



第十九讲（第24章）零售调研

Retailing Research



内容提要

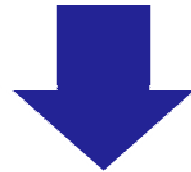
- 零售调研的涵义
- 零售业调研
- 商圈调研
- 店址选择中的调研



零售调研的涵义

零售是与批发相对应的一个概念，是指以最终消费者为销售对象的商业行为。

零售调研的涵义



一是企业市场营销过程中为了营销决策所需而对零售市场，即对零售业展开的调研。

二是零售企业为了本身的零售业务决策所需而展开的调研。





零售业调研

1. 零售业态的调研

- 对零售业态类型的调研（百货店、超级市场、大型综合超市、便利店、专业店、专卖店、购物中心、仓储式商场等）
- 对零售业态数量（即通常所说的网点数）的调研
- 对零售业态分布的调研

2. 零售业结构的调研

- 对零售业所有制结构的调研
- 对零售业行业结构的调研

3. 对商品零售额的调研

- 社会商品零售总额的调研
- 不同零售部门零售额的调研

4. 对零售从业人员的调研



商圈调研

- ▶ 商圈是指商店吸引其顾客的地理区域，即顾客在购买过程中，优先选择到该店购物的顾客所分布的地理范围
- ▶ 商圈由邻近商圈、外围商圈和边际商圈构成
- ▶ 商圈调研首先是划定商圈的范围，划定商圈要考虑商店的业态、经营规模、经营商品结构、地理条件、人口分布、交通情况、商店经营状况、竞争状况、城市规划、住宅建设、马路建设、消费行为等等多种因素
- ▶ 划定商圈需采取随机询问法、销售记录法、电话访问法和提供服务法等方法取得足够的信息





店址选择中的调研

- ▶ 店址选择是指零售企业对经营场所地点的决策
- ▶ 店址选择包含选择商店设立的地区和选择商店设立的地点两个方面
- ▶ 店址选择是零售商店最为重要的经营决策之一
- ▶ 准确的选址需要作的调研包括对客流、服务区人口、交通条件、地形特点、商业环境分析、城市规划等多方面的分析

