

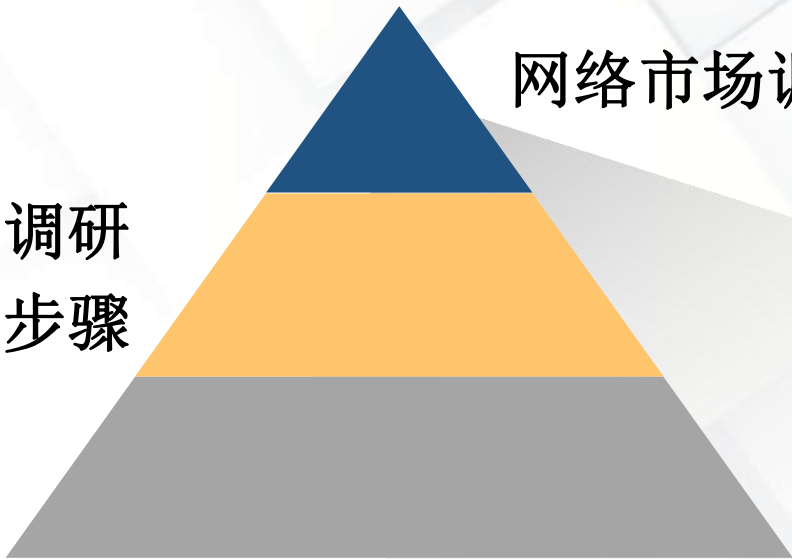
02

网络市场调研

网络市场调研
的步骤

网络市场调研的方法

网络市场调研
的含义



一、网络市场调研的含义

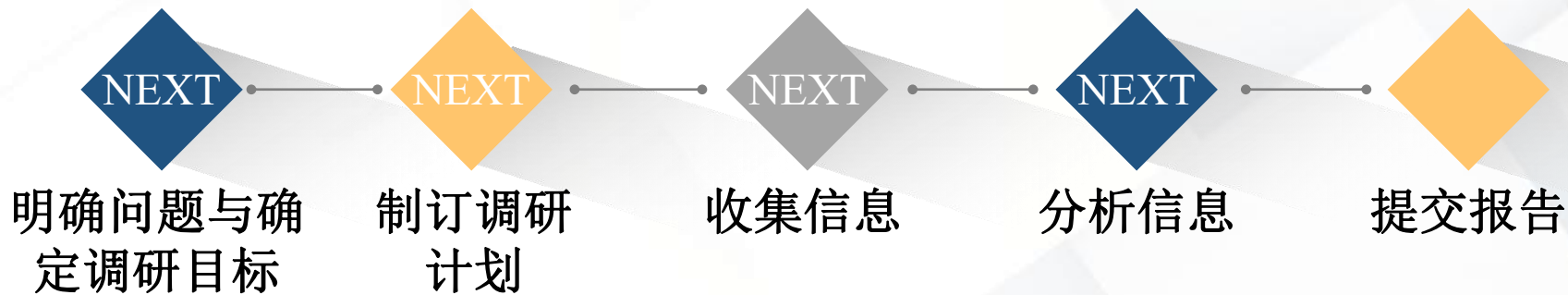
我们把基于互联网而系统地进行营销信息收集、整理、分析和研究的过程称为网络市场调研，也即利用各种网站、App、搜索引擎、第三方信息平台等寻找竞争环境信息、客户信息、供求信息的过程。

网络市场调研所采用的信息收集方式与传统市场调研有所不同，因而对市场调研设计中的部分内容（如调查问卷的设计、发放和回收等）提出了不同的要求。

第二节 网络市场调研

如某公司要了解各国人民对某一国际品牌的看法，只需在一些著名的全球性广告站点上发布广告，把链接指向公司的调查表就可以了，而无须像传统市场调研那样，在各国找不同的代理分别实施调研。

二、网络市场调研的步骤



第二节 网络市场调研

网络调研报告一般包括标题、目录、引言、正文（调研目的、调研方法、调查数据统计分析等）、结论、启示及建议、附录等内容。

三、网络市场调研的方法



网上
搜索法



网站
跟踪法



订阅
邮件法



利用在线
调查表
在线调研



使用电子
邮件调研

视野拓展

邮件列表

邮件列表（Mailing List）的起源可以追溯到1975年，它是互联网上最早的应用之一，用于各种群体之间的信息交流和信息发布。早期邮件列表的形式是一个小组的成员通过电子邮件讨论某一个特定的话题，一般称为讨论组。后来，讨论组发展演变成有管理者管理的讨论组，也就是现在通常所说的邮件列表。

视野拓展

部分专业网站，可供读者要查询具体信息时参考：

问卷星：<http://www.sojump.com>

第一调查网：<http://www.1diaoCha.com>

博纳国际咨询：<http://www.chinapgc.com>

问智道：<http://www.askform.cn>

国家企业信用信息公示系统（可查询企业主体信息）；中国专利公布公告系统；巨潮资讯网（证监会指定信息披露网站）；中国土地市场网（可查询全国范围内土地出让等信息）；中国裁判文书网（可查询已判决案例）；中国执行信息公开网（可查询失信被执行人）。