

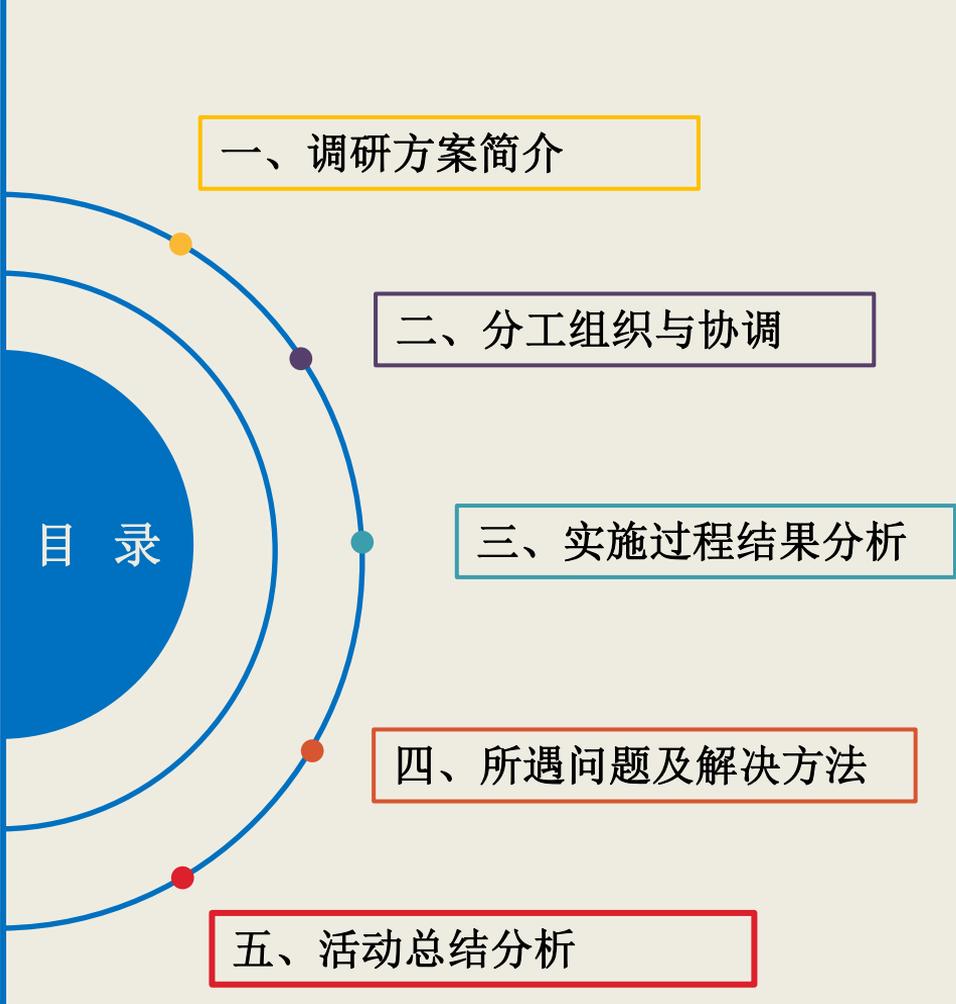


# 冰纷万象会

——市场调研汇报

2021.7.7

**Eifan Team**



目 录

一、调研方案简介

二、分工组织与协调

三、实施过程结果分析

四、所遇问题及解决方法

五、活动总结分析

1

▶ 调研方案简介

## ▶ 调研方案简介

门票收入占比10%，  
且逐年下降，纳新课程  
效果一般

### 调研背景

### 调研目标

了解家长对孩子的  
课外体育培训的需求  
和消费行为，为  
纳新课程客户营销  
决策提供。

万象汇周边学  
校学生及家长

### 调研对象



## 调研方案简介

抽样方法  
样本数  
样本分布  
样本安排

### 抽样设计

### ● 调研内容

商业环境调研  
调研企业基本情况  
调研竞争者调研  
消费者（学生）和  
客户（家长）调研

### ○ 调研方法

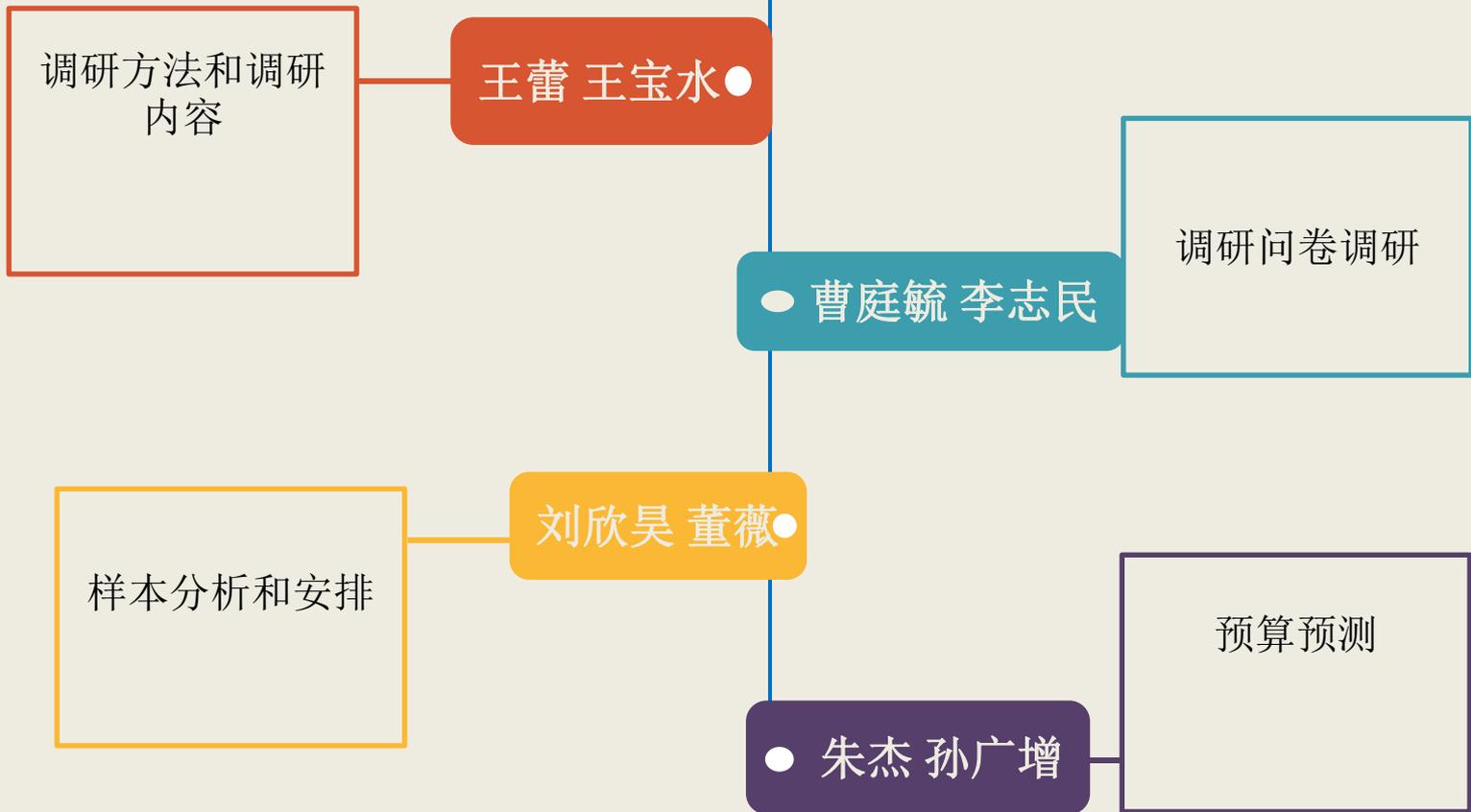
文案调查  
实地调研  
问卷法

2

分工组织与协调

## 2

## 方案设计





▶ 组织分工

问卷分析：王宝水 王蕾

问卷汇报：孙光增 张梦娇

艺



3



实施过程控制

01

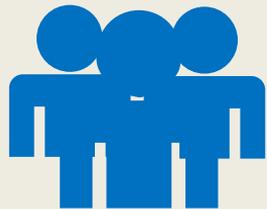
## 问卷调研控制



调研学生

调研家长





02

宣传



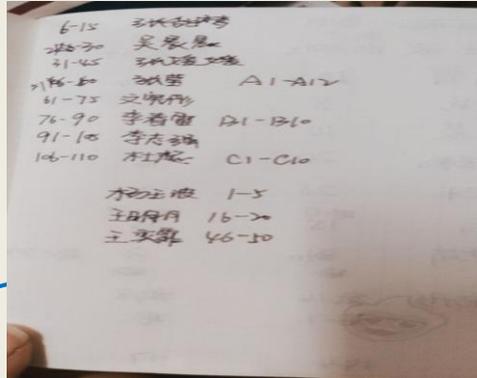
向家长发放传单

调研家长对孩子的课外体育培训的需求和消费行为，调研消费者的娱乐，锻炼、技能培训需求与消费行为。

# 03

## 实施调研控制

问卷发放

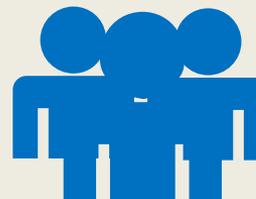
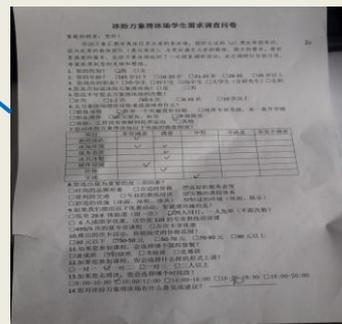


学校分配



问卷回收

问卷汇总



04

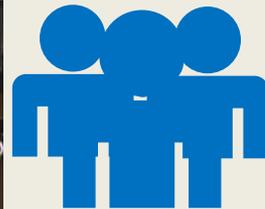
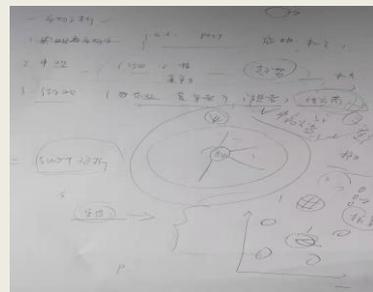
## 老师指导监控

早8:00工作进程汇报

下午14:00发放任务

隔天：老师指导任务

各项任务顺利完成



04

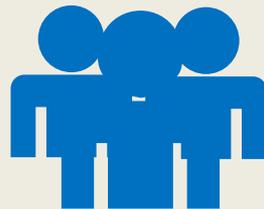
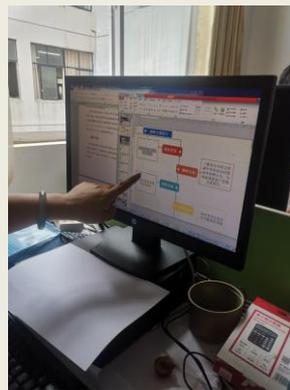
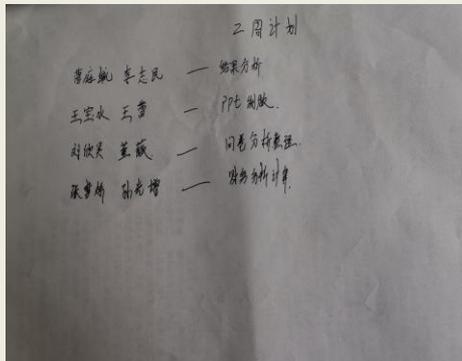
## 组内协作

任务分工明确

时统一间安排

老师检查指导

循序渐进完成任务



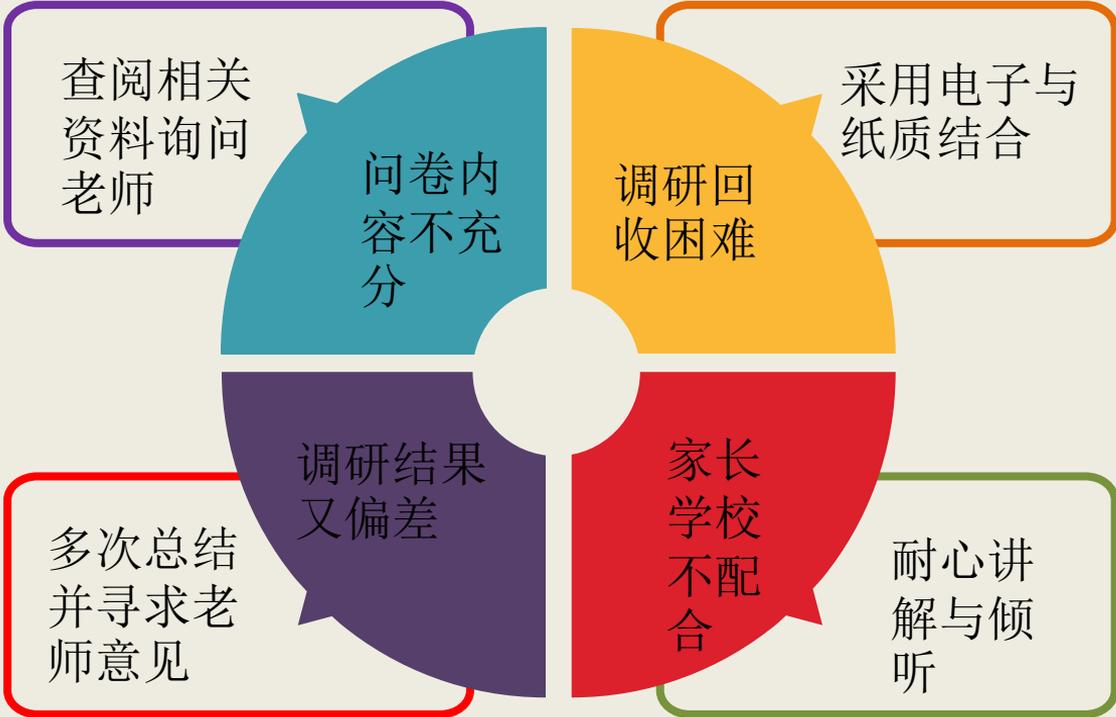
4



所遇问题及解决方法

▶ 问题及方法

凡

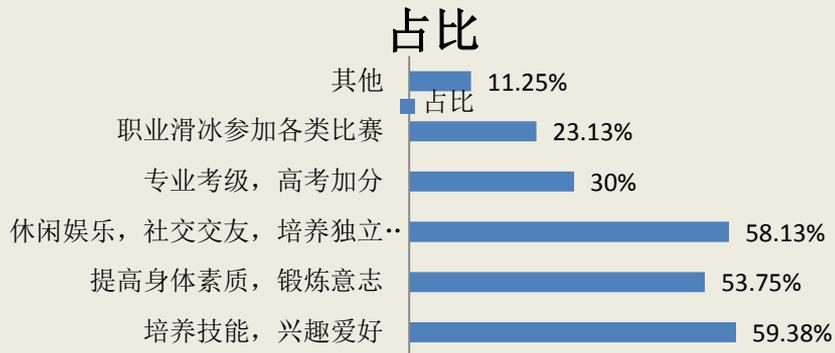


5



结果分析及总结

## 结果



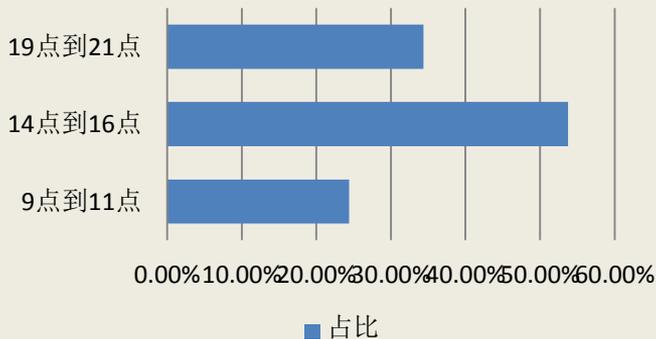
家长去滑冰场的原因。

艺

根据调查显示，占比最高的人群是“培养技能，兴趣爱好”所占比例达到了**59.38%**，在总比例当中，所占比例为大多数。其次占比最高的是“休闲娱乐，社交交友，独立人格”达到**58.13%**，比例还是较多的。然后，占比较高的还有“提高身体素质，锻炼意志”，占比达到了**53.75%**，比例较高。由此可见，大多数人群还是以休闲为主，以娱乐为目的。占比达到**30%**的是“专业考级，高考加分”，占比达到**23.13%**的是“职业滑冰参加各类比赛”，占比最少的还有其他原因。

## 结果

### 占比

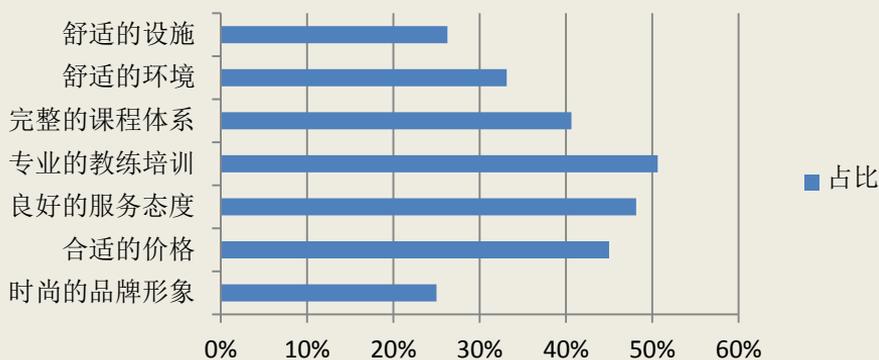


### 家长希望的上课时间

根据调查研究表明，家长们最希望的上课时间是**14点到16点**，这段时间家长们的时间较为充足，其次是**19点到21点**，这段时间家长们的休闲时间颇丰，然后是**9点到11点**，这段时间占比是最少的，仅仅达到**23%**。由此得出，家长们最希望上课的时间是**14点到16点**，这段午休时间极其宝贵，我们应该利用好，还有**19点到21点**，这个黄金时间段也要充分利用。

## 结果

### 占比

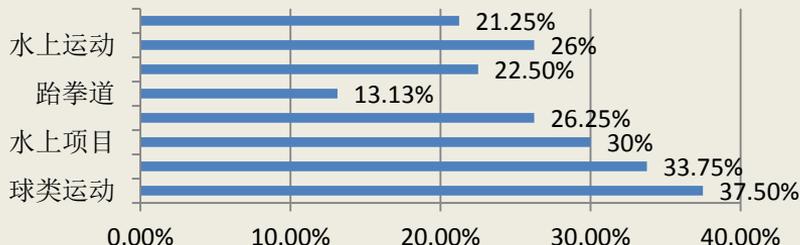


### 家长最关注的课程条件

根据调查显示，家长最关注的课程条件是“专业的教练培训”，占比达到了51%，其次，家长比较关注的课程条件有，“良好的服务态度”、“合适的价格”、“完整的课程体系”、“舒适的环境”、“舒适的设施”，占比最小的竟然是“时尚的品牌形象”，可见，家长们对滑冰场的硬性条件较为关注，关注最小的竟然是品牌形象，所以，滑冰场应重在提高自身的硬性条件，专业的培训、良好的态度、完整的课程体系、合适的价格，这些都是家长们较为关注的。

## 结果

### 参加过的体育培训

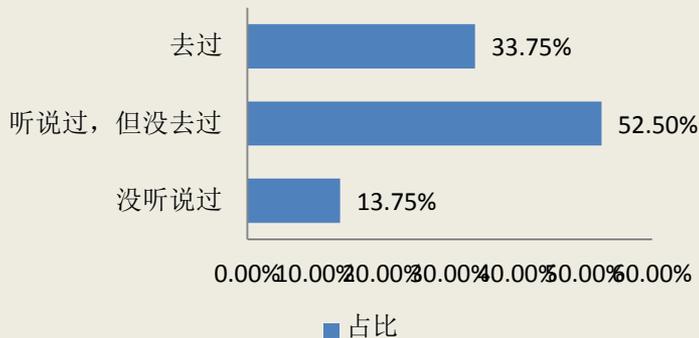


根据调查，得知家长培养孩子体育兴趣参加球类运动的人数占比较高，其次是田径运动占33.75%。总体来说，家长对孩子体育运动以及投入还是可以的。

从表格看出，水上运动占比26%，占比还是比较高的，水上项目占比30%，占比较高，这不难得出，家长对于孩子们水上运动的培养还是比较上心的。

大多数家长想培养孩子的形体和气质，往往会让孩子选择舞蹈，研究表明，舞蹈的占比达到了22.5%，占比还是比较高的，据此得出，家长们对孩子的气质培养还是比较关心的。

## 结果



### 对缤纷万象滑冰场的了解

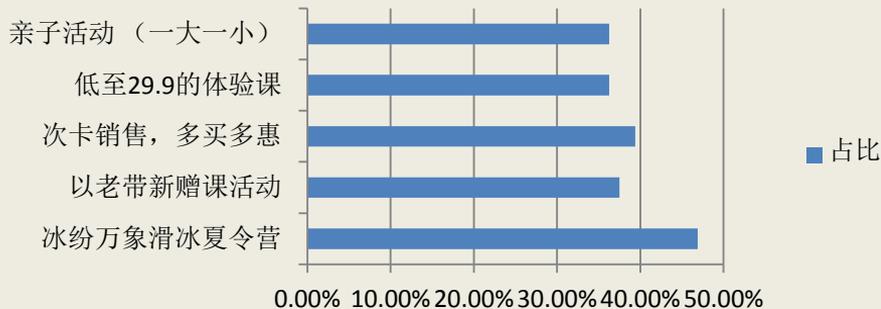
根据调查显示，占比最高的人群是“听说过，但没去过”，可见，人们对缤纷万象滑冰场的了解甚少，由此可见，可以加大对缤纷万象滑冰场的宣传，增加人们对缤纷万象滑冰场的认知，提高人们对缤纷万象滑冰场的了解。

其次，占比较高的是“去过”的人群，占比达到**33.75%**，可见，去过缤纷万象滑冰场的人群还是很可观的，比较多的，由此认为，人们对缤纷万象滑冰场的了解还是颇为可观的。

最后，“没听说过”的人群占比**13.75%**，占比最少，所以，对缤纷万象滑冰场不了解的人群在少数，由此我们要加大宣传。

## 结果

### 占比



家长对缤纷万象滑冰厂推出的活动感兴趣程度

根据调查显示，家长对缤纷万象滑冰场活动的感兴趣程度还是很大的，占比最高的是“缤纷万象滑冰夏令营”，占比已经达到了接近50%，其次，占比较高的是“次卡销售，多买多惠”，占比达到40%，然后，占比较高的是“以老带新增课活动”，占比达到了38%，占比较高的还有“低至29.9的体验课”、“亲子活动（一大一小）”，由此可见，家长们对缤纷万象滑冰场的感兴趣程度颇深。

## 总结建议

根据调查发现，基本上去滑过冰的人数很少。大多数家长为孩子报名球类运动项目的较多。主要原因是家长很少接触过这项运动，甚至都不怎么了解这项运动。要想跟好的去推广滑冰这项运动，首先我们认为应该先去推广，并且让大众去了解这项运动。首先可以先做一下活动，降低价格，或者多设几节体验课让大众愿意去尝试这项运动，让他们在尝试的过程中去爱上这项运动。其次，每一次课要让教练多设置一些娱乐活动，这样既可以让学员学到东西，更能够很好的让他们感受到滑冰的乐趣。



谢谢观赏

敬请指正

The End ...