



# 第十七讲（第22章） 消费者调研

---

Consumer Research



# 内容提要

---

- 消费主体调研
- 消费结构调研
- 消费者使用与态度调研
- 顾客满意度调研



# 消费主体调研

## 1. 消费者个体调研

- 性别：男、女
- 年龄：婴幼儿、少年、青年、中年、老年
- 收入水平：高收入、中等收入、低收入（或者分为年收入低于10000，10001—30000，30001—50000，50001—70000，70001—90000，90001—110000，100001以上等类别）
- 受教育程度：文盲、小学、中学、大专、本科、硕士、博士等
- 还可以按照个性心理特征、价值观等对消费者个体进行分类

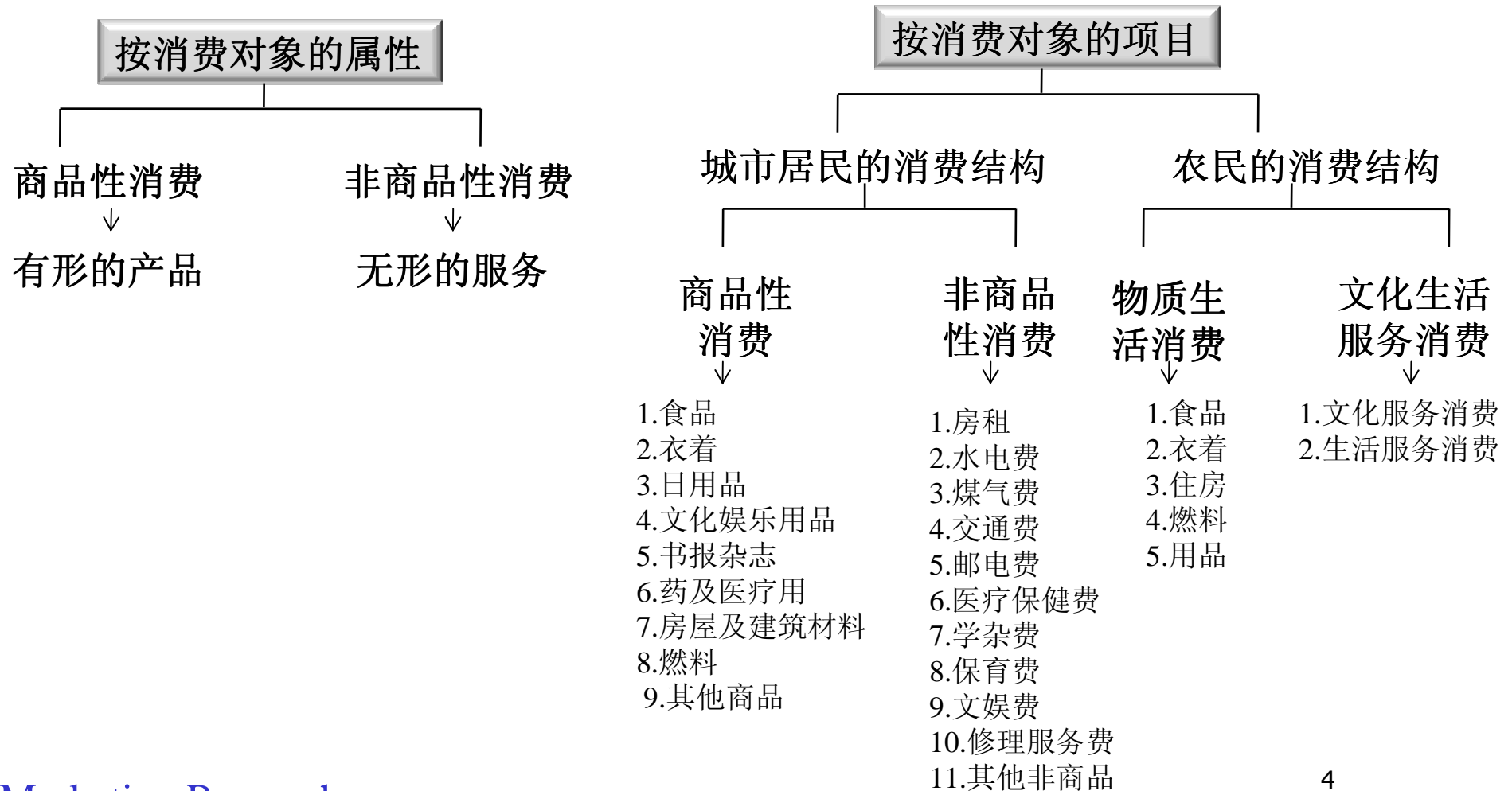
## 2. 消费者群体调研

- 家庭：家庭总量、家庭结构（家庭的构成结构、家庭的生命周期、家庭的规模结构）
- 社会团体
- 国家



# 消费结构调研

消费结构是指人们总消费中各类消费内容的构成、比例和相互关系及其动态变化状况。





# 消费者使用与态度调研（U&A调研）

通过U&A调研，可以获得下列信息：

产品渗透水平和渗透深度

产品使用者和购买者的人口统计特征

使用习惯和购买习惯

主要竞争品牌的市场表现

➡ 寻找市场机会

➡ 有效细分市场

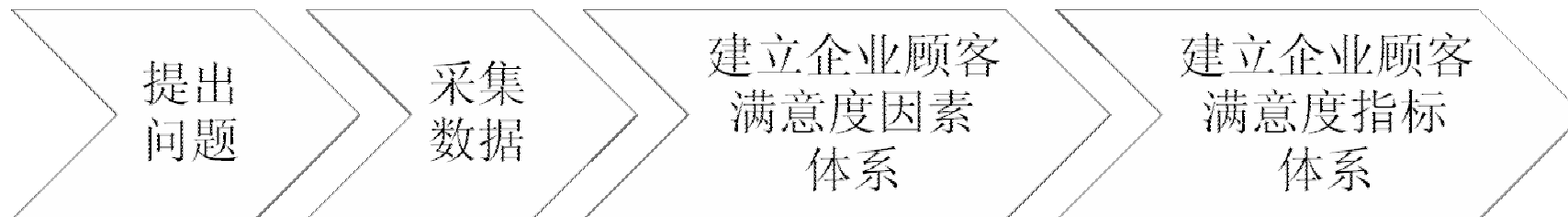
➡ 进行产品定位



# 顾客满意度调研

顾客满意度调研指企业通过连续性或非连续性的顾客调查，获取消费者对特定服务的满意度、未满足需求、再次购买率与推荐率等指标的评价。

## 1. 顾客满意度调研的流程



### 零售企业顾客满意度因素体系

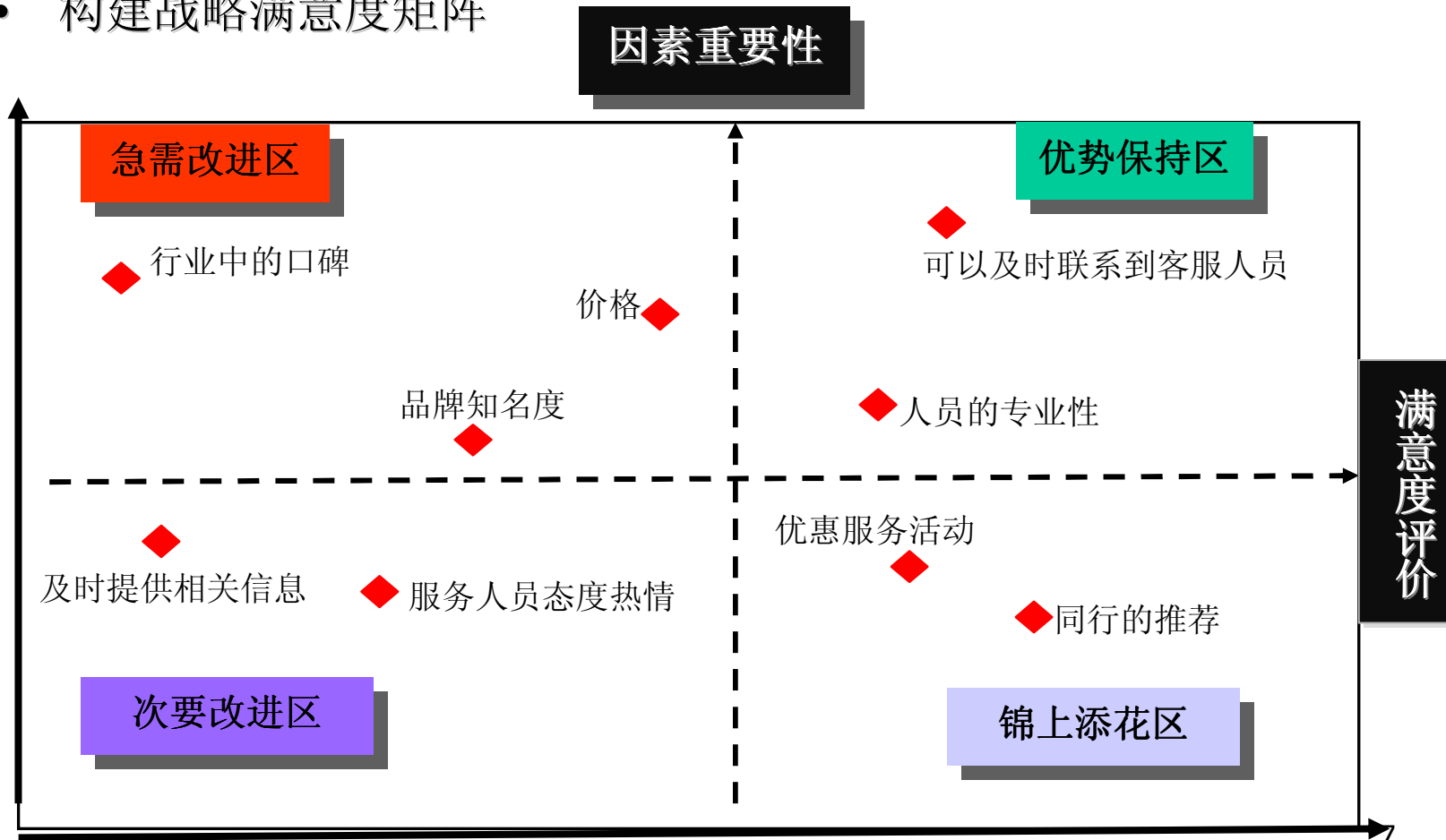
一级指标	二级指标	三级指标	四级指标
顾客满意度指数	顾客价值	商品质量评价	商品款式评价、价格水平、商品的安全情况、商品种类是否齐全.....
		环境价值评价	购物环境舒适情况、声地清洁状况、陈列货品整齐状况、浏览商品是否方便、休息场所的评价.....
		.....	
	.....		



# 顾客满意度调研

## 2. 顾客满意度调研结果的三种分析方法

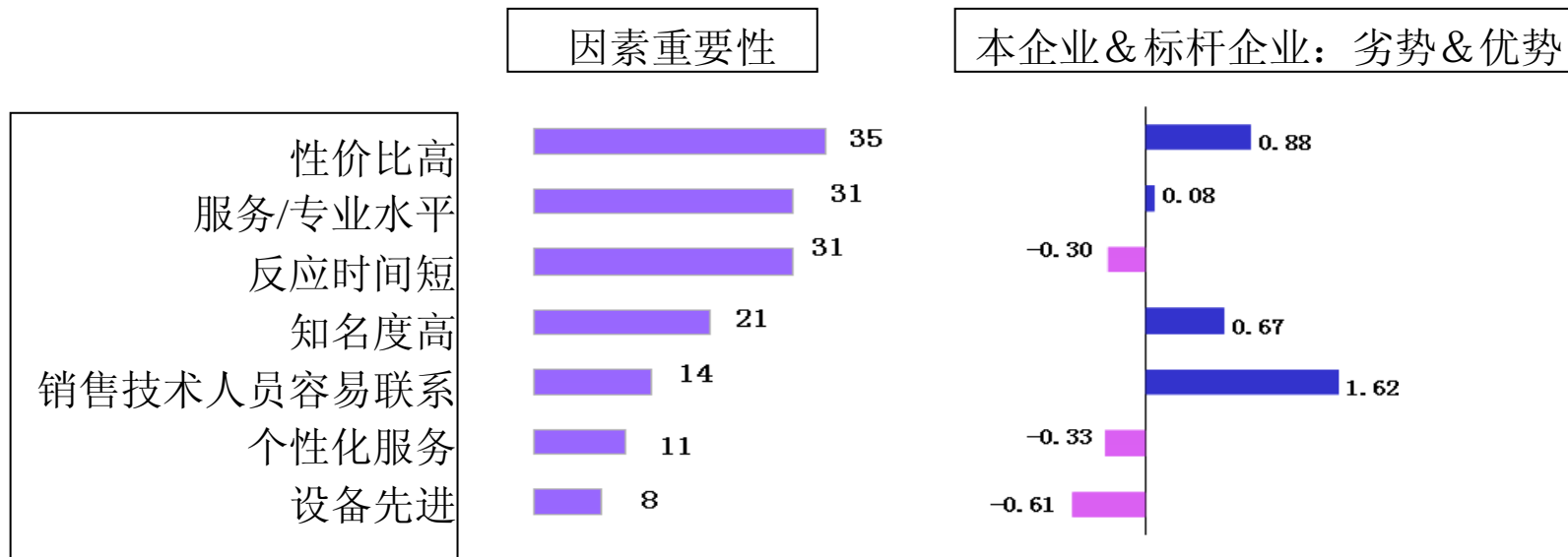
- 计算不同类型客户的满意度指数
- 构建战略满意度矩阵





# 顾客满意度调研

- 绘制驱动力与表现分析图



——某设备制造商的驱动力与表现分析图