

# 2023年市场调查实训报告心得体会 市场调查实训工作总结(模板5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。我们如何才能写得一篇优质的心得体会呢？下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 2023年市场调查实训报告心得体会 市场调查实训工作总结优秀篇一

3) 在问卷的发放及收集过程中会遇到各种各样的困难和阻力，如何把握好自己心态，应对各种突发情况这点至关重要。

### 二、实习过程

本次实习，我们在初期对所调查的课题进行了详细的分析，明确了调查的目的，然后根据调查目的设计出具体调查问卷，并交由老师审核，经过老师审核之后，我们开始打印问卷，并在图书馆进行了问卷的发放，之后进行相关的数据收集与统计分析的工作，并由组长完成最终的调查报告。

### 三、心得体会

在实习的过程中，自己收获很多，下面详细介绍自己的三点重要体会：

首先，明确调查目的；

市场调查的目的是为决策者提供决策依据。利用市场调查的部门可以是企业、公司、团体以及任何一切企事业单位的管

理决策层或个人。市场调查的目的可能是为了制定长远性的战略性规划，也可能是为制定某阶段或针对某问题的具体政策或策略，提供依据。调查可以是学术性的，也可以是实用性的。

现在大学生对电影看法的调查，了解用户的需求以及满意度状况，分析本部电影在大学生中的市场状况以及局限性，提出并设计有效地营销活动，帮助电影获取较高的票房。

第二，问卷设计；

(4) 注意可维护性原则，语句标准，口径统一。

第三，要调整好自己。

(1) 要全心全意地投入自己选择所要做的事，尊重选择。既然选择了，就要好好地去做，努力把自己的工作做好，全力做好工作，完成任务。

(2) 积极主动，大胆表现自我。很多人都已习惯听别人说，觉得别人比自己强的人，别人说的都比自己好、正确。但这次实践使我发生了改变——要告诉别人自己的想法！实践过程中，问问题，说出一些自己的建议、想法，跟大家坐在一起聊聊天？虽然不知道恰不恰当，但说出来一起交流，表达自己的想法，也了解他人的想法，感觉很是有趣，也调动大家的积极性！

(3) 实践与理论相结合，提升自己的能力。回首这次实习的过程，虽然时间短暂，我只能走马观花似地去接触和吸收新事物，但我通过实践也学到了很书本上没有的知识，既增长了见识，开阔了视野，又增长了实践操作能力、丰富了生活阅历，这将是我走向社会的一笔最为宝贵的财富，同时通过社会实践活动，我把自己所学的理论知识应用于实践，从实践中不断分析、总结，从而提高了自身解决问题的能力。走

向社会，参加实践，帮助我们摆正了自己的位置：不盲目自大，也不过分自卑。

#### 四、结尾

这次的实习，我第一次感到真正投身到社会的工作的感觉。第一次真真正正看到社会的层层面面，当与随机抽样的群众做问卷调查的时候，我有时被他们拒绝。在这样的情况下，我并没有与他们反驳吵架；反而让我学习被别人拒绝的感受，学习更深的忍耐。因为我知道，工作就是工作，就应该有工作的形象代表了就是工作团队的形象。另外，我感觉我自己人际沟通交流方面还需要继续加强；这次市场调查，使我对于如何跟陌生人交流、跟拒绝向你交流信息的人获取想要得到调研的信息的技巧。这次实习，我学习到很多书本上没有的东西，有很多有趣有用知识让我产生强烈的兴趣；促使我更进一步的学习，我相信我在以后的学习中会学到更多的知识充实自己。最后我想说，这次实习，所有组员们在一起为同一目标共同努力时，每个人的心里都是暖暖的。

## 2023年市场调查实训报告心得体会 市场调查实训工作总结优秀篇二

下面是小编为大家整理的,供大家参考。

公司的市场营销管理现状

(一) 营销部门的组织概况和理念

(二) 营销人员的薪酬激励和稳定性

(三) 营销人员的培训

(四) 营销部门和其它部门之间的工作关系

## 调查结果分析

### (一) 以顾客为导向

### (二) 以营销为主，生产、财务、人事、后勤等部门为之服务

企业的生存、发展与企业产品的销售直接相关，良好的销售业绩提供企业生存发展的经济基础。在现代市场经济条件下，企业必须十分重视针对市场营销的管理，根据市场需求的现状与趋势，制定计划，配置资源，通过有效地满足市场需求，来赢得竞争优势，求得生存与发展。本文对上海旺卓橡塑制品有限公司市场营销管理制度进行了较为全面的分析，并在分析现状的基础上，指出了该公司进一步提升营销管理水平的努力方向。

上海旺卓橡塑制品有限公司成立于一九九八年四月，是一家集橡塑材料生产、加工、销售为一体的中型发展中的民营企业。其橡塑产品分为两大类：一、多种材质的密封件，客户为空气净化，电子，特种机械制造商及其工程商；二、aeroflex三元乙丙橡塑保温材料，应用于空调、太阳能、制热、化工生产等领域。随着经济社会的发展，该产品配套于机械设备整机、部件销往国内，如华东、华南、华北地区；直接或间接销往国外，如美国、德国、新加坡、韩国、日本、越南以及中东地区的国家。以此，满足客户对现代高品质的环保型橡塑密封、保温材料的需求。

## 公司的市场营销管理现状

上海旺卓橡塑制品有限公司领导层在企业的运行中，认识到公司营销部门的工作绩效直接影响到企业的经营发展，对公司的营销部门非常的重视，近年来采取了一系列的措施不断完善和提高公司市场部门的各项规章制度。

### (一) 营销部门的组织概况和理念

该公司的营销队伍在近几年趋于年轻化，营销人员的学历在不断地提高，而且由副总经理负责领导管理工作。经过调研，发现该公司将企业市场营销管理纳入企业整体运营理念，而不是将市场营销管理的工作职能传统化、简单化地植入营销部门内。这样就保证了制订的营销政策具有全面性、战略性、前瞻性。

## (二) 营销人员的薪酬激励和稳定性

该公司为了提高营销人员的积极性，在薪酬上采用工资加佣金的激励方法，这样能够调动营销人员的积极性，能够发挥他们的能力。为企业创造更高利润创造条件，又能保持营销队伍的总体稳定性，不因营销人员的流失发生客户被带走的现象。具体的薪酬组成形式为：岗位工资、通讯补助、交通补贴及佣金，营销人员的个人平均固定收入约占总收入的25%~30%。

## (三) 营销人员的培训

从调研的情况来看，该公司对营销人员的培训工作采取定期和不定期培训。定期培训依据是按既定的间隔时间进行通常培训，即业务技能、产品与市场环境知识重复、更新培训，让这些要求具备的知识能够在营销人员的脑子里得到回顾、强化与更新；不定期培训，是针对营销人员在平日营销工作的突发事件、需要及时处理并且有代表性的问题，集中群体的智慧，共同做到重要信息即时收集、研究分析、制定处理方案，以此通报给未遇到此类问题的营销人员，扩充、提升整体营销人员的业务知识和处理技能。

## (四) 营销部门和其它部门之间的工作关系

在调研信息中获知该公司在平日生产运营时，营销部门的自身工作能够即时快速完成，各部门突发问题能够在副总经理的领导下做到临时紧急处理，降低问题带来的市场负面影响。

但，善后未做总结并制定相应的机制，缺乏针对突发问题的部门之间联动预案，而只能在问题出现时头痛医头，脚痛医脚。由此显现该司各部门之间工作关系的衔接、配合相对薄弱，不利于企业动态运营的平稳性。

### 三、调查结果分析

我们知道现代企业的市场营销，是个人和集体通过创造并同他人交换产品和价值以满足需求和欲望的一种社会和管理过程。由此，市场营销管理是为了实现企业目标，创造、建立和保持与目标市场之间的互利交换关系，对设计方案的分析、计划、执行和控制。市场营销管理的本质即是需求管理。

毋庸置疑，对于上海旺卓橡塑制品有限公司的市场经营来说，既要遵循现代企业市场营销管理的通常规则，又要建立和完善针对自身行业特征、符合自身行业发展途径的市场营销管理机制，依此才有助于公司在愈来愈激烈的市场竞争中的再提升、再发展。具体来说该公司可以从以下两个方面来进一步提升公司的营销管理水平。

(一)以顾客为导向。现代化市场营销的工作重点是有利益的满足客户需求。顾客是企业的衣食父母，没有顾客，就没有利润，进而公司也失去存在的基础，这就要求我们需以顾客为导向，把满足顾客为导向作为企业的运营战略理念的重中之重。

;

## 2023年市场调查实训报告心得体会 市场调查实训工作总结优秀篇三

做好市场调查对于运营是很重要的一个环节。你知道市场调查报告心得体会是什么吗?接下来就是本站小编为大家整理的

关于市场调查报告心得体会，供大家阅读！

第一，怎么在没有直接信息的情况下，通过前台电话找到合适的访谈对象：不是说你给前台说转技术部或者设备部或者采购部，人家就会给你转的；即便会转也会问你找哪位。可不要小看了这个前台了，如果她不配合的话，基本是完了。

第二，在找到要访谈的人的时候要约他，那么约人的时候语言怎么组织？——就是以什么样的说辞能够让对方接受你的访谈。我们的访谈对象是一些基层和中层管理者，这部分人中素质差别很多，有的人看重技术交流，有的人对你开出的礼品有兴趣，还有的人就是对什么都没兴趣，就以一个字忙，直接拒了。

第三，即使是找个理由约上人了，也不能保证去到地方人家不反悔，放鸽子。其实这样的情况还是有的；再退一步说，人家即使同意访谈了，真正谈的时候是不是会很好的配合。

明白了重点和难点后，经过自己的思考我是这样应对的：

第一，搜索信息我是主要以访谈行业业内人士介绍为主。譬如我们是找某个产品的用户，那么我可以去结识这个产品的销售人员。他们做销售的对市场用户的信息是最全的了。后来事实也证明这个途径是可行的，他们给我的信息里包括了公司名字，产品负责人（也就是我们要访谈的人）以及此人的联系方式，包括固话和手机；不过真正遇到这样一个人还是有些难度的。也可能是一大堆销售人员中，只有一个人愿意给你提供这样的信息，但是我想说的是，有这么一个人，已经足够了。一个出色的销售人员收集的数据足够我们一个项目使用的了。至于如何跟这样一个人处好关系，真诚就显的很重要的了。很多时候我们看到的一句话就是，你希望别人怎样待你，你就去怎样待别人。

除了销售人员介绍外，还可以让接受过访谈的人介绍。就是

资源再利用。开始的时候我忽略了这一点，后来偶尔一次尝试了之后觉得效果很好，就记住它了。一般是在访谈后等他收到邮寄的礼品后，再请他推荐周围的朋友同行。

也试过通过前台找访谈的对象，遇到态度好的可以实话实说，不过绝大部分情况下都是另一种说辞，就是以对他们公司有利的身份去说。譬如我们访谈某产品设备，可以说对这个设备回访的，麻烦转接下相关人等。这不是欺骗，是工作需要的一种说辞，我称它是无奈的但是没有恶意的谎言。

第二，约人的时候也分情况。从第一声问好中，基本可以探出这个人的脾气或者说是好说话还是难相处。态度好的，可以直接说明意图；态度不好的可以换个说法，把对他个人和公司有利的地方阐述清楚。其实开始的时候，一般不是很明白访谈的目的，需要反复的去表达，可能开始的时候那人有不耐烦，等到你耐心说了几次后可能他就同意了。当然，没有拒绝也是很难的。这个也要坦然面对，能够保证大部分人能够接受就可以了。这里特别重要的一点时，讲话的时候一定要自信，要专业，要不温不火。

第三，反悔是会有有的。基本上约好了以后就不要再联系了。有的时候反而是联系的越多，结果更不好。约好后，准备去访谈之前再打个电话确认下时间地点。就可以。人和人需要距离，做事的时候也要注意。

就是这样的工作，我做了三个月，实习工作也得到了同事和老板人认同。后来因为自己想能够从事项目执行之外的其他工作，得不到老板的认同，而不得不辞了这份工作。

说经验吧，说起来也是一大堆，最重要的我觉得是下面几点：

1. 信息搜索的渠道很重要。网上搜索和通过论坛等途径认识的相关人介绍得到的信息价值是不一样的。网上查的要找到合适的采访对象这个过程就很复杂了；如果有从事相关工作的



朋友给推荐，直接可以找到访谈的对象，姓名联系方式都有。这样就省事很多。

2. 真诚的态度很重要。后来接触过的一些中小企业的老板，后来反馈给我的信息时，虽然他觉得我们这个工作跟他的工作没多少相关，他完全可以拒绝我。因为我的真诚的态度，让他想起自己年轻的时候那股劲头，才接受我的访谈。这点在搜索信息时也很重要，刻意的去急切的问别人信息，人家未必会给你。这个就是需要时间，彼此当对方是朋友了，那就好说了。

3. 团队合作是能够提高效率的。但是前提是这个团队如果组织，利益如何分配。因为是实习期，所以项目赶的紧的时候我就会以约人为主。后来自己也想想，假如我是正式员工，我可能会不选择合作，因为约人的提成只占了很少一部分。这样做的话虽然公司整体工作效率提高上去了，但是我自己并没有因此得到该有的回报。

4. 老板的放权和激励很重要。一个好的老板可以放手让员工去做事情，而自己只要把握全局就行了。遗憾的是，我实习的老板基本除了项目执行的事情外都是自己做的。他自己也很辛苦，经常的熬夜加班；还有就是当我觉得我哪件事情做的好的时候我很希望能够得到老板的认同和肯定，这一点对于激励士气很重要，特别是对我而言。

实习时间□20xx年6月18日—20xx年6月23日

实习地点：太原优渥家居

工作简介：在太原各高档消费场所发放问卷，对高消费人群进行调查，了解其对家具的偏好及知道家具卖场的途径，从而为优渥家居制定整体营销策划活动，投放广告等提供依据。

正文□20xx年6月，我班在学校的组织下在优渥家居进行了为

期6天的实习，实习内容是对太原市高消费人群进行一次调查，了解其对太原市家具卖场的一些看法。我们是通过发放问卷来进行调查的，全班同学共分为6组，每组10人，分别前往不同的高档住宅小区和高端消费场所进行调研。

这次调研对自己来说是一个非常好的机会，可以学习、借鉴和分析调研过程中与其他成员的团队合作能力，了解了家具行业的特点，通过调研，了解了目标顾客的个人消费偏好、消费习惯、消费水平和消费趋势。对家具行业有了更深入的理解和研究。我希望在借鉴我们调查研究的基础上，通过进一步调查分析，得出有意义的结论，为优渥家居的领导高层制定整体营销策划活动、投放广告等提供依据。

感谢学校为我们提供的这次机会，使我们学到了很多知识，拓宽了自己的眼界。谢谢同学们一路上的帮忙和照顾，有了你们，这次的调研活动对于我来说才愈加精彩充实。在为期半个多月天的调研中，我们收获颇丰，感受深刻。通过团队的默契合作，我们才能顺利完成调研，由此更加体会到了团队精神的重要，不论是在调研中，还是团队成员的交流沟通过程中，都需要大家的共同努力，齐心协力，一同面对困难，集思广益。

有人说过这样一句话：“一种东西你如果没有亲身经历过，没有亲身地去实践它，你就无法体会出其中的经典之处，其中的奥妙之处，即使你曾听过，你曾看过，你体会的也只是一种表面之物，你体会的也只不过是其中的非常细微的东西。”没有这次专业课的实地调研，我们无法真实地感受到家具行业的发展和不足，我们应该把这些体会和心得融入到我的今后的学习生活中。而通过这次的调研所了解到的情况和得到的大量真实而具体的数据更使我们对家具行业深刻的认识，满足了我们的调研需求。这些来源于书本之外的知识使我们更加充实。

## 一、 市场概述

苏州原称吴，又称姑苏，素有“人间天堂”之美誉。苏州市位于长江三角洲中部、江苏省南部，现辖5县(市)7区，全市总面积8488平方公里，其中市区面积1650平方公里，古城区14.2平方公里。全市平原占54.8%，水面占42.5%，丘陵占3%，平均海拔4米左右。境内河流纵横，湖泊众多，京杭运河贯通南北，望虞河、娄江、太浦河等连接东西，太湖、阳澄湖、昆承湖、淀山湖镶嵌其间。

20xx年末全市户籍总人口590.97万人，地区生产总值2802亿元，城镇居民人均可支配收入12361元，农民人均纯收入6750元。苏州是著名的“鱼米之乡”、“丝绸之府”、“工艺之都”。改革开放以来，国民经济加速发展，成为全国经济发达地区之一。

## 二、商家格局

苏州观前街是苏州经济文化中心，数百个中外商家毗邻而设，商品种类丰富，消费层次鲜明。老字号风光依然，新商家大批涌入。观前街日常人流量近12万人次，节假日高峰时竟达35万。这里的营业额以25%的增幅快速增长。

随着永乐、苏宁、五星等家电专营连锁店纷纷进驻苏州市场以来，苏州的家电销售格局也悄悄起了些变化，改变了传统大型百货商店长期以来在经营家电领域占据统治地位的局面，但苏州市人民商场股份有限公司、苏州市石路国际商城、苏州长发商厦、苏州泰华商城等凭借其良好的信誉、优美的环境、大而全的商品，仍是广大消费者的首选之地。另外一些小的家电商家，凭借其灵活的销售方式及相关渠道也占有相当的一些市场份额。

## 苏州空调市场调研报告

苏州经济在“长三角”一直是高居前列的，它不仅有姑苏园林、苏州乐园、太湖美景、观前街这些旅游景点作为支柱产

业。而且中新合作苏州工业园区开发建设来，实际利用外资超过55亿美元，苏州高新区完成国内生产总值204亿元，财政收入28.6亿元，区内有名列世界500强企业45家，也为苏州市的经济带来了不小的发展。良好的市场背景，使得居民的消费成熟也理性。据统计数字表明，空调在苏州家庭的普及率为45%以上，今年苏州的空调市场容量近6亿多，可见苏州空调市场还是有很大的发展空间。

今年苏州整个空调市场呈现出“淡季不淡，旺季不旺”的均衡态势，这和居民消费的理性化有很大关联。空调销售市场受到家电专营店的一些冲击，专营店中以苏宁、永乐和五星为三大巨头，百货商厦中又以苏州市人民商场股份有限公司和苏州市石路国际商城见长。苏宁空调的销量要略好于其它商家，总体来说连锁的家电专营店的份额较之百货商厦要高，基本上两者之间市场份额比为60%：40%。

与“长三角”整个地区的经济相适应，苏州消费者在选择空调上首先考虑的是品牌，一些高中档产品普遍受到欢迎，品牌意味着质量和售后服务。目前，在苏州市场上，空调销售占主要地位的是海尔、美的、新科、奥克斯、格力等国产品牌，这几个品牌占据了苏州空调市场的60%左右的份额。据各大专营店和商厦销售数据显示，海尔在苏州空调市场位列第一，占了约19%的市场份额。主要原因是在于其品牌认知度高以及良好的售后服务。其次为美的，占了约16%的市场份额。新科和奥克斯在苏州市场上也有不俗的表现，各自抢占了约10%的市场份额，格力在苏州的销量尚可，占据了5%的市场份额。

另外，苏州本地品牌三星空调今年的表现也不错，但由于三星空调起步比较晚，所以全年总的份额相对较低。同时，我们在调研中也发现，春兰在苏州市场上的销量平平，不尽如人意，究其原因可能与消费者对该品牌的认知程度有关。

苏州热水器市场调研报告

热水器作为一种家庭耐用型消费品，使用寿命一般在5至6年以上，因其与人的安全相关，是消费者购买时关心度最高的一种家庭生活用品。

热水器和人们的生活息息相关，故市场普及率达到了90%。由于使用方便和快捷，苏州城市居民家庭拥有的热水器仍以燃气热水器为主，约占热水器市场总量的58%。电热水器和太阳能热水器经历了多年发展，也具备了一定规模，其中电热水器的发展比较稳定，其市场占有率为35%。太阳能热水器虽然受气温自然条件的影响较大，对安装场地也有所限制，但其发展仍很迅猛，购买群体不仅在农村，顶层住户也购买太阳能热水器，其市场份额也达到了7%，见图3。

电热水器市场的快速成长，吸引了众多民营资本和国外品牌加入，国内一些有影响力的家电品牌亦快速进入这一行业，提高了消费者对电热水器产品的信任度，消费者对电热水器的需求量也在逐渐上升。外资品牌中卖得最好的是a.o.史密斯和阿里斯顿，该两大品牌占据了近85%的市场份额，两大品牌的销售基本是平分天下。

海尔进入热水器市场比较晚，但海尔借助其强大的品牌影响力，在热水器行业内奋起直追，已完全让消费者接受了其生产热水器的概念，在苏州电热水器市场上海尔也占得了8%的市场份额。

燃气热水器由于其发展时间较早，因而其品牌集中度不像电热水器那么高。樱花、光芒、万和、能率和创尔特是苏州市场上主要的燃气热水器品牌，该几大品牌占据了市场75%的份额。

据商家统计，今年苏州热水器市场容量为3万台左右，其中苏州市人民商场股份有限公司以其长久的影响力和信誉占据了约28%的份额，其次为专营店苏宁、永乐、五星共占了65%的份额，其余由其它大型商场分食。

## 苏州油烟机、灶具和消毒柜市场调研报告

油烟机、灶具的普及率在苏州市区基本上占到了92%。但随着苏州市区的整体改造，大批老城区的居民住进了新房，这也迎来了一次新房装修的大潮，厨房是一个家庭装修的重点，油烟机、灶具作为家庭必备器具，消费者在其购买上也比较舍得花钱，不仅要求产品质量好，而且对款式也有不小的偏好。越来越多的人青睐整体厨房的时尚和美观，且趋向欧式风格，并且比较看重品牌。

目前苏州油烟机、灶具市场上品牌也相对较集中，商家普遍反映方太和帅康两者由于进入油烟机领域时间早，市场占有的份额较大，两者占据了约43%的市场份额，而且两者不分仲伯。老板和樱花的表现也相当出色，各自占据了16%和11%的市场份额，华帝在进军整体厨房后，其市场定位更加明显，突显其品味和时尚，也受到消费者的欢迎，占据了约14%的市场份额。其次太太、光芒和普田等也是油烟机、灶具市场的强劲之师，这几大品牌共同占据了15%的市场。

由于整体厨房的现代、整洁、舒适而受到广大消费者的喜爱，海尔整体厨房在苏州市场也很受消费者青睐。

消毒柜是进入家庭厨房较晚的一个现代产品，普及率较低大约只有35%的市场普及率。但随着人们对家居健康和卫生的重视，消毒柜也成为厨房装修的一个必添物件。也是各大厂家争食的一块蛋糕。近来消毒柜的发展趋势是嵌入式取代立式和挂壁式。

由于消毒柜行业分散，缺少强势品牌，区域品牌的厂家居多。其中年产量较大、做的比较早的有康宝、万和两家，海尔、帅康、方太也进入消毒柜市场，所以在苏州消毒柜市场上，消费者并没有对哪个品牌的消毒柜产品有特殊的偏好。

总体来说苏州的消费者在选购油烟机、灶具时第一看重的是

品牌、商家的信誉，环境和服务也是影响消费者选购的重要因素。苏州消费者在选购油烟机、灶具时会首选大商场，其中苏州市人民商场股份有限公司占了18%的市场份额，而以永乐、苏宁、五星为代表的连锁性专营店也以其优势占据了这个市场的大部分约62%的份额，其它的份额则由其它商家以及品牌代理商和装潢公司分食。

## 2023年市场调查实训报告心得体会 市场调查实训工作总结优秀篇四

市场调查心得体会要怎么写，才更标准规范？根据多年的文秘写作经验，参考优秀的市场调查心得体会样本能让你事半功倍，下面分享【市场调查心得体会通用5篇】，供你选择借鉴。

这学期，我们开了市场调查与分析这门课程，这门课程为我们进入社会的工作，打下了一定的基础。从这门课程的学习当中，我获益匪浅。

说起市场调查，很多人就会想到问卷调查。当然，问卷调查的这一部分，是市场调查的核心部分。但是，市场调查与分析这门课程，不单单只是让我们学习问卷如何制作，它涉及到很多很多方面的知识。首先，市场调查，我们先要确定一个调查目标，然后根据这个目标去进行调查，研究，探讨。

我们开的这门课程，每一周的学习任务都是不一样的。我们是循序渐进的，跟着步骤一步步来学习的。其中，上个星期，我们进入了问卷调查这个环节。我们组采用的问卷方式的访谈。我们主要以走访宿舍为主，我们组的组员分工合作，团结协作，将问卷派发到方案设计中的预定宿舍中去，让他们帮我们填写调查问卷。

在完成这一调查问卷的过程中，我们遇到了如下问题：

1、来到同学们的宿舍门口时，敲了们，有的同学一听到调查问卷，即刻又把门给关上了。我们遭拒绝了。

2、有些同学虽然接受了我们的问卷，但是对着问卷只是敷衍了事，虽然整份问卷的题目都回答了，但是答案的真实性不高。我们每个宿舍派两份问卷，有的被调查者，甚至一个人做了两份，而且答案都不一样，这一做法为我们后期的分析工作增加了难度，降低了问卷的真实性。

3、我们提出需要拍照留念时，有些被调查者不配合，加大了我们问卷调查的难度。

通过开展此次的问卷调查活动，我感悟颇深，主要有以下几点：

1、当被调查者拒绝时，还是得以微笑面对，因为微笑是对自己最大的尊重，同时也是对自己的肯定。任何一项工作的开展都不可能是一番风顺的，更何况是市场调查这门课程。这也同时在增强我们的耐心，提高我们的处事能力。

2、积极主动，敢于表达。在被调查者稍微有疑问时，立即解答其疑难。

3、面对他人的不配合时，细心的跟其说明我们的情况。这同时也在锻炼我们的口才和胆量。

总之，在这个过程中虽然遇到很多问题，但是我们还是顺利将其解决了，在此过程中，我受益良多。

3)在问卷的发放及收集过程中会遇到各种各样的困难和阻力，如何把握好自己的心态，应对各种突发情况这点至关重要。



这次的实习，我第一次感到真正投身到社会的工作的感觉。在被别人拒绝时，我并没有与他们反驳吵架，而是学习更深的忍耐。因为我知道，工作就是工作，就应该有工作的形象代表了就是工作团队的形象。另外，我感觉我自己人际沟通交流方面还需要继续加强；这次市场调查，使我对于如何跟陌生人交流、跟拒绝向你交流信息的人获取想要得到调研的信息的技巧。这次实习，我学习到很多书本上没有的东西，有很多有趣有用知识让我产生强烈的兴趣，我把自己所学的理论知识应用于实践，从实践中不断分析、总结，从而提高了自身解决问题的能力。并促使我更进一步的学习，我相信我在以后的学习中会学到更多的知识充实自己。

这学期，我们开了市场调查与分析这门课程，这门课程为我们进入社会的工作，打下了一定的基础。从这门课程的学习当中，我获益匪浅。

说起市场调查，很多人就会想到问卷调查。当然，问卷调查的这一部分，是市场调查的核心部分。但是，市场调查与分析这门课程，不单单只是让我们学习问卷如何制作，它涉及到很多很多方面的知识。首先，市场调查，我们先要确定一个调查目标，然后根据这个目标去进行调查，研究，探讨。

我们开的这门课程，每一周的学习任务都是不一样的。我们是循序渐进的，跟着步骤一步步来学习的。其中，上个星期，我们进入了问卷调查这个环节。我们组采用的问卷方式的访谈。我们主要以走访宿舍为主，我们组的组员分工合作，团结协作，将问卷派发到方案设计中的预定宿舍中去，让他们帮我们填写调查问卷。

在完成这一调查问卷的过程中，我们遇到了如下问题：

- 1、来到同学们的宿舍门口时，敲了们，有的同学一听到调查问卷，即刻又把门给关上了。我们遭拒绝了。

2、有些同学虽然接受了我们的问卷，但是对着问卷只是敷衍了事，虽然整份问卷的题目都回答了，但是答案的真实性不高。我们每个宿舍派两份问卷，有的被调查者，甚至一个人做了两份，而且答案都不一样，这一做法为我们后期的分析工作增加了难度，降低了问卷的真实性。

3、我们提出需要拍照留念时，有些被调查者不配合，加大了我们问卷调查的难度。

通过开展此次的问卷调查活动，我感悟颇深，主要有以下几点：

1、当被调查者拒绝时，还是得以微笑面对，因为微笑是对自己最大的尊重，同时也是对自己的肯定。任何一项工作的开展都不可能是一番风顺的，更何况是市场调查这门课程。这也同时在增强我们的耐心，提高我们的处事能力。

2、积极主动，敢于表达。在被调查者稍微有疑问时，立即解答其疑难。

3、面对他人的不配合时，细心的跟其说明我们的情况。这同时也在锻炼我们的口才和胆量。

总之，在这个过程中虽然遇到很多问题，但是我们还是顺利将其解决了，在此过程中，我受益良多。

实训的第一天我们全班去参观力为医药公司，我们刚下车就有他们公司的代表来接我们，我们跟随他到达公司，坐在会议室等候艾总的到来。艾总是一位富有激情的创业中年人，虽然已经40多岁啦，依然保持火热的心。他为我们做了一个演讲，作为实训开头。他的演讲让我们受到了比较多的启发，他总结了我们的90后的优缺点，以及介绍了几位当代创业成功的英雄人物，并告诉我们应该有自己的创业偶像，同时他还提醒我们年轻人应该脚踏实地，不要好高骛远，更要求我们

要好好读书，多学习，在工作中学习，在学习中工作，还当场要求我们背诵荀子的《劝学》，为我们讲解内在含义，他强调工作中应该注重品德，品德放在第一位，这些都使我们受益匪浅。为了鼓励我们回答问题，他还为我们准备了精美小礼物。

由于人数的关系，我们班被分成4组进行实训，我们这组十位同学，本来可以跟着业务人员去跑市场，然天公不作美，当天下了一天的暴雨，我们不得不在他们的办公室度过我们本次的实训，但我们也学到了好多东西，特别是朱总告诫我们以后无论去哪里实训或参观都应该带点本子和笔，这既是态度问题也是礼貌问题，这给我们很深刻的教训，接着陆经理为我们介绍了一点关于中医的知识，其中提到了阴阳、太极、八卦等与中医的联系，特别是五行说“金木水火土”与人体器官“心肝脾肺肾”与四季“春夏秋冬”一一相对应，为我们对身体有了更多的了解，也为我们的自我保健做了一点小普及，他还为我们简单介绍了中国十大名汤，丰富了我们的医药知识。

而另一位老业务员为我们讲了许多销售方面的技巧和应该注意的问题，并结合实际案例给我们现场模拟分析，并解答了我们在这一方面的问题，他的案例分析给我们醍醐灌顶的感觉，都是自己的亲身经历，给我们虽然没有进入市场却能感受到市场的那种激烈竞争的感觉，他认为我们业务人员就是要把正确的商品卖的给正确的客户，同时他还给我们讲了销售步骤“市场调查——商务谈判——进入商店——售后反馈”同时给我们强调了在商店应该注意的事项和售后反馈的重要性。

我们也从有机会出去跑的同学中学到了一些东西，他们跟随业务人员去跑，体会到了艰辛，同时还学到如何发起对话，坐着谈比站着谈的效率已定更高，其中还有如何推销的许多技巧，给我们增加较多的知识。

在这次实训中我们学到许多在课本上没有的东西，比如养成随身带笔记本和笔的习惯和销售的实际步骤等等，这些实训经历很好的与我们在课本上的理论知识相结合，更好的帮助我们学习市场营销与调查者门课程。

感谢老师和血校给我们这次实训的机会，让我们对社会实际又有了新的体验，这为我们以后的学习和工作打下了一定的基础。

实习对于大学生来说是很重要的与社会接触的机会，它能让我们把平时学的理论知识运用到实践中，做到学以致用。还能增强我们的“团队合作”意识。另一方面，让我们切身感受社会竞争之激烈以激励我们认真学习。学校在学期末安排了我们实习，这是个难得的锻炼我们的机会，在此期间，虽然时间不长但我们也学到了不少有用的知识也得到了一些经验。这些宝贵的经验能帮我们将来更好的融入到社会。

通过实习了解电脑的相关知识及营销情况，在这个基础上把所学的把所学的专业理论知识与实践紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用的目的。首先来认识一下营销调研实习吧，营销调研实习是通过实践环节对所学营销调研与预测课程理论的进一步认识和深化理解。当今市场竞争日益激烈，低成本、准确和适时的市场营销决策对企业至关重要，营销调研通过运用科学方法，收集、整理、分析有关市场营销的信息，成为企业进行决策的基本前提和必要条件。

营销调研实习是依据大纲的要求及教学计划安排，在完成营销调研与预测课程学习后展开的。通过实习欲使我们正确认识营销调研的价值，灵活掌握营销调研的基本理论、基本方法和技巧，能够独立设计、组织常规性的市场调研项目，有效运用市场调研的基本方法与技巧解决市场营销中的实际问题，同时进一步培养我们观察问题、分析问题、解决问题的能力，为毕业后能够迅速适应和驾御实际营销工作打下坚实

基础。

实习是每一个大学毕业生必须拥有的一段经历，他使我们在实践中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，也打开了视野，长了见识，为我们以后进一步走向社会打下坚实的基础，实习是我们把学到的理论知识应用在实践中的一次尝试。我想，作为一名即将毕业的大学生，建立自身的十年发展计划已迫在眉睫，不是吗？信奉在哈佛广为流传的一句话“if you can dream it, you can make it!” 实习已经结束，我也该开始新的生活了。在不多的大学生活中，我还需要做好很多事情，比如英语的继续学习，比如专业课的深入学习，比如对行业的继续关注等。未来不管是做个职业经理人还是自主创业，大学时期的积累，必定是我人生的一笔财富！

## 2023年市场调查实训报告心得体会 市场调查实训工作总结优秀篇五

市场是各方参与交换的多种系统，机构，程序，法律强化和基础设施之一。实习报告是展示自身实习收获成长的重要报告，是学生在实习过程中必须完成的一项实习作业。你是否在找正准备撰写“房地产市场调查实习报告”，下面小编收集了相关的素材，供大家写文参考！

实训的第一天我们全班去参观力为医药公司，我们刚下车就有他们公司的代表来接我们，我们跟随他到达公司，坐在会议室等候艾总的到来。艾总是一位富有激情的创业中年人，虽然已经40多岁啦，依然保持火热的心。他为我们做了一个演讲，作为实训开头。他的演讲让我们受到了比较多的启发，他总结了我们的90后的优缺点，以及介绍了几位当代创业成功的英雄人物，并告诉我们应该有自己的创业偶像，同时他还提醒我们年轻人应该脚踏实地，不要好高骛远，更要求我们要好好读书，多学习，在工作中学习，在学习中工作，还当

场要求我们背诵荀子的《劝学》，为我们讲解内在含义，他强调工作中应该注重品德，品德放在第一位，这些都使我们受益匪浅。为了鼓励我们回答问题，他还为我们准备了精美小礼物。

由于人数的关系，我们班被分成4组进行实训，我们这组十位同学，本来可以跟着业务人员去跑市场，然天公不作美，当天下了一天的暴雨，我们不得不在他们的办公室度过我们本次的实训，但我们也学到了好多东西，特别是朱总告诫我们以后无论去哪里实训或参观都应该带点本子和笔，这既是态度问题也是礼貌问题，这给我们很深刻的教训，接着陆经理为我们介绍了一点关于中医的知识，其中提到了阴阳、太极、八卦等与中医的联系，特别是五行说“金木水火土”与人体器官“心肝脾肺肾”与四季“春夏秋冬”一一相对应，为我们对身体有了更多的了解，也为我们的自我保健做了一点小普及，他还为我们简单介绍了中国十大名汤，丰富了我们的医药知识。

而另一位老业务员为我们讲了许多销售方面的技巧和应该注意的问题，并结合实际案例给我们现场模拟分析，并解答了我们在这一方面的问题，他的案例分析给我们醍醐灌顶的感觉，都是自己的亲身经历，给我们虽然没有进入市场却能感受到市场的那种激烈竞争的感觉，他认为我们业务人员就是要把正确的商品卖的给正确的客户，同时他还给我们讲了销售步骤“市场调查——商务谈判——进入商店——售后反馈”同时给我们强调了在商店应该注意的事项和售后反馈的重要性。

我们也从有机会出去跑的同学中学到了一些东西，他们跟随业务人员去跑，体会到了艰辛，同时还学到如何发起对话，坐着谈比站着谈的效率已定更高，其中还有如何推销的许多技巧，给我们增加较多的知识。

在这次实训中我们学到许多在课本上没有的东西，比如养成

随身带笔记本和笔的习惯和销售的实际步骤等等，这些实训经历很好的与我们在课本上的理论知识相结合，更好的帮助我们学习市场营销与调查者门课程。

感谢老师和血校给我们这次实训的机会，让我们对社会实际又有了新的体验，这为我们以后的学习和工作打下了一定的基础。

这学期，我们开了市场调查与分析这门课程，这门课程为我们进入社会的工作，打下了一定的基础。从这门课程的学习当中，我获益匪浅。

说起市场调查，很多人就会想到问卷调查。当然，问卷调查的这一部分，是市场调查的核心部分。但是，市场调查与分析这门课程，不单单只是让我们学习问卷如何制作，它涉及到很多很多方面的知识。首先，市场调查，我们先要确定一个调查目标，然后根据这个目标去进行调查，研究，探讨。

我们开的这门课程，每一周的学习任务都是不一样的。我们是循序渐进的，跟着步骤一步步来学习的。其中，上个星期，我们进入了问卷调查这个环节。我们组采用的问卷方式的访谈。我们主要以走访宿舍为主，我们组的组员分工合作，团结协作，将问卷派发到方案设计中的预定宿舍中去，让他们帮我们填写调查问卷。

在完成这一调查问卷的过程中，我们遇到了如下问题：

- 1、来到同学们的宿舍门口时，敲了们，有的同学一听到调查问卷，即刻又把门给关上了。我们遭拒绝了。
- 2、有些同学虽然接受了我们的问卷，但是对着问卷只是敷衍了事，虽然整份问卷的题目都回答了，但是答案的真实性不高。我们每个宿舍派两份问卷，有的被调查者，甚至一个人做了两份，而且答案都不一样，这一做法为我们后期的分析

工作增加了难度，降低了问卷的真实性。

3、我们提出需要拍照留念时，有些被调查者不配合，加大了我们问卷调查的难度。

通过开展此次的问卷调查活动，我感悟颇深，主要有以下几点：

1、当被调查者拒绝时，还是得以微笑面对，因为微笑是对自己最大的尊重，同时也是对自己的肯定。任何一项工作的开展都不可能是一番风顺的，更何况是市场调查这门课程。这也同时在增强我们的耐心，提高我们的处事能力。

2、积极主动，敢于表达。在被调查者稍微有疑问时，立即解答其疑难。

3、面对他人的不配合时，细心的跟其说明我们的情况。这同时也在锻炼我们的口才和胆量。

总之，在这个过程中虽然遇到很多问题，但是我们还是顺利将其解决了，在此过程中，我受益良多。

实习对于大学生来说是很重要的与社会接触的机会，它能让我们把平时学的理论知识运用到实践中，做到学以致用。还能增强我们的“团队合作”意识。另一方面，让我们切身感受社会竞争之激烈以激励我们认真学习。学校在学期末安排了我们实习，这是个难得的锻炼我们的机会，在此期间，虽然时间不长但我们也学到了不少有用的知识也得到了一些经验。这些宝贵的经验能帮我们将来更好的融入到社会。

通过实习了解电脑的相关知识及营销情况，在这个基础上把所学的把所学的专业理论知识与实践紧密结合起来，培养实际工作能力与分析能力，以达到学以致用目的。首先来认识一下营销调研实习吧，营销调研实习是通过实践环节对所



学营销调研与预测课程理论的进一步认识和深化理解。当今市场竞争日益激烈，低成本、准确和适时的市场营销决策对企业至关重要，营销调研通过运用科学方法，收集、整理、分析有关市场营销的信息，成为企业进行决策的基本前提和必要条件。

营销调研实习是依据大纲的要求及教学计划安排，在完成营销调研与预测课程学习后展开的。通过实习欲使我们正确认识营销调研的价值，灵活掌握营销调研的基本理论、基本方法和技巧，能够独立设计、组织常规性的市场调研项目，有效运用市场调研的基本方法与技巧解决市场营销中的实际问题，同时进一步培养我们观察问题、分析问题、解决问题的能力，为毕业后能够迅速适应和驾驭实际营销工作打下坚实基础。

实习是每一个大学毕业生必须拥有的一段经历，他使我们在实践中了解社会，让我们学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，也打开了视野，长了见识，为我们以后进一步走向社会打下坚实的基础，实习是我们把学到的理论知识应用在实践中的一次尝试。我想，作为一名即将毕业的大学生，建立自身的十年发展计划已迫在眉睫，不是吗？信奉在哈佛广为流传的一句话“if you can dream it, you can make it!” 实习已经结束，我也该开始新的生活了。在不多的大学生活里，我还需要做好很多事情，比如英语的继续学习，比如专业课的深入学习，比如对行业的继续关注等。未来不管是做个职业经理人还是自主创业，大学时期的积累，必定是我人生的一笔财富！