

市场调查代理公司的合理选择

陈 国 琴

实践表明,市场调研在市场营销过程中越来越显示出它的优越性,但不是所有企业都有能力全面而深入地进行市场调查的,尤其是一些规模不大的从事国际贸易的企业,不可能抽调足够的人力对世界市场进行广泛调查,在这种情况下,可以委托国内外的专业市场调查代理公司进行调查。近十年来,世界上出现了许多市场调查代理公司,或称“咨询企业”、“智囊产业”等。这种企业充当决策顾问和参谋职能,集中了各方面的专家,接受政府、企业、科研部门等委托,代理制订经济政策、科技政策,确定大型综合规划,进行国内外市场调查,供求动态分析等,提出具有一定水平的可行性研究报告,综合评述经营目标、职工培训等最佳方案。

这类咨询企业的特长是:

1. 它是独立的,以合同委托方式进行活动的研究机构;
2. 以综合性、战略性、政策性研究为主要研究对象,是综合性的“思想库”、“情报库”;
3. 具有多种调研人才和实验设备,开展广泛的市场调研,并以跨领域和预测为主。

目前,美国约有2700多家咨询公司,其中有蜚声世界的兰德公司、斯坦福国际咨询研究所、尼尔逊市场调查公司等。这些公司经营项目达400多种,年总收入达30亿美元。日本约有500多家咨询公司,如野村综合研究所、三菱综合研究所,从事各项市场调研活动,年收入约400亿日元。

(一) 委托市场调查代理公司进行调查的优点

1. 无地理和语言的障碍 市场调查

代理公司专门从事调研工作,人才齐全,不受地理和语言的限制,因而便于获得委托者所需的有关资料。例如,美国著名的尼尔逊市场调查公司在世界27个国家都设有分公司,他们能提供不同国家地区的地理特点、贸易惯例、风土人情和宗教信仰等资料,各行业和各大企业的资信、产业结构等内部资料,而且,资料在全公司内部流通十分方便,调研速度较快。

2. 公正、客观 一般来说,市场调查代理公司作为第三者,不受供需双方情绪感染,因而可能比较公正、客观地分析实际情况。再加上这类公司的调研人员受过专门的训练,熟悉调研知识,因而收集的资料比较全面、系统,论据比较准确。

3. 代价较低 尽管委托市场调查公司进行调研须支付一定的费用,但是,同样的调查项目,如果由委托单位的市场调研人员自己进行,则需要更多的时间和开支才能收到同样的效果,尤其当企业无专业调研人员,临时组织人员去完成某项调研时,其花费更大。

(二) 选择市场调查代理公司的基本步骤

第一步: 多种途径选择 主要途径有:

- (1) 查阅各种贸易报刊杂志,以及市场调查公司的行名录;
- (2) 通过驻外使馆获得有关调查公司的名单;
- (3) 利用某些国际性机构,如国际贸易中心(ITC)等,以及广告代理公司的帮助;
- (4) 请关系较密切的进口商、批发商和经销商介绍推荐;
- (5) 在有关的报刊上登载调研项目的招标要求,由各市场调查公司自动前来联系。目前,国外较多地采取这种方法。

第二步: 比较选择 在完成了初步的联

系之后,企业应分别向愿意接受委托的各市场调查代理公司致函,扼要说明委托调查项目的目的、要求,征求对方能否接受委托代办这项调查任务,并请对方提供有关自身的情况,诸如该公司的概况、服务项目和业务水平、专业人才、专用技术设备条件等,列举历来的资信状况,及能提供证明的机构名单。有时,市场调查公司的行名录内也能提供上述资料。

收到各家市场调查代理公司的复信后,企业便将这些资料加以仔细比较,先使选择范围缩小到二至三家资信较高、对本项目经验较丰富的调查公司,然后,分别和这二、三家公司面谈商讨委托代办市场调查问题。这时,委托人应向代理公司出示“调查纲要”,具体阐明委托调查项目的目的、要求,允许的时间限度和费用额度;对方如有兴趣接受委托,应向委托单位出示一些有代表性的文件,如足以证明本企业业务水平的代办调查项目报告,以及根据调查纲要设计的“调查计划建议书”。委托单位再从这几份“调查计划建议书”的对比中,选定一家最适合的市场调查代理公司。“适合”的标准是准确、高效、代价低。

第三步:签订市场调查代理合同 在正式委托或承接代办市场调查工作之前,由双方协商订立一份完整而又明确的市场调查代理合同,其内容主要包括:

(1) 调查的范围与方法,如抽样调查的样本数,登门访问还是电话访问等。

(2) 费用预算和付款条件。通常签约时先按双方确认的预算金额预付50%,其余部份在调查项目全部结束时付清。有否其它费用开支?用什么货币进行结算与偿付?全部费用累计总值的最高限额是多少?等等,均需在合同中明确规定,还需注明如果代理公司不能如期按质完成委托任务,应罚款的金额。

(3) 人员配备。市场调查代理公司须递交

一份具体承办调查人员的名单及各自承担的职责,以便委托单位和承办人员联系和接触,如果委托单位认为具体承办者资历不够,也可提出意见加以调换。

(4) 期限。不仅包括整个调研项目的完成期限,也包括各个阶段的执行期限,以便委托单位随时按计划进行检查监督。

(5) 调查报告,包括临时性报告和终结性报告。合同要明确写清临时性报告的次数、具体时间和具体要求;对终结性报告一般委托单位要求代理公司不仅能提供结论,还要从中引出某些建议,甚至要求对方提供当地有兴趣经营某商品的进口商或代理商的名单,如有这些附加条件,也必须在合同中明确规定。

(三) 选择市场调查代理公司的标准

在选择市场调查代理公司的过程中,委托单位一般按照以下标准加以比较衡量。

1. 该代理公司的业务能力 包括公司负责人和项目负责人的资历、文化程度,以往承接代办的调查项目和经常性顾客的数量,专业机构和其它委托人的评价,调查技术的新发展,如抽样技术水平等。

2. 公司的信誉 包括该公司在同行业中享有的普遍声誉,来自当地同业公会、商会的反应和本企业职业道德方面的一贯表现。

3. 公司的工作设施 包括该公司职员人数,技术训练程度和实际工作能力,办公室设备,外勤服务机构和流动资金状况。

4. 营业方式 包括该公司营业项目的分类和估价是否精确详细,常用的付款条件,常用什么方法吸引顾客。

5. 实地调查技术 包括市场调查问卷设计人员和业务水平,访问人员及其业务水平,访问员的费用标准,资料汇总,编校人员的业务水平和设备,等等。