



cesim
SimBrand

市场调研报告

市场调研报告

版权 © 2011 cesim@cesim.com

目录

1. 关于Cesim	1
1.1. 综述	1
1.2. Cesim产品	1
1.3. 联系Cesim	1
2. 市场调研报告	2
2.1. 长期广告效应	2
2.2. 错误的销售预测导致成本上升	3
2.3. 影响购买决策的产品特性	3
2.3.1. 机身轻薄度	3
2.3.2. 电池使用寿命	4
2.3.3. 款式	4
2.3.4. 产品保修期	6
2.3.5. 价格	6
2.4. 广告效应调研	7
2.5. 销售渠道投资效应调研	8
2.6. PDA特征喜好调查	9
2.6.1. 欧洲市场, 家庭用户	9
2.6.2. 欧洲市场, 高端家庭用户	9
2.6.3. 欧洲市场, 企业用户	9
2.6.4. 欧洲市场, 高端企业用户	10
2.6.5. 亚洲市场, 家庭用户	10
2.6.6. 亚洲市场, 高端家庭用户	10
2.6.7. 亚洲市场, 企业用户	10
2.6.8. 亚洲市场, 高端企业用户	11

第 1 章 关于Cesim

1.1. 综述

Cesim为企业、院校和其他教育机构提供使用方便，实用性强的商务模拟课程，模拟课程也可以同其他商务课程相结合。Cesim成立于1996年，总部坐落于芬兰，通过其分公司和合作伙伴网络在全球运营。

1.2. Cesim产品

Cesim为院校和教育机构提供四种模拟课程：

- Cesim Global Challenge®

为战略和国际商务而设计的在线模拟课程，它让学生领略并理解在多变而且竞争激烈的市场环境中，公司全球运营的复杂性。

- SimBrand

以营销管理为基础的在线模拟课程，帮助学生理解营销决策的整体性，并在整个过程中注重公司利润。

- OnService

服务管理型在线模拟课程，帮助学生理解并掌握在中小型服务企业的成功因素。

- Hospitality

酒店管理在线模拟课程，帮助学生实践和学习中小型酒店和餐厅的管理和运营。

- SimFirm

入门级企业运营在线模拟，有助于加深对高竞争的国际商务环境下现代企业中不同部门如何协作从而实现企业盈利的理解。

模拟课程的进行可以从几天到整个学期。模拟课程开始后，其所进行的回合数、日程表以及小组构架都可以进行调整。

1.3. 联系Cesim

Cesim Oy
Arkadiankatu 21 A
00100 Helsinki
Finland
tel. +358 9 406 660
<http://www.cesim.com/>
finland@cesim.com

v1.120

第 2 章 市场调研报告

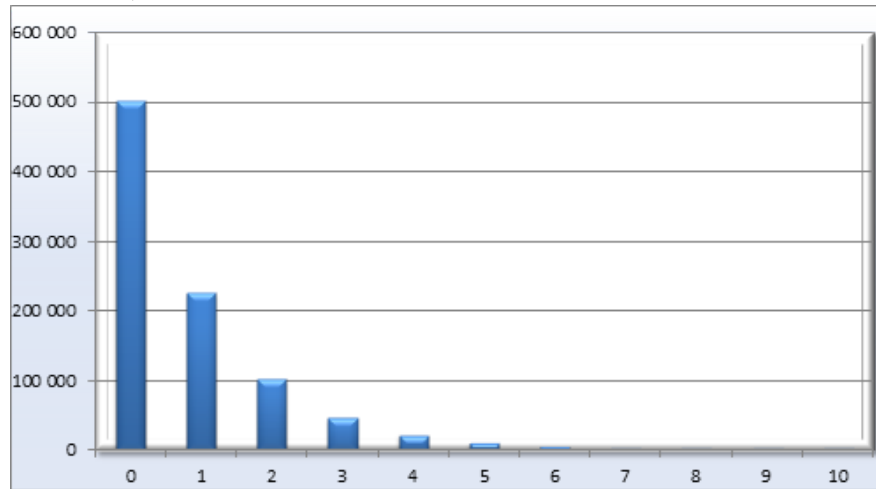
2.1. 长期广告效应

调查显示广告不仅影响当前回合的销售，也会对今后的需求产生影响。所以广告对产品的销售具有长期效应。广告的另一效用是对那些已购买产品的用户来说，他们很有可能会再次购买同样的品牌。

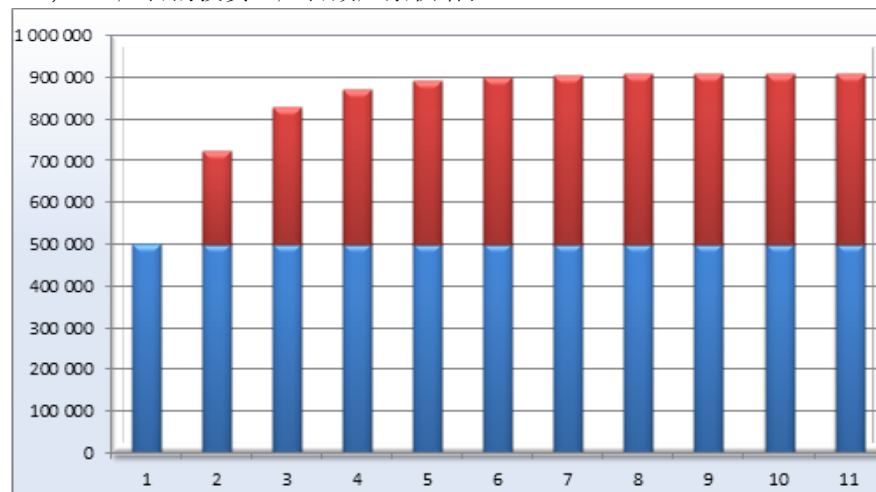
调查显示，上一回合的广告预算（100%）中的45%会对下一回合产生延继效应。在这45%中的45% ($0.45 \times 0.45 = 0.2025 = 20.25\%$) 的广告效应会体现在再下一个回合和随后的回合中。

下图例举了广告长期作用影响表。蓝色柱子表示每回合的广告预算，红色柱子表示之前回合广告投资累计效应总和。

1. 第一回合投入了500,000€广告费用之后，广告的长期效应逐年递减。



2. 持续投入500,000€广告的投资：广告效应累积增长。



2.2. 错误的销售预测导致成本上升

生产报告表明，当销售预测与实际销售出现偏差时，产品的单位成本会上升。生产厂商需要根据你的销售预测，制定生产计划。如果某个产品的全球销售量总和与全球预测销售量总和出现不符，那么生产厂商就需要调整生产计划。而且，生产计划的调整会造成额外的成本。

一般来说，销售预测中50%的偏差将导致可变成本2%的上升。

2.3. 影响购买决策的产品特性

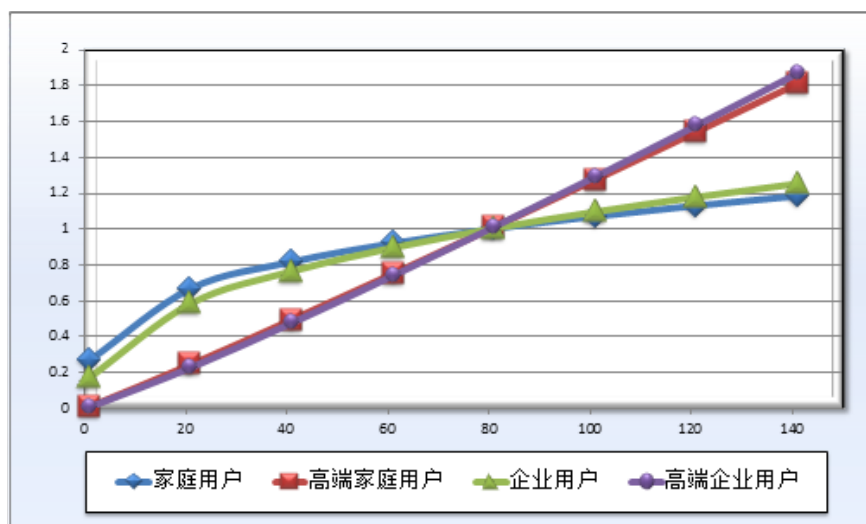
市场调研对影响消费者购买决策中的产品特性做出了分析。这些产品特性包括：价格、机身轻薄度、电池寿命、款式，特征数量和产品保修期。

接下来会对产品的各种特性针对不同的细分用户作出分析。较好的特性会带来用户更多的价值，因此会带来更高的需求。

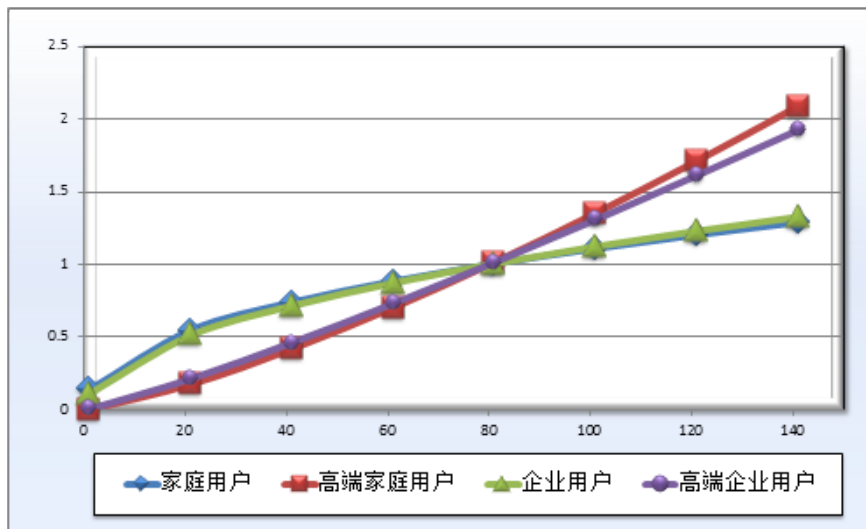
产品的特性有：

2.3.1. 机身轻薄度

欧洲市场

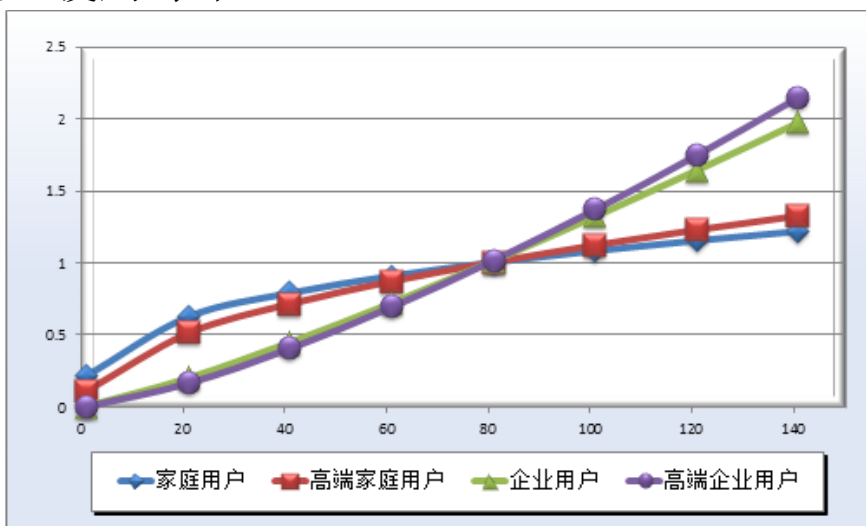


亚洲市场



X轴上显示机身轻薄度指数，Y轴上表示需求变化。我们可以从上面的图中看到当机身轻薄度指数上升时，各细分市场用户需求的变化。可以看到在亚洲市场，轻薄度和需求的变化更为陡峭。

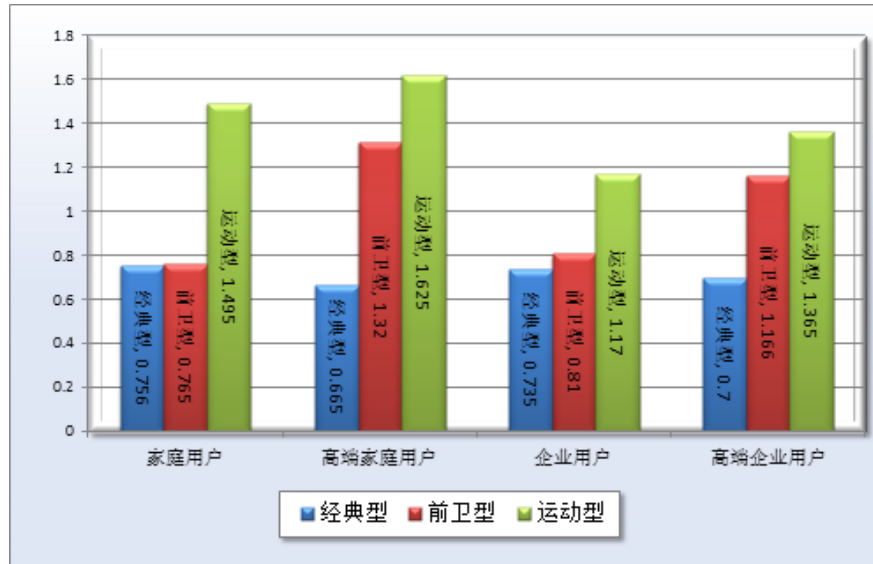
2.3.2. 电池使用寿命



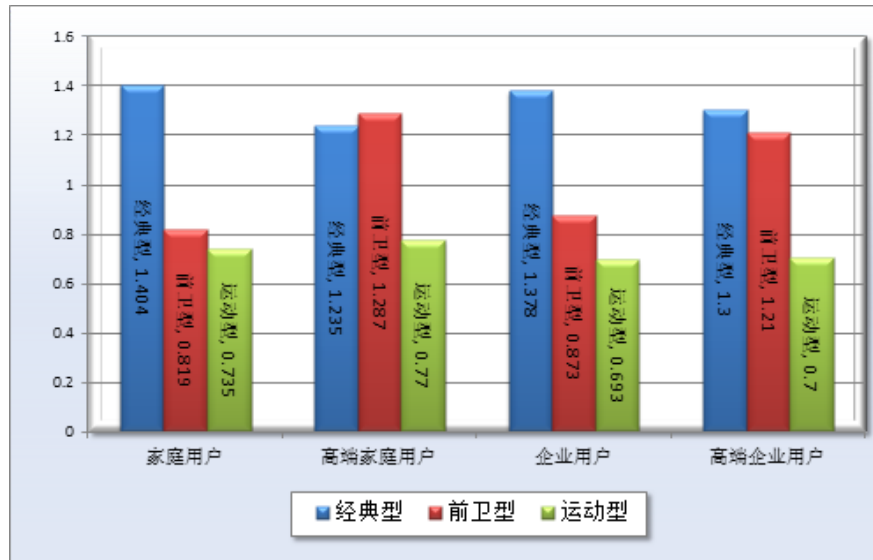
在此图表中，X轴表示电池使用寿命指数，Y轴表示需求变化。欧洲和亚洲的消费者对于电池使用寿命的要求基本相似。由于两个市场的相似性，这里的图标可以分别代表两个市场的情况。

2.3.3. 款式

欧洲市场

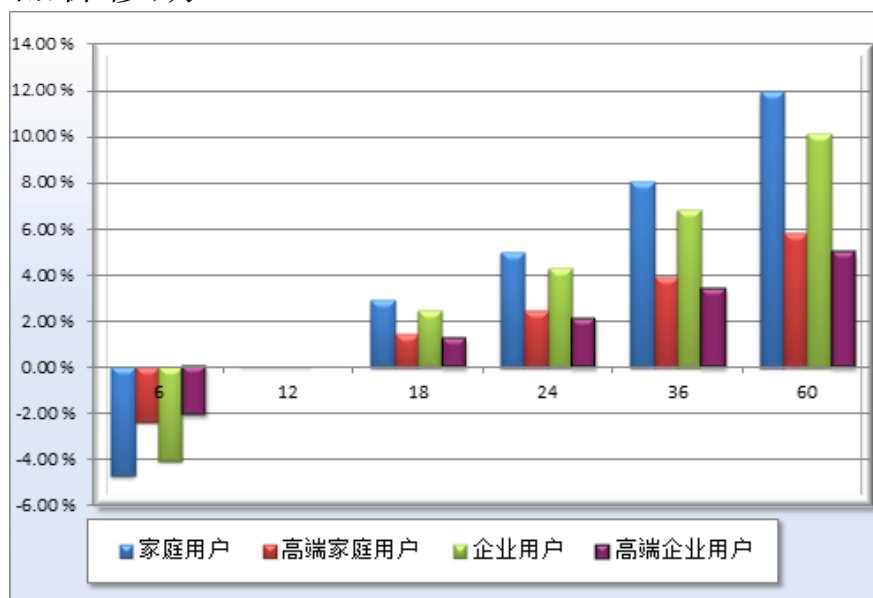


亚洲市场



图中X轴中列出了所有的细分用户群。各用户群所喜爱的不同款式以柱子表示。Y轴表示用户群对款式的喜好程度。比如，欧洲的家庭用户更喜欢运动型的款式。

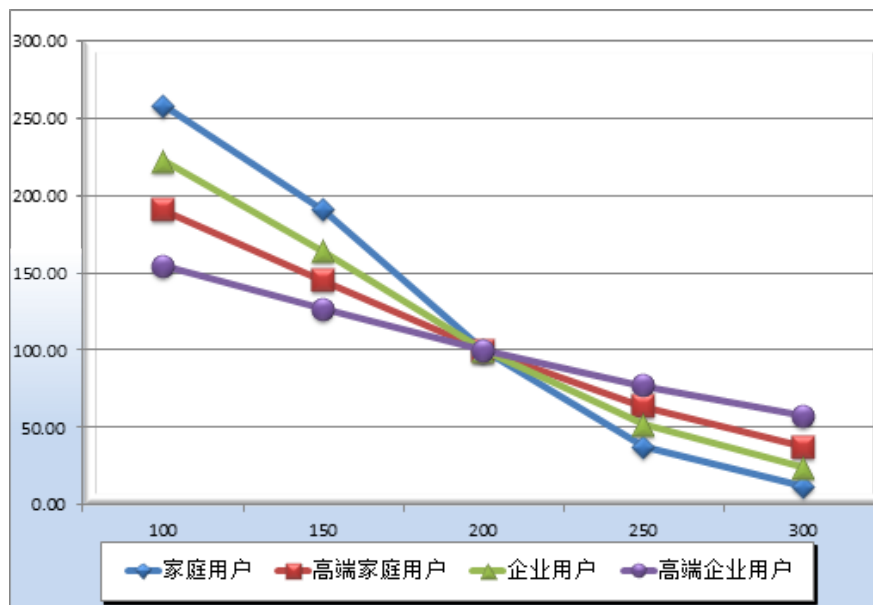
2.3.4. 产品保修期



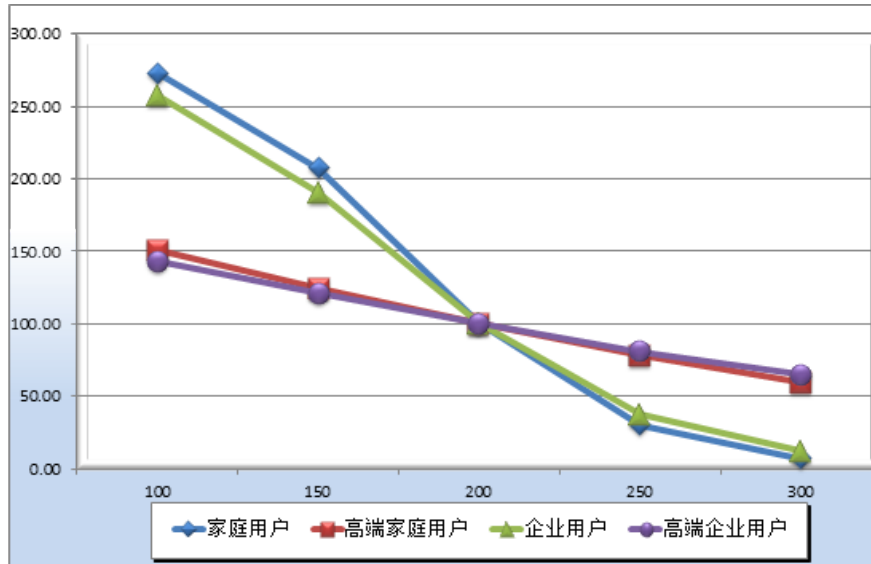
不同的用户群对产品保修期的看法不同。调查显示，比市场平均水平更长的保修期会促进需求量的增长。在图中，需求变化在Y轴上，X轴上列出保修期的长度。市场平均保修期约为12个月。

2.3.5. 价格

欧洲市场



亚洲市场



此图表中，Y轴是需求指数，X轴代表价格水平。需求指数仅仅反映了不同客户群的需求弹性，并不代表真正实际的需求量。

2.4. 广告效应调研

你们聘请的广告公司为你们提供了一份广告效应分析结果。结果显示，增加广告预算会对产品需求起到积极作用。

广告可以提高产品的知名度，让更多消费者了解产品，促进销售。在消费者购买行为中AIDA模式（引起注意、诱发兴趣、刺激欲望、促成购买）也解释了消费者如何从注意到购买的整个过程。

AIDA模式在一般产品中的例子：

- 引起注意 - 100位消费者
- 诱发兴趣 - 20位消费者
- 刺激欲望 - 10位消费者
- 促成购买 - 5位消费者

因此，提高消费者对产品的认知度将会使销售增长。但是请记住，广告只是促使销售的一个因素，对消费者来说，产品本身也应该符合他们的需求和期望。

广告公司如何才能更有效地影响细分用户群的不同处：

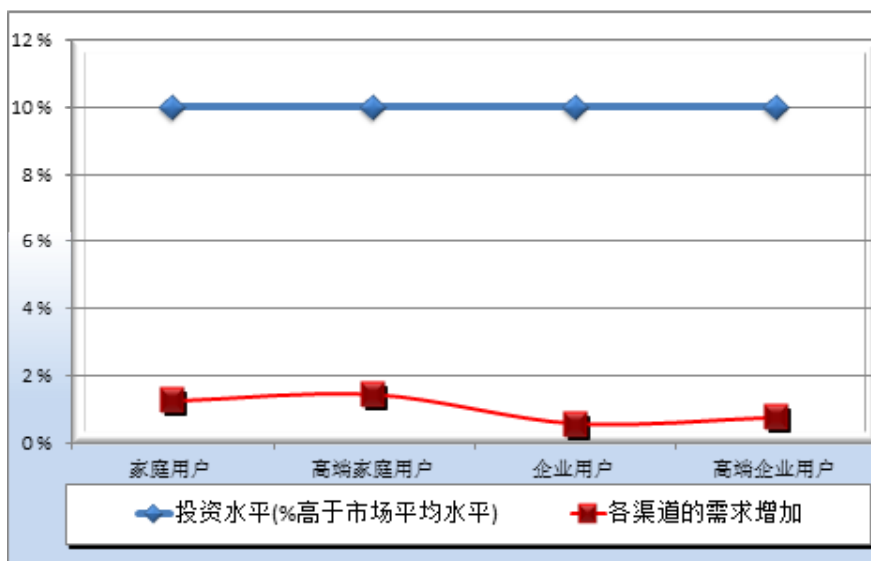
我们可以通过两种不同的广告预算，以预算间相差10%来看以下的结果…

…在家庭用户中，广告将影响到的用户数量和预计需求上将会有1.2%-1.4%的差异。

…在高端家庭用户中，广告将影响到的用户数量和预计需求上将会有1.4%-1.6%的差异。

…在企业用户中，广告将影响到的用户数量和预计需求上将会有0.5%-0.7%的差异。

…在高端企业用户中，广告将影响到的用户数量和预计需求上将会有0.8%-0.9%的差异。



此图表总结了调研结果。在此次调研中广告投入高出市场平均水平10%。

2.5. 销售渠道投资效应调研

针对目标用户的购买渠道偏好，对销售渠道的强大投资会对销售产生积极影响作用。销售渠道的投资包括：产品存放的店铺数量、产品在店铺的陈列方式和激励店铺销售人员动力的促销手段。

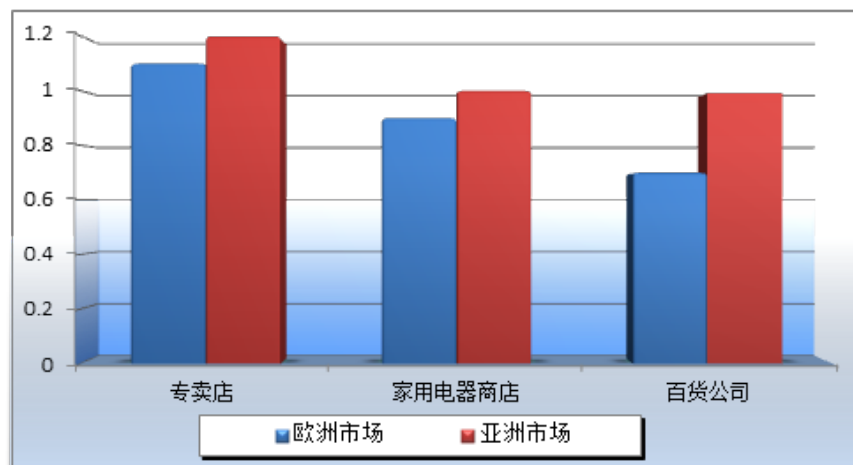
这里将研究销售渠道投资的效应。某些销售渠道的投资可能比其它一些更为有效。进行研究的目的是为了把销售渠道投资的影响力量化成一种综合渠道和促销的指数。综合指数包括产品在销售渠道中的可供应程度，产品的陈列方式和激励销售人员的工作动力。指数的基本值以100为准。

当对销售渠道中的专卖店的投资增加10%时，欧洲市场的综合指数会出现1.1的增长；而亚洲市场的综合指数会出现1.2的增长。

当对销售渠道中的家用电器店的投资增加10%时，欧洲市场的综合指数会出现0.9的增长；而亚洲市场的综合指数会出现1的增长。

当对销售渠道中的百货公司的投资增加10%时，欧洲市场的综合指数会出现0.7的增长；而亚洲市场的综合指数会出现0.8的增长。

在各销售渠道中，渠道投资增长10%的影响变化（结合了现有的销售渠道和促销指数）



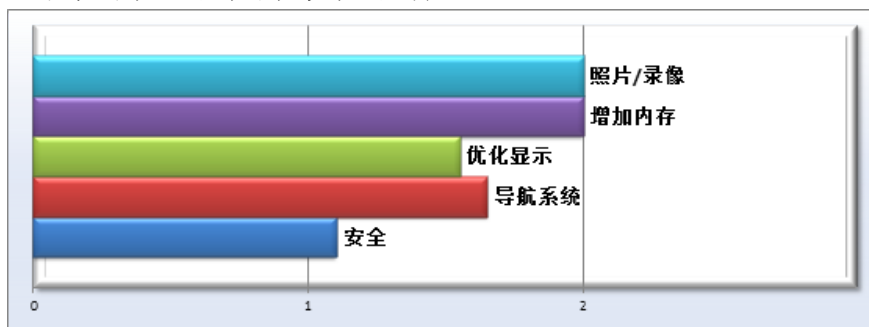
2.6. PDA特征喜好调查

市场调研公司以问卷调查的形式针对PDA产品特征的喜好程度进行了调查分析。调研中的产品特征包括：照相/录像、音乐、闪亮物、定位系统和安全性。欧洲和亚洲市场的消费者要对各产品的特征根据其重要性，以5分值（“不重要”到“非常重要”）的形式进行评判。以下的图表列出了各市场不同细分用户群对每个产品特征的重要性的评分情况。 Please note that 2 on axis below is different from 2 on axis in graphs for compactness and battery life in chapter 2.3.1

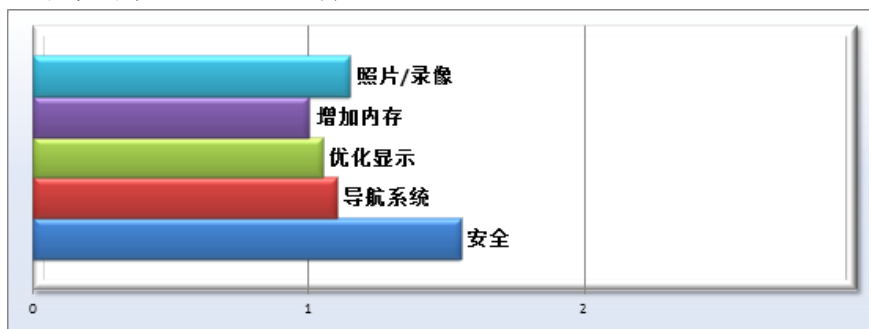
2.6.1. 欧洲市场，家庭用户



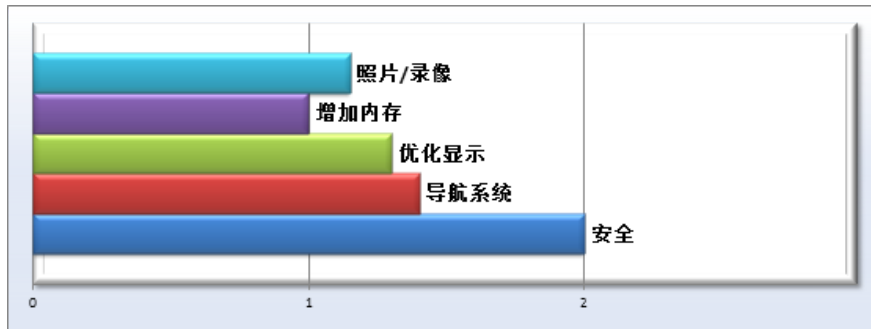
2.6.2. 欧洲市场，高端家庭用户



2.6.3. 欧洲市场，企业用户



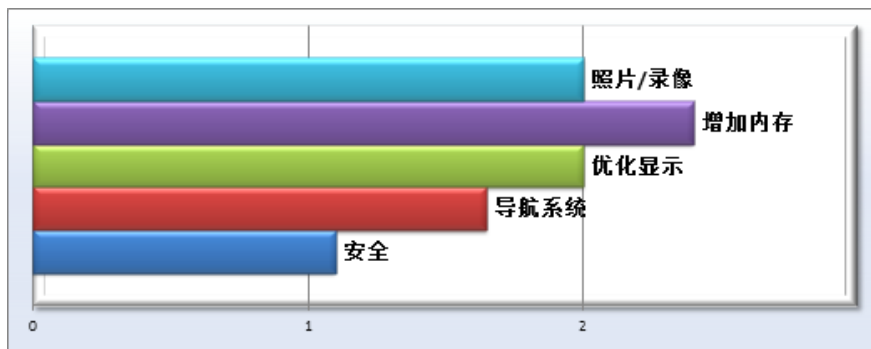
2.6.4. 欧洲市场， 高端企业用户



2.6.5. 亚洲市场， 家庭用户



2.6.6. 亚洲市场， 高端家庭用户



2.6.7. 亚洲市场， 企业用户



2.6.8. 亚洲市场，高端企业用户

