

2023年公司市场调查报告(大全5篇)

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

公司市场调查报告篇一

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。

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。

公司市场调查报告篇二

1)在校大学生消费者调查主要内容：现有市场消费品牌及顾客满意度，市场消费数量及层次，消费者对现有品牌的认知与评价，餐饮消费的心理，影响消费者餐饮选择决策的关键因素，餐饮消费的新需求等。

2)校食堂工作者调查的主要内容：从食堂原料的采购体系，到食品的制作工艺，到食品安全卫生的把关，再到销售的菜色价格，最后到食堂的服务情况，进行大概的了解，并分析其优势、劣势和现面临的问题。

3)现有经营商家调查的主要内容：经营的餐馆类型、风味，产品的渠道体系，主要经营支撑点，主导产品的促销手段，为顾客服务的原则，经营者现实满意程度，经营者的营销心理，经营者的期望值与要求等。

4)访谈调查内容：主要了解消费者对小资再现主题餐厅的品牌和产品的理解、评价、建议，以及对他们的偏好进一步掌握。

5)幽灵实验调查内容：切身的感受2—3家餐馆的产品、口味，就餐环境，服务水平，卫生状况等，然后分析评价，去粗取精。

公司市场调查报告篇三

（一）调查目标

总目标：通过深入细致的调查浙师大各代表性学生样本的北门餐饮消费结构现状、需求特点、顾客满意度等，以及走访现有经营商家，了解日常经营问题、顾客消费偏好、竞争状况等，综合分析浙师大北门餐饮业市场的总体格局与需求趋势，为之后经营一家小资再现主题餐厅制定全力开拓市场的营销战略与策略提供信息支持。

分目标：

1. 全面搜索北门餐饮业消费需求现状
2. 开展全校各代表性的学生消费者对北门餐饮业的满意度的

调查

3. 适量走访食堂经理和北门现有经营商家了解经营现状和需解决的问题

4. 分析北门餐饮市场营销现状及需解决的问题

（二）调查对象及形式

根据对浙师大餐饮经济的总体分析及对北门餐饮业的整体把握，结合小资再现主题餐厅的经营战略和品牌特点，本次调查以在校大学生及经营商家为重点调查对象，以消费者需求现状与趋势为重点调查方向。采取区域分组调查的形式，集中3天左右的时间进行顾客深度调研和市场扫描及分析，调查方式以问卷调查为主，访问调查及市场观察为辅，间或幽灵实验调查，并收集相关经济与市场的`第二手资料进行统计分析。

1) 在校大学生消费者抽取样本150个，抽取不同学院、不同专业、不同年级、不同收入、不同口味偏好的代表性样本。

2) 校食堂工作人员抽取样本20个，其中食堂经历、采购人员、厨师、一般工作人员各分配一定的数量。

3) 北门现有经营商家抽取样本20个，其中传统中式餐馆、快餐店、奶茶咖啡吧、特色小吃店、火锅店、糕点店等各占一定比例。

调查方式：

1) 问卷调查

2) 访问调查

3) 市场观察

4) 电话网络调查

5) 幽灵实验调查等。

1) 在校大学生消费者调查主要内容：现有市场消费品牌及顾客满意度，市场消费数量及层次，消费者对现有品牌的认知与评价，餐饮消费的心理，影响消费者餐饮选择决策的关键因素，餐饮消费的新需求等。

2) 校食堂工作者调查的主要内容：从食堂原料的采购体系，到食品的制作工艺，到食品安全卫生的把关，再到销售的菜色价格，最后到食堂的服务情况，进行大概的了解，并分析其优势、劣势和现面临的问题。

3) 现有经营商家调查的主要内容：经营的餐馆类型、风味，产品的渠道体系，主要经营支撑点，主导产品的促销手段，为顾客服务的原则，经营者现实满意程度，经营者的营销心理，经营者的期望值与要求等。

4) 访谈调查内容：主要了解消费者对小资再现主题餐厅的品牌和产品的理解、评价、建议，以及对他们的偏好进一步掌握。

5) 幽灵实验调查内容：切身的感受2—3家餐馆的产品、口味，就餐环境，服务水平，卫生状况等，然后分析评价，去粗取精。

（三）调查组织实施过程

调查组共有3人，进行为期7天的浙师大北门餐饮业市场调查。

公司市场调查报告篇四

此次对夏邑白酒市场的调查，从6月1日开始来到本地共用了9

天的时间。依据初到市场中所定的工作指导思想“发现、蓄锐、征服、奔腾”，以及工作的态度“认真、细致”在次中展开了掌握夏邑白酒市场的调查工作。这调查为了给公司下一步拓展夏邑市场提供一份有价值的市场参考报告，我们对夏邑县城区及所辖的26个乡镇中进行了密集性的普查工作，本着多出一滴汗，多抓一条信息的原则，将各地终端的信息资料进行了统计。这里要感谢的是公司所给予的车辆支持，这才使得调查工作全面顺利的完成。有了车给调查工作带来了很大的方便，是全面了解夏邑的一个保证。在这作个说明，在夏邑的乡镇上有两个没有去，分别是中峰和罗庄。原因是据周边乡镇人反映这两个地方的白酒市场情况基本和他们差不多，而且都是过路集很小。

本次调查已达到了几个方面的目标，一是已经掌握夏邑白酒市场近来的动态和结构；二是已掌握了夏邑范围内终端的资料，并且边了解他们销酒的特征；三是已理出几个主导品牌目前市场操作的状况，四是已与夏邑各重点终端建立了联系，五是基本摸清夏邑经销商的情况并与之有了较好的沟通，而且建立了档案。此外，这次调查由于工作能力的限制和时间的紧促还有很多不足的地方，在这肯请公司领导能够指出不足之处，并帮助指正，以促进队员的工作技能。

公司市场调查报告篇五

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。