调查问题和目标才能保证数据的有效性和可靠性。

其次，收集数据。数据收集可以通过问卷调查、访谈、焦点小组等方式。在收集数据的过程中，也需要考虑缺乏可信信息和调查偏见等问题。

最后，分析数据。数据分析阶段是市场调查中最重要阶段之一。数据分析包括统计分析、资料分析和研究方法分析等。在分析数据的过程中，需要对研究结果进行解释，以便企业管理者理解。

一份好的市场调查报告可以帮助企业管理者更好地发现市场机会，制定正确的策略，并遵循市场趋势。一旦报告就绪，需要将其应用到实际的市场战略中。市场调查报告的应用需要指导企业决策，以便进一步研究和制定针对性的战略方案。因此，企业管理者需要运用市场调查报告中的营销工具，如市场规划、业务计划和营销战略等。

## 第五段：结论

总之，市场调查报告对企业竞争力的增强起着至关重要的作用。通过制定一份好的市场调查报告，企业可以了解客户需求，把握市场动向，制定正确的策略，从而赢得市场。最终，市场调查报告应该成为企业决策的重要依据之一，支持企业向成功之路发展。

## 对市场调查报告的心得体会和感悟篇二

32岁的陈某（化名）最近很愁，太太再过下个月就要生了，可保姆还是没着落。找了好几家家政公司，几乎都处于人员奇缺的状态。

和若干个陈某一样，手头开始富裕的国人，从来没像现在这样渴望享受生活，一旦经济条件稍有允许，请保姆成了越来越多人的选择。全国城镇现有1.9亿户家庭中，平均约15%的家庭需要提供服务。

作为沿海开放城市的宁波，对于家政服务的需求，处于前所未有的热度。市家政行业协会相关负责人介绍，宁波家政服务人员数量超过万人，但缺口依然很大。一份调查显示：宁波家庭消费过家庭服务的超过60%。目前宁波市区近100万户家庭中至少有20万户需要家庭服务。

而随着家庭小型化、人口老年化、生活现代化和劳动社会化进程的推进，家政服务人员，即我们通常所称的保姆，成了香饽饽，上演了一出又一出的保姆去哪儿的好戏。

宁波人请保姆，一般是家里有婴儿、老人或是病人。

主要消费项目为家居保洁、保姆、水电维修、月嫂、居家养老和陪护6项。其中，家居保洁的需求最高，占44.61%；家政服务消费人群中，每月需求1次左右的占35.71%，每月需求2至3次的占42.86%，每月需求4至5次的占14.29%，5次以上的占7.14%；每月家政服务消费金额在50元以下的为21.43%，50元至100元之间的占35.71%，100元至200元的占28.57%，200元至500元的占14.29%。在20个受调查的居民中，80%以上的人对保姆月薪承受力在4000—5000元之间，只有5人认为保姆价位该在5000元以上。

与之相称的一个市场背景是，近年来保姆的薪资涨幅最突出。月工资指导价最高可达4800元，比早年高出了800元，中位数也有4000元。

那么，宁波的保姆都来自哪里？据记者走访调查的结果，本地保姆和外地的保姆基本二八开。

宁波蓝孚家政服务有限公司的魏经理表示，宁波保姆市场中，外地保姆大都来自安徽、江西、四川、广西、湖南、湖北等地，也有来自本省衢州、丽水、桐庐一带。而本地的多是一些来自邻近乡镇的下岗妇女，主要做钟点保姆。

居民们一般倾向于本地保姆，理由无非两种，一是交流方便，没有语言障碍。二是生活习惯也大致相同。

一个形象的比较是：外地保姆一周能找到雇主，而本地保姆一天就能被预约走。记者在走访中发现，绝大多数上班族需要的是能够照顾小孩和老人的全天工，或者是能协助家务的钟点工，往往要求宁波本地人。

相比较本地保姆，外地保姆的最大优势是稳定，吃住在东家，一年回一次家，比较省心。

你懂如何产后恢复吗？你知道怎样早教吗？这不是找教师，也不是找形体师，而是找保姆。现如今，居民对于保姆的要求已不局限于传统的炒菜做饭、做家务、照顾老人孩子，而是要求多方面的技能。

那些年纪大，学习能力差，没有经验的很难找到东家，而年龄35岁-45岁之间，有上岗证书的，相对而言，雇主开出的工资会高一些。管家婆家政服务有限公司总经理应幼素说，现在的东家对保姆的要求正在逐步提高，尤其是80后家庭，他们希望找的保姆至少有初中或高中学历，另外还要年轻一点的，能有共同语言。

因此，越来越多的保姆忙于充电。37岁的刘全英做了5年保姆，过去两年，她拿到了催乳师证、育婴证等十几个证书。以前我去应征保姆，见了好几个东家，一家也没成功。不是嫌我文化素质不高，就是说我会的技能不多，现在有了证，我反而能挑雇主了，谈价格也有了底气。

保姆质量良莠不齐健康证何以无法普及？一个好保姆，除了具备基本的专业素质之外，最关心的无疑是她的健康问题。而目前多数保姆没有办理健康证，有时即使雇主要求体检，但这笔体检费该谁出又成为一道跨不过的坎。

宁波蓝孚家政服务有限公司负责人表示，他们一年会带保姆们到三甲医院以及疾病控制中心体检一次，主要检查妇科、艾滋病等疾病，并化验肝功能、胸透等项目。不过采访中记者了解到，多数保姆中介机构并不承担保姆体检的费用。雇主如果有需要，就自行带保姆去医院检查。如果没有问题，检查费用则由雇主出。如果有问题，检查费用则由保姆出。“只有月嫂、育儿嫂才会要求有健康证。如果雇主对保姆的健康不放心，可以自行带保姆进行体检，或者保姆自己体检。”上述家政服务公司的负责人称。据了解，目前市场上，基本上月嫂、育儿嫂和工作牵涉到做饭的保姆才会要求从业人员提供健康证，其他均不要求有健康证。

一个住家保姆的月薪在3000元左右，对于雇主来说，缴纳中介费、每月支付保姆月薪已经是一笔不小的支出。这笔多出来的体检费如果还要自己承担，无疑大大增加了成本。对于中介来说，如果中介公司的每一个保姆都要进行这样的体检，那么公司的利润会削减，甚至有中介公司表示，办这样的中介公司利润本就不多，如果阿姨们都要体检的话，公司就要关门了。一位不愿透露姓名的中介工作人员说。对于保姆来说，他们认为自己已经提供了证明，对于这种额外的要求，理应不该由自己承担。

保姆该不该体检？关于这个问题一直有不少争论，近日，记者走进宁波风清家政有限公司，就这一问题详细询问了两个保姆，了解了她们对保姆体检的看法。

体检很重要，健康不能开玩笑

孙阿姨干家政这一行已经6年，每月薪金基本在3500元左右。除了洗衣、做饭、打扫这些基本家务外，孙阿姨对带小孩也有着丰富的经验。因此，一年到头，孙阿姨不缺活干。对于保姆该不该体检的话题，孙阿姨的态度很明确：支持。体检不单是为自己，更是为别人考虑。孙阿姨说自己每年都会去医院体检，每次和雇主签合同时，她都会主动拿出健康证，

我们和别的行业不一样，如果身上有病，就很可能传染给孩子，孩子再传染给大人，那问题就大了。而如果雇主要求再做一次体检，她也会全力配合。

雇主要买个放心，我们愿意配合

於克娟是安徽寿县人，来宁波已经有5个年头，前年，她把家搬到了鄞州，并在鄞州新城区做起了保姆，她的薪金要求是每月3200元。1977年出生的她虽然只有38岁，在保姆界算是个年轻人，但带孩子的经验却不少，到现在已经差不多带过几十个孩子。

对于保姆体检，她也持开放态度：家政公司一般会要求我们每年做一次体检，然后拿到健康证后才能去别人的家里带小孩。於大姐说，以前在老家和别的家政公司的时候就没有这个流程，一般雇主也只看她能干些什么活、勤不勤快之类的，对于健康问题也不会多加询问。

去年有个雇主让她帮忙带3个月大的婴儿，工资比平时还高出20xx元，唯一的要求是让她再做一次体检。但於大姐性格有点倔，觉得既然不相信她就没必要雇她，我人就在这里，你爱雇不雇，体检我不做。此时那位雇主对缓缓地家政公司的人员说出了原因：保姆流动性大，身体状况时刻会有变化，一旦出现问题，一是怕传染给我们，第二怕她们出意外，到时候救治可能会来不及，而且我们要承担责任。一旁的於大姐听到后，脸唰一下就红了，说：我这就跟你去做体检。

此后，於大姐在接活之前除了出示健康证之外，还会主动告知雇主自己上次体检的时间，并会询问是否需要再做一次体检。

### 对市场调查报告的心得体会和感悟篇三

在现代日常生活中，菜市场作为生活中不可或缺的一个部分，

经常是人们求购新鲜食材的首选。因此，为了更好地了解菜市场的状况，我进行了菜市场调查，得出了一些有意义的结果。本文将展示我从调查中获得的信息以及我的一些体会和建议。

第一段，介绍菜市场调查的目的，要点和方法。在这一段中，要强调为何要进行这样的调查，我们想要了解的信息，以及我们选择的调查方法，例如采访、调查问卷等等。

第二段，分析调查结果。在这一段中，我们可以展示菜市场的规模，食材的种类和价格，人们的消费偏好，以及店家的服务态度等。我们应该从数据中发现一些有意思的趋势和亮点，例如便宜的蔬菜和需求量大的肉类、海鲜等。

第三段，详细介绍人们对菜市场的评价。我们可以从调查问卷和采访中得出一些客观和主观的评价，如新鲜度、价格合理性、装修环境、店家服务等。我们还可以分享一些客户的感受和意见，例如“这个市场总体来说挺好的，我觉得菜品也比外面的超市新鲜”或“这里的金针菇实在是太贵了，我再也不会来了”。

第四段，剖析菜市场的问题和挑战。菜市场作为一个日常生活的必需品，自然会有一些问题和挑战。可能会出现的问题包括：卫生不够，商家诚信度偏低，价格波动较大等。我们可以从发生频率、严重程度、影响范围等层面来评估这些问题，并提出一些应对措施，例如对营业许可证的更严格审核、加强市场卫生检查、鼓励商家以透明和公正的方式经营等。

第五段，总结与建议。在本段中，我们需要回顾前面的内容，得出一些结论和建议。对于菜市场，我认为，我们应该确保良好的市场环境和管理，监管市场供应、质量和价格，提升顾客的消费体验，以及支持商家的可持续经营。只有这样，我们才能有更好的饮食体验，更好地享受菜市场的优势。

综上所述，菜市场是一个服务于人们日常生活的必需品，我们进行调查是为了更好的了解和展示这一行业的状况、评价和问题。希望本文能够对读者提供一些有益的信息和启示，同时也促进更加健康、透明和可持续的菜市场发展。

## 对市场调查报告的心得体会和感悟篇四

央行近日发布《xx年第四季度城镇储户问卷调查报告》。报告显示，未来3个月内准备出手购买住房的居民占比为，较上季提高个百分点。分析称这说明xx年来的系列政策刺激楼市有所成效。

据悉《xx年第四季度《城镇储户问卷调查》是央行在全国50个城市对2万户城镇储户进行的问卷调查。

报告中显示，仍有的居民认为目前房价“高，难以接受”，较上季提高个百分点；而有的居民认为目前房价“可以接受”，有的居民认为“令人满意”。

对于下季房价，有的居民预期“上涨”，有的居民预期“基本不变”，有的居民预期“下降”，有的居民“看不准”。未来3个月内准备出手购买住房的居民占比为，较上季提高个百分点。

而根据此前国家xxx出具的数据，11月份全国70个城市中，有33个城市房价出现了上涨。本次调查中，有过半的居民认为房价高，也和其所处的城市房价上涨态势有关系。

而纵向来看，年内四次储户调查中，一季度认为房价高的比例为，二季度为，三季度为，4季度的52%为最高。中原地产首席分析师张大伟表示，这体现了整体房价的高位运行。

张大伟分析称，在3季度的数据中，有的居民认为下季度房价将上涨，在4季度的数据中预期房价上涨的比例为，而未来准备购房的比例则出现了上升，这说明了从xx年来的系列政策刺

激楼市，使得部分城市的购房需求比例上涨。

张大伟表示，从目前的市场基础看，房地产发展的分化趋势已十分清晰：一二线城市不需再加码政策已经非常活跃，深圳等为代表的一线城市已经疯狂。而三四线城市则泥潭深陷。

日前召开的中央经济工作会议，重点提出对房地产行业要重点抓取库存，稳定房市再次成为中央经济工作的关键眼。此外，中央明确提出，要鼓励房地产开发商酌情降价。

张大伟认为，在当前经济增速放缓且面临转型之际，房地产行业的支柱作用再度被强化。外需低迷使得出口增长乏力，拉动经济的另外两驾马车投资和消费将发挥更大的动力。而房地产市场无论是对投资还是对消费增长贡献占比都不容忽视，因此住房消费将受到政策的全面鼓励。

结合本次调查的结果，易居房地产研究院智库中心研究总监严跃进认为未来房价会与当前持平。一方面，近期房价上涨过快，某种程度上会出现一个短暂性的持平走势。对于房企来说，也会在积极去库存的导向下不盲目涨价，基本上在这样一个价格水平段跑量。另一方面，中央经济工作会议提到了鼓励房企降价的做法，实际上也是给予市场参与者一个信号，即部分楼盘依然有继续降价或维持价格走平的可能。

而张大伟则预计，从之前的中央经济工作会议中提及的，期待房价降低去库存可见，目前制约房地产库存的重要原因就是房价超过了部分居民的承受力。所以未来降房价将是政策引导的一个重要方向。

## 对市场调查报告的心得体会和感悟篇五

这个暑假我并没有一直待在家中，而是积极的走出来，参加社会实践，我想在实践中的提高自己的能力，让自己的各种本领都得到的提高，这是我一直以来不断的想法，我想我会

做好的，我会一直不断的努力下去，最终在实践中提高自己的能力！

“国以民为本，民以食为天，食以安为先。”随着人们生活水平的不断提高，食品种类的多样化，食品数量的不断增加，食品安全问题就显得尤为重要，农贸市场则是人们获取食物的重要场所，农贸市场和里面的各类菜的卫生状况直接影响人们的身体健康。所以我们食品安全宣传实践服务队——“健康卫士”就对高沙农贸市场进行了一次实地调查！

## 一、高沙农贸市场所在地高沙社区基本情况

高沙社区原名高沙大队，始建于1930年8月1日，占地面积2平方公里，社区xx年5月14日被区政府批准为高沙社区居民委员会。它位于国家级开发区“杭州经济技术开发区”北部，省重点工程“高教园区”西侧，杭州绕城高速公路南面。高沙商业街交通便利，居民与学生流动量日趋增大，有学在下沙，生活在高沙之称。西侧紧连杭州市政府规划落实的1.73平方公里大型居住区(经济适用房)，居住人口约9万余人，东邻浙江省最大的高教基地(杭州下沙高教园区)，面积10.29平方公里，教职员工、学生15万余人。黄金地段属杭州市副城区之一，规划人口65万余人，市场前景广阔。而高沙农贸市场则位于高沙社区的南部！

## 二、高沙农贸市场的设施情况

高沙农贸市场始建于xx年，当时农贸市场的设施比较简陋，摊位也比较少，农贸市场外没有现在的各种食品店面。据我们从农贸市场管理人员处了解到，当时农贸市场的卫生设施也没现在的好，来买菜的多数是高沙本地人。

但xx年时，按杭州市农贸市场提升改造的要求，高沙社区投入资金100多万元对农贸市场进行了升级改造，改造之后的高沙农贸市场宽敞明亮，大大改善了顾客的购物环境，原来简

陋的棚架不见了，取而代之的是一个个干净整洁的瓷砖柜台。全新的高沙农贸市场已于xx年11月26号正式开门营业。我们采访了一位正在买菜的高沙居民，她表示新的农贸市场不仅更卫生而且更漂亮了，有一种逛超市的感觉。

现在的高沙农贸市场共建有147个摊位，其中蔬菜摊82个，肉类摊30个，家禽摊3个，海鲜摊11个，冷冻摊8个，豆制品摊6个，干货摊4个，水果摊3个。还有其他店面72个。

另外，我们还在市场门口看到有检测室和称量室，通过与值班室人员的交流我们了解到，市民们如果买到一些食品后怀疑有卫生问题可到检测室进行检测，这样就对该农贸市场的食品卫生起到监督作用。

### 三、高沙农贸市场和其农副产品的卫生情况

正如我们采访的那位居民说的那样，现在在高沙农贸市场里买菜好像在逛超市一样。在高沙农贸市场里，同期设施建造得很好，空气较清晰，闻不到那些难闻的异味。走道基本都是干燥的，看不到瓜果菜叶等垃圾。农贸市场配有专门的灭蝇设施，抑制了病毒细菌通过苍蝇传播。

我们在市场入口处的电子“蔬菜农药残留检测结果公示表”上看到市场里的所有菜都已通过检测合格。我们在值班室里了解到各类菜的检测合格率为98%，而已经在市场里销售的菜市通过检测的。我们也观察到农贸市场里的瓜果蔬菜确实较为新鲜，一般畜肉食品的颜色气味外观都属于正常，但部分海产品还存在一些问题，主要是海产品本身带有一定鱼腥味加之天气较为炎热，招来苍蝇和蚊虫，不过许多商贩都采取了一定措施，都能保证海产品的安全合格。总体可得高沙农贸市场的卫生状况良好！

### 四、我们的建议

- 1、农贸市场的垃圾箱应及时清倒，以免带来异味，引来苍蝇。
- 2、农贸市场的管理人员应多去市场里检查检查，发现不卫生或过期的食品应及时消除。
- 3、农贸市场清洁工人应随时清除市场走道角落里的垃圾。
- 4、部分蔬菜摊位的残叶应及时清理。
- 5、部分海鲜摊位应及时更换水桶里的水。宰杀鱼后留下的鳞片等应及时清理干净。
- 6、部分家禽摊位应注意通风，定时检测家禽的情况。

总结：通过我们“健康卫士”一上午的调查可得，高沙农贸市场的卫生情况良好，农副产品卫生状况良好，无农药残留、食品过期等状况，在销售的产品都已经过检测并合格，市民可放心使用。

这一次调查只是我暑假实践中一次小小的实践，我要做的还有很多，不过这些都不是最重要的，我相信我会在今后的实践工作中做的更好，相信自己的能力一定能够做到，这是最起码的，我相信我会在实践中学到！

## 对市场调查报告的心得体会和感悟篇六

随着第三次人口生育高峰的到来，作为服装市场组成之一的童装市场已成为企业的一个新的竞争焦点。据最新的人口统计资料显示，目前我国14岁以下的儿童人数占全国人口的25.4%，同时每年新增的婴儿数约为xx多万，再加上儿童生长发育的速度快，因而每个儿童每年对于服装都会有新的需求，由此可见，我国童装的市场潜力是多么惊人。但是，在我国的整个童装行业中，童装市场与日益扩大的消费需求还不能很好的融合，童装市场还存在一些弊端。主要表现在以

下几方面：1. 童装的产品结构不合理；2. 童装设计水平比较低；3. 国产童装品牌缺乏竞争力。

## 0岁至12岁的儿童

小天使服饰有限公司是一家专业儿童服装公司：集设计、研发、生产、营销推广、市场管理为一体的综合性的公司，公司以完善的产品结构、优质的售后服务，积极开拓和发展中国童装市场，将最佳、最新颖的产品带给消费者全新的感受。以其系列化、专业化、精致化的商品伴随着儿童度过快乐的童年。

公司旗下主打品牌xx秉承以促进儿童快乐过童年为核心的企业宗旨，积极倡导儿童健康穿着新观念，我们坚持”以诚待人、以信为本、以勤创业”的企业宗旨，展望未来，我们将致力于xx品牌的全面升值！

通过对xx品牌详细的市场调查，分析出xx童装的特点及其竞争优势以及竞争中的不足，提出合理化的建议。

1、产品系列化□xx童装不仅仅满足于童装的美观功能，更适用于各种着装场合要求的童装。拥有时尚装、休闲装、运动装、校园装等不同场合的童装多个系列。

2、崇尚自然：迎合消费者返朴归真、崇尚自然的心理,xx童装采用了自然化的款式设计自然，艺术与实用相结合。

3、款式与色彩丰富：满足消费者对各种流行和个性的自然结合□xx童装不仅款式众多，色彩的运用也相当丰富。款式新颖众多、色彩纯正亮丽和对流行元素的准确把握等特点造就了xx在童装领域异军突起。

4、准确定位：随着消费水平的提高和现代信息技术，家长们对品牌童装显得尤为热衷□xx品牌童装定位于中高档消费，有

一定文化修养内涵的群体，有稳定的家庭收入，追求时尚、个性的80后妈妈家庭。

5、绿色环保：环保是童装生产技术的崭新话题，显示人们对生存环境与安全的重视，xx品牌童装倡导健康童装新理念，面料辅料均通过国家质检总局检验，打造的是最贴心的儿童服饰品牌。

但是与zz比较□xx童装依然存在着不足的一面，其主要表现在：

1zz建立了一支国际水准的设计师队伍，并与世界一流的服装设计设计公司合作，实时获取国际服饰潮流资讯，每季度开发数百个经典款式，引领着中国儿童服饰时尚。这是xx童装现在无法相比的。

2zz是国内率先在央视进行大规模广告投放的童装品牌之一，广告效应深刻的影响着消费者的消费观，尤其是把孩子看的很中重的妈妈们，而xx并无这样的条件。

首先创市场，市场竞争就如逆水行舟，企业应始终瞄准市场的制高点，围绕着市场不断创新、激发和维护自己的竞争优势；其次把品牌的建设贯穿在研发、设计、生产、销售、服务的各个环节。通过科学的宏观调控，形成统一形象、统一价格、统一服务的运作模式，使“xx”的品牌在瞬息万变的时尚领域中永远领先一步；再次，建立一支拥有自己特色的设计师队伍，并且从品牌形象，产品设计，市场拓展，销售服务和信息化管理等反方面进行全面提升。

童装将进一步加大品牌引进和运作的力度，以质量求市场，以服务求发展，扩大规模，致力于成为国际知名品牌，请大家敬请期待！

# 对市场调查报告的心得体会和感悟篇七

长武永德宏：永德宏商贸有限公司创建于19xx年，现有下属企业：永德宏购物中心、永德宏配送中心、永德宏灵台分公司以及6个直属连锁店。企业经营品种：调味、副食、化妆品、针织品、工艺品、文化用品、日用五金交电等近万余种商品，长武县永德宏商贸有限责任公司前身创建于20xx年，20xx年公司获批成为一般纳税人企业。现有员工168余人。企业文化：造企业之形象团队；铸企业之魂团队精神；谋企业发展团队目标；育企业之本团队素质。

## 调查目的

观察超市布局和货架陈列，硬件设备及软件设备使用情况，并分析其对消费者购物的影响，并提出可改进方案。

## “一站式”购物

顾客是否能在店中一次购齐所有需要货品，是否可以得到及时的新产品销售信息，是否可以享有送货上门、免费停车等附加服务，是否可以在任何有空闲的时间入店购物??这些问题也是评价一间商店好坏的重要标志。两家超市，消费者都可以体验“一站式”购(one—stopshopping)的新概念。在商品结构上，两家超市都力求富有变化和特色，以满足顾客的各种喜好。其经营项目繁多，包括食品、、黄金、玩具、新款服装、化妆用品、家用电器、日用百货、肉类果菜等等。

## 超市布局分析

### 优点

出口与收银台相连，便于出入和超市的有序管理不足

不同品类分布散乱，不利于顾客购买

手推车和提篮放置地点较少，不方便顾客使用

都未设有对外洗手间

货架陈列分析

- 1、堆货货架、给消费者带来“特价”的印象，吸引顾客购买；
- 2、进口产品，合理的灯光、布局达到高贵的效果，满足顾客高端消费需求，提高销售率。
- 3、特价商品集中售卖，把特价商品布置成为一个商品区集中销售，
- 4、提高消费者关注度，提高售货率。
- 5、奶类、肉类、糖类一般价格高的放在中层，便宜的放在下层（与利润度和消费者购买心理相关）。
- 6、产品放置中，清洁类产品、中高价位放在货架最上方或最下方，低价位放在中层（干货、五香类与此相同）。

超市的消费者行为规律

- 1、价值导向越来越强
- 2、注重购买方便
- 3、消费心理能力强
- 4、冲动性购买行为时有发生
- 5、感性消费日益突显
- 6、受消费习惯与消费环境的制约较大。

7、品牌的吸引力影响判断和选择

8、购物注重休闲和娱乐

9、群体购物比例加大

10、对商店忠诚度低

超市环境及设施

1、导购牌

两家超市都存在商品导购牌指示不清楚，因此顾客找到所需要的商品很不容易，只能求助于超市内的人员或其它顾客的帮助了，这样就给顾客的购物心理在未购物前就形成了一个不良的印象，就此方面来说，全都无论从硬件设施到购物环境能略胜永德宏一筹。

建议：应适用大幅醒目的标识加强路标和指示牌的导购作用。在商场内的商品指示牌应该放置在顾客能很容易看见的地方，而不是说越高越好，要真正发挥导购的作用。

2、地板

两家超市的地板虽然做到了光而不滑，但很多地方都比较脏，通过观察有几处还粘着黑色的小垭块，看上去会让人感觉很不舒服，甚至于给消费者的情绪打了大大的折扣，对卖场的形象造成污点。

子。

3、休息椅

商场内的休息椅较少，不利于消费者购物后休息，并且休息椅前面没有配套的小桌子，用于消费者放置购好的商品。

建议：提供更多的靠背长椅。并且在椅子前面增加配套的小桌子。

#### 4、洗手间

两家卖场都没有对外开放洗手间。

建议：超市内不设洗手间，但是百货部分建议设置对外洗手间以方便顾客，让洗手间的提示牌更加醒目，范围更广；增加洗手间内的蹲位数量。

#### 5、收银台

通过对两家超市收银台的观察，大多数消费者认为很多时候收银台前面站的人太多了，花在付款上的时间太多浪费了。但两家超市并不是说收银台少，而是规定时间开放的收银台很难与实际情况相符合，虽然客流量一版比较固定，有规律，但很多时候也会出现客流量的突然增加，而两家超市均没有相应的增加收银台的开放数量，导致收银台前等候的人排起了长队，浪费了顾客太多的时间，从而对超市的服务感到不满。另外，两家超市均未设有“快速收银区”。

建议：收银台的开放台数应该根据实际情况比较有灵活地增加，及时设置“飞鹰人员”，而不应该太死了，提高收银台的办事效率；快速收银区应发挥其快速收银的用处。

#### 6、商品的陈列及摆放

两家超市陈列都相对杂乱，同时都很少把相关的产品摆放在一起销售，而是单独地摆放，相距甚远。且有时还把一些不相关的商品杂乱地堆放在一起，这样不仅无法刺激消费者的购买，而且给消费者购买商品时增添了不少的麻烦，例如据我观察发现，在洗发水上品种竟然放置着几瓶可口可乐。

## 7、卖场分布图

两家超市均未有明显的卖场分布图，以及商场内的商品导购图布置的位置不好，不醒目，这样使其购买物品很难有针对性地去选择，而是必须逛遍半个超市才能买到自己所需要的商品。这样不仅使顾客疲惫，也在很大程度上影响了消费者的购物心情，势必会影响其下次再来购买的决定。建议：在商场入口处能悬挂大幅醒目的商场商品分布图，要直观、易分辨，指示顾客能迅速快捷地找到所需要的商品。

## 8、监控

承德宏采用的是局部监控的方式进行布防及监控，同时监控数量较少，优点是随时能观察到监控范围内的各种情况，方便及时作出反应。缺点：对于防损工作增加难度，因为顾客更直观的可以观察到卖场内的监控范围及数量，死角一目了然。

全都则采用集中式监控，优缺点与局部监控恰恰相反，注意的是集中式监控要安排专人及时巡查，发现异常及时通知。

## 9、播音

商场广播也是中不可多得的广告宣传媒介，其宣传低成本但高效率。但是通过对两家卖场进行观察的情况来看，两家卖场均未充分的利用好广播系统，对消费者购物行为进行提示，提醒消费者注意自身财物安全、对卖场促销单品进行宣传、广播寻人，寻物、播放轻音乐等，不同类型应使用与其不同的语气和语速，否则很难达到提醒的作用。若在任何时间都是用同一语气和语速，消费者容易产生听觉疲劳，对所播音的内容无法提起注意力，并且可能上场工作人员只是在例行公事而已，没有真正从消费者需要的角度出发；另外，播音员至始至终都是同一的开场白和结束语，会让人感觉鼓噪乏味，没有新鲜感，对超市的服务理念质疑。

建议：不同形式的播音风格，丰富多彩的播音内容是保证其效果的重要途径。

## 10、硬件设施

对于硬件设施，无论从收款机（9寸纯屏黑白）、刷卡pos系统（电话拨号），电子称（托利多03款）局部更换为托利多3660条码电子称（有线）、包括局部监控以及磁门都相对落后，设备落后相应的服务效率必然降低，服务效率降低就会带来顾客的不满甚至投诉，进而降低超市在消费者心目中的满意度。

建议：无论从硬件设施，卖场环境、人员配备、人员服务等每一个方面，打造长武“第一卖场”。

总结：