

零研数据运作业务介绍

北京泛亚咨臣市场咨询有限公司

Start

1 公司简介



2 数据执行能力



3 执行质量控制



4 服务案例



5 团队介绍

导航页



1 公司简介

- 我公司目前具备全国大部分范围的零售研究数据收集能力；同时具备传统运作执行能力，包括CLT，入户访问，普查等；同时拥有线上panel库，具备在线问卷调研能力
- 北京泛亚咨臣咨询公司成立于2012年07月，致力于以准确可靠的信息、规范的质量控制体系、专业的市场研究态度为客户提供高品质的市场数据服务，并针对客户的实际情况提供相对应的解决方案
- 公司成立至今已完成多项市场数据项目，涉及汽车、快消、医药、IT、通信、金融等多个领域
- 公司主要成员均具有10年以上丰富的市场研究经验，对市场有着深刻的了解，凭籍着认真、创新、专业及团队精神取得了合作客户的认可和支持

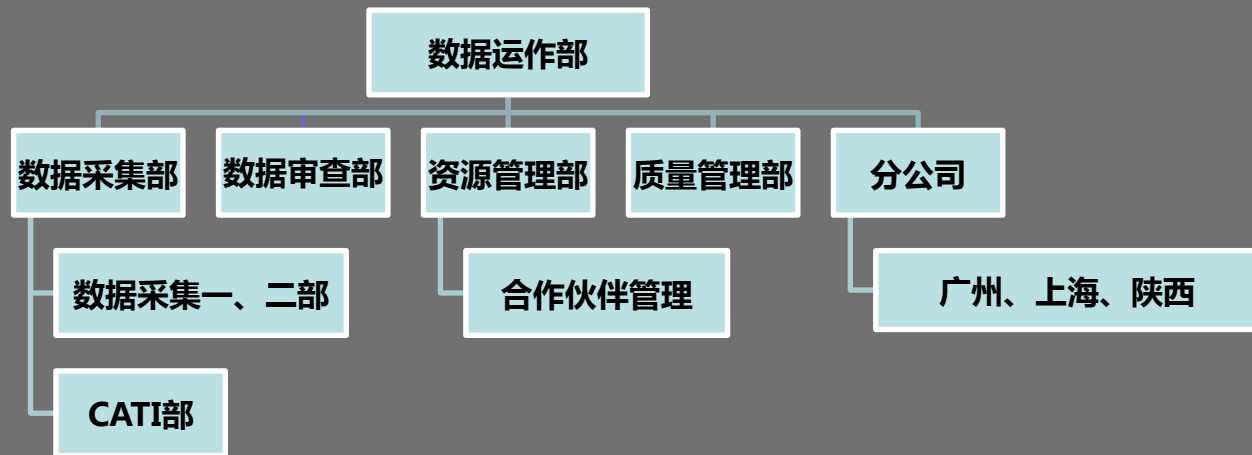
公司目前拥有设备类型	数量
台式电脑	10台
笔记本	15台
针孔摄像机	50套
录音笔	50支
数码相机	10部
移动硬盘	10个
专用呼出席位	50个

→ 公司发展三年来获得较大进步，逐步改善办公环境



→ 我公司目前的数据运作部组织架构说明如下文

- 数据采集部:主要负责招募、现场执行与数据获取
- 数据审查部：主要负责对现场采集回来的数据进行卷面和真实性的质量检验
- 质量管理部：负责项目复核计划设定、复核工作安排、ISO贯标等工作；负责管理现场实施的人力和物力等资源，主要成员有：数据质控督导、代理资源质控督导
- 分公司：负责中国南方、西部项目执行、人员管理、行政管理



→ 我公司在主要研究行业内有丰富的执行资源

1

用户资源

拥有最近几年各类耐用消费品用户名单，方便执行各类消费者数据项目

2

经销商资源

拥有各地各品牌的经销商资源，方便执行各类经销商深访项目

3

企业及机构用户资源

拥有各地各主要机关、大型企事业单位资源，方便执行各类机构用户深访项目

→ 泛亚咨臣咨询的数据运作主要覆盖以下4个行业，在运作领域的主要业务类别如下所示：

覆盖行业

IT产品

互联网
Internet

耐用消费品

快速消费品
FMCG

业务类别

零售数据监测

陈列架调查

连锁经营店神秘
顾客

店面普查

广告监测

用户定量访问

用户深访

用户座谈会

用户街头访问

用户定点拦截访问

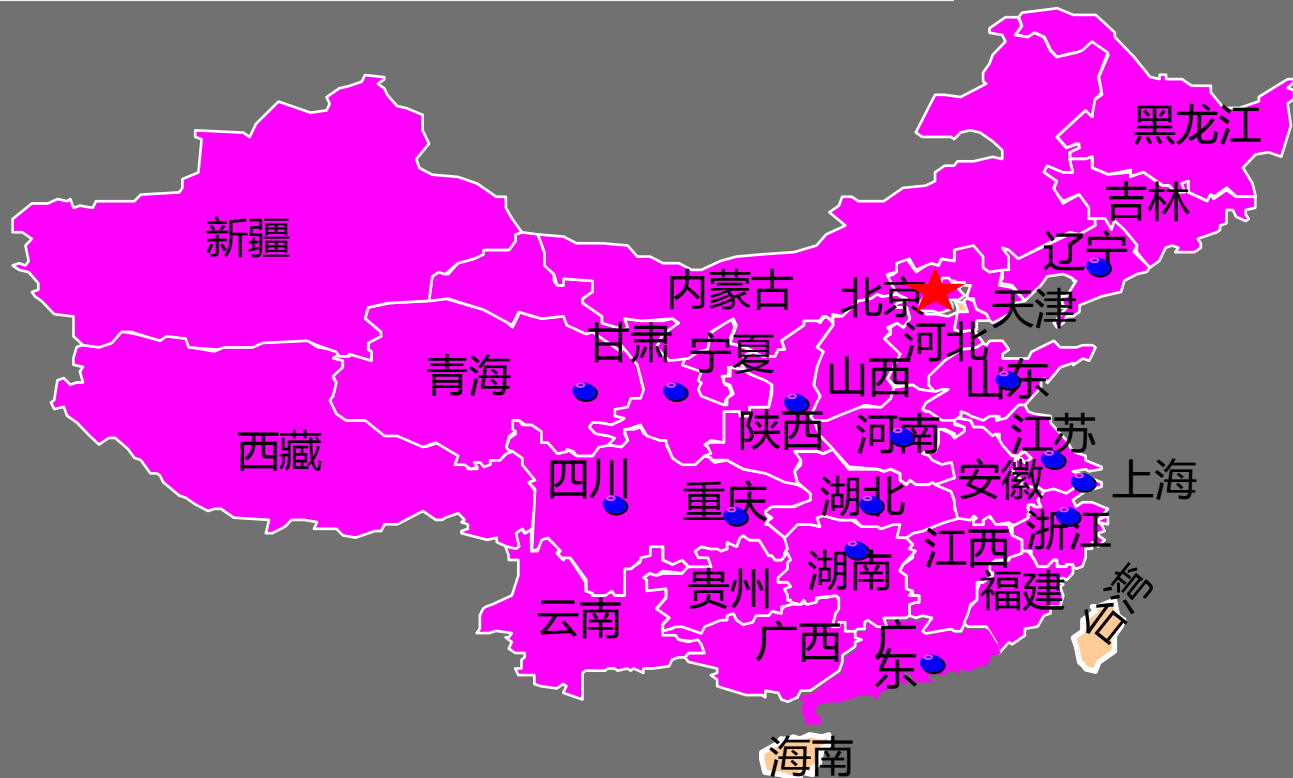


2

数据执行能力

强大的全国执行网络

→ 我公司执行体系可以覆盖绝大部分大陆省份，有长期合作的固定代理资源，合作默契，质量有保障



重点覆盖城市



→ 我公司在以下城市的数据搜集具有优势，同时对不在列表中的城市，我公司提供定制化的数据搜集解决方案

重点城市覆盖：

重点30城市覆盖

北京	南宁
长沙	宁波
成都	乌鲁木齐
重庆	上海
大连	沈阳
东莞	呼和浩特
福州	石家庄
广州	洛阳
杭州	天津
哈尔滨	武汉
合肥	无锡
济南	厦门
昆明	西安
南昌	郑州
南京	长春

备注：如果客户需要覆盖不在列表中的城市，我方可进行定制性覆盖监测

→ 我公司的运作覆盖渠道包括了家电、通讯、IT和汽车产品（轮胎）的样本店渠道，同时拥有网络电商的数据获取渠道





→ 人力资源配备充足

□ 督导队伍

- 督导数量：北上广三地共65名督导，其中5名经理，10名高级督导
- 督导资历：均为大专以上学历，从业经验至少为2年
- 多维人力：在职督导均拥有从业背景，具有丰富的各类型项目调查经验
- 兼职督导：均从其它公司同业者中择优录取，调查经验丰富
- 地方站督导：遍及全国各省会或主要城市，共63人，具有丰富入户、预约访问等定量项目执行经验

□ 访问员队伍

- 访问员数量：全国拥有2500名以上兼职访问员队伍
- 访问员管理：设专职督导负责管理访问员并做跟踪培训和心理咨询
- 访问员资历：多年优胜劣汰出来的老访问员+优秀大学生

3

执行质量控制



→ 样本店数据获取、录入与核查等过程如下



→ 样本店数据在数据搜集环节的质量控制要求如下



数据搜集：

1. 调查表：

准确数据，又可统一规格便于对数据编码及计算机录入。不要将数据取回后重新抄写，因为增加工作环节只会增加出错误机会。

2. 收表时间：

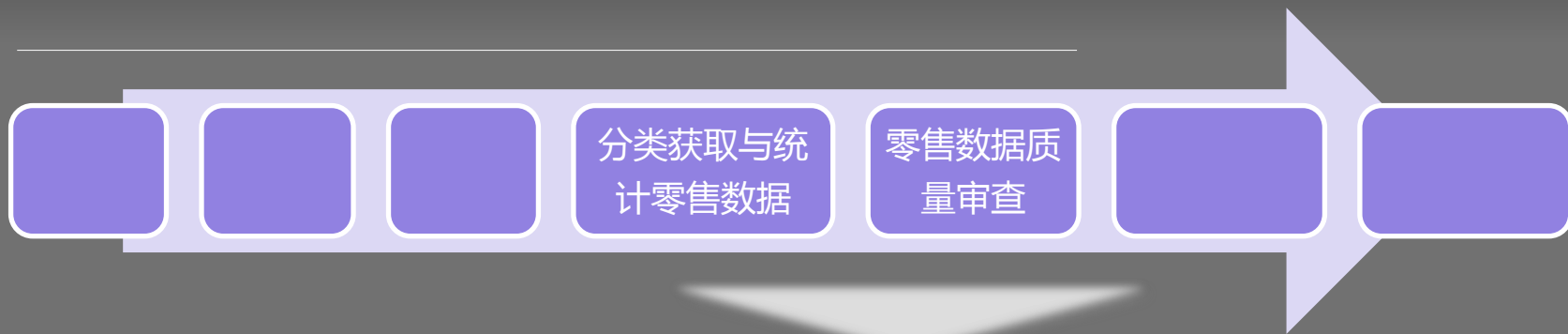
越早越好，最晚不能晚于每月8日，否则将没足够时间进行检查处理。收表后应收到一份处理一份，这样能够提高工作效率，不要将所有表收齐后才处理，这样会造成时间紧张，容易出错。

3. 收表时的检查：

在商店收到表后，应在商店马上把数据简单检查一遍，将明显能够看出的问题就地解决，提高工作效率。

(例如a/商品品种是否齐全；b/数量过大的要问清是否批发成份混杂在内，因为我们要的只是零售数据，如有批发成份时要搞清其中多少是零售；c/数量过少，于商店的规模不相符时应搞清原因；d/如是新商店是应填写商店情况表)

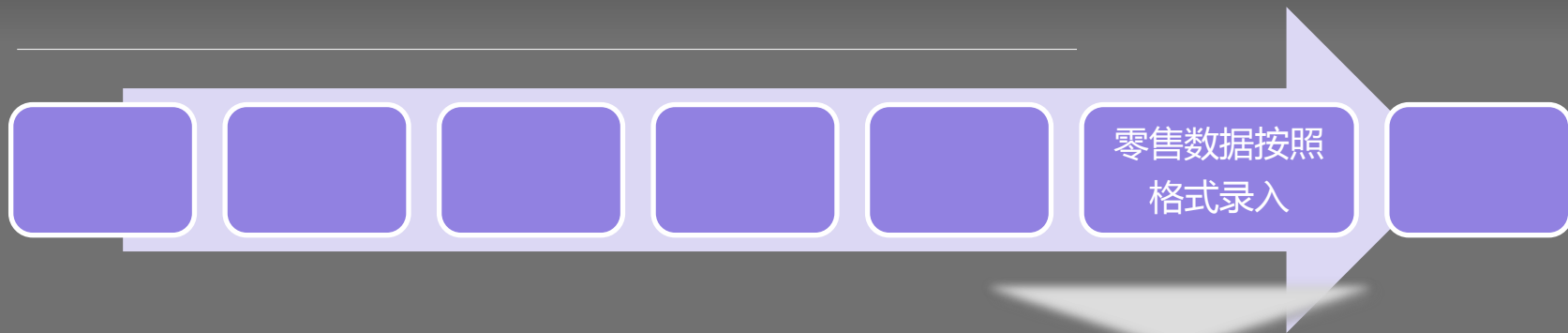
→ 样本店数据在数据整理环节的质量控制要求如下



数据整理：

1. 表收回后，首先将店号写在表首页的明显位置（可用色笔）。商店编号一定向GFK申请，不要自己编码。如有新商店加入时，请用原商店码表后面顺序编号，并将新商店情况告诉我们。商店编号是绝对一对一的，已经编号之后此编码只能代表此商店，即使将来此商店不向我们提供数据时也不能将此编码用于其他商店
2. 数据编码：商店编码填写完毕后就要开始给每一条数据编码，编号参照每月寄去的商品编码表。遇到商店编码表中没有的商品，不要自己进行猜测，应将其全部记录下来，带着空白的新商品功能登录表到商店去，在商店中核实是商店填写时笔误的商店品将正确的记录下来回所后编码。如在商店中核实是新型号的商品，应就地在商店中询问售货员填写新商品功能登录表，请注意填入新商品功能登录表的内容必须是经过确认的。每一条数据都是重要的，都要搞清楚，不要去掉任何一条数据。在遇到新牌名时要查清中文和英文名称，在新商品功能表的牌代码一格中由你们编入一个特殊数字并将新牌名的中、英文及你们编的代码写在一张白纸上于每月的其他资料一起寄给我们。此外，在使用新商品功能登录表时请注意，每一种商品都有其专用的表格，不要搞混。每个商店的数据在做完以上处理之后，应填写传真去的商店编码表，将有关经营商品在表中画○

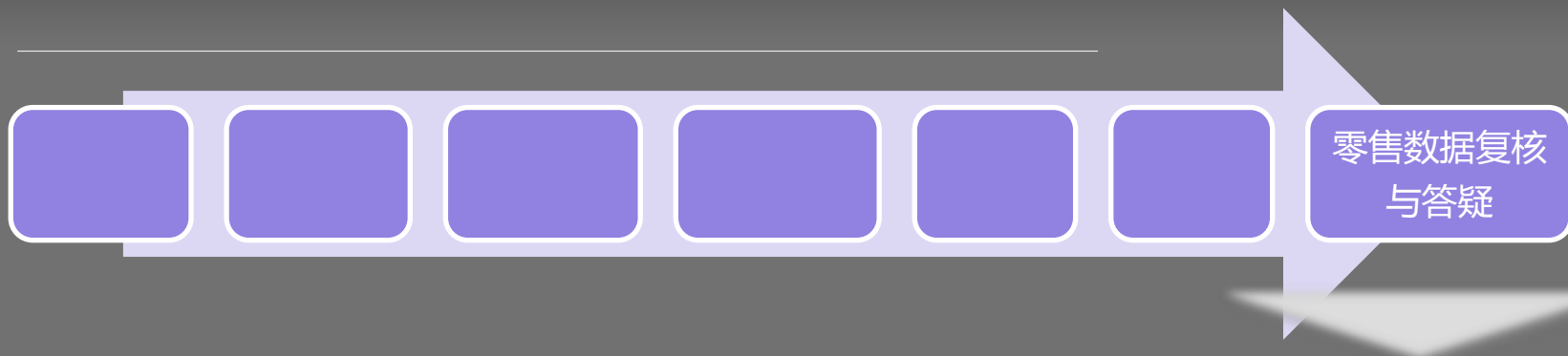
→ 样本店数据在数据录入到系统中环节的质量控制要求如下



数据录入：

1. 每一个商店的数据在做完以上处理后便可录入计算机，不必等都所有商店的数据凑齐之后再录入，可完一个录入一个，这样可以节省更多时间去进行复查
2. 录入计算机的数据必须是准确无误的，有问题的数据要再查之后再录入
3. 我们所提供的录入软件中要求录入的内容都要将正确内容录入，不要录入中文
4. 新商品文件的录入应严格按照新商品功能登录表录入（例如：商品种类代码可参考新商品功能登录表）
5. 数据录入事情一定仔细，不要搞错。（如：商店代码....）
6. 数据录入后的核对：数据录入完了之后应将全部数据打印出来，与原始表及新商品功能登录表一一进行校对，改正录入时的错误
7. 数据全部处理完之后用电子邮件发到公司：商店填写的调查原始表、新型号功能登录表、新商店的商店信息表（基本信息、销售结构）

→ 样本店数据在数据复核环节的质量控制要求如下



数据复核与答疑：

1. 将在收到数据之后对数据进行全面校对，并在1、2天之内将有关问题传真或电邮给代理核实，请一定到商店逐条查明后给我公司回复
2. 收到GFK过来的数据问题。
3. 翻阅商店填写的原始表，把输入和编码错误解决。
4. 检查原始表后解决不了的问题，请到商店调查并确认。
5. 先查货品错误——》在店内找出跟问题表中相同价格的货品。
6. 若此货品不存在，请把表中产品代码更正。
7. 后查价格错误——》在店内找出跟问题表中相同的货品。把货品价格更正
8. 若发现没有价格或货品型号问题，请打钩或简单注明价格高低之原因，如商品处理等。
9. 查时，请同时留意并回答我提出的功能问题。
10. 直到问题全被解决才能结束本环节

→ 在数据运作执行过程中，培训、执行、审查和复核等阶段都有严格的质量控制和文件规范



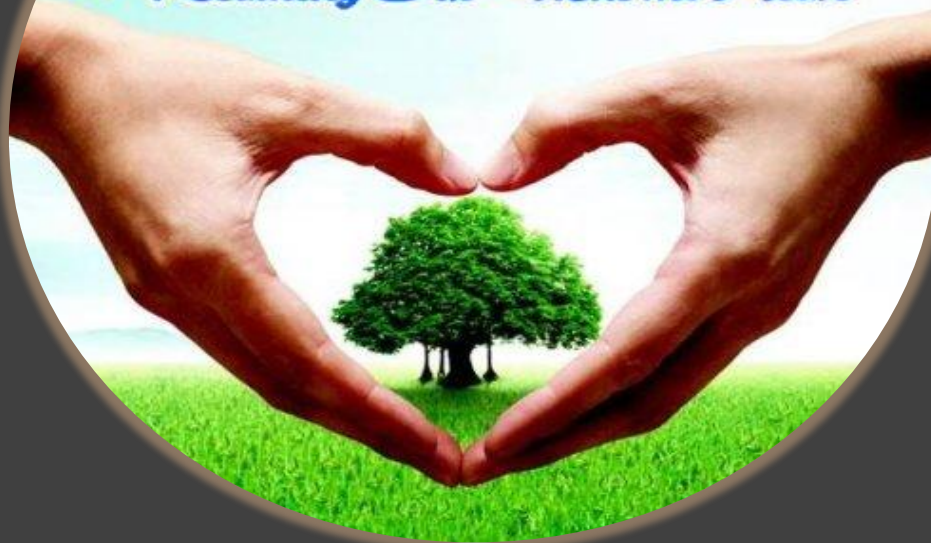
→ 数据运作部门的管理环节控制要点如下

运作流程

管理环节控制要点

- **项目培训**
 - 培训会要求100%覆盖执行督导、访问员、数据审查、录入、复核等各环节人员，了解项目背景、数据内容、数据字段意义和执行要求等，熟悉访问用的物品
 - 执行督导向访问员详细讲解运作过程和流程与职责，然后检测全部访问员的模拟执行
- **运作执行**
 - 所有访问员进行试访并由执行督导审核，审核通过后才可进行正式工作
 - 正式运作执行时需要经过两次确认数据，在完成第一次数据审核后才可离开，数据质控督导对数据进行再次审核，一审和二审的数据审核率为100%
 - 执行督导陪同控制访问员数据回收质量，监控访问和获取数据流程
- **数据审查**
 - 访问结束后，对数据复核抽审率=100%
 - 对审查出现问题的数据，必须100%进行补问，将实际情况上报公司和客户
 - 整理项目执行评估文件，对执行公司和执行督导表现打分，作为下次使用参考

沟通从心开始
Reaching Out From The Heart



4 服务案例

SSD固态硬盘案例：



→ 在2014年1月开始，我公司与某跨过电子企业合作，提供SSD固态硬盘的30city零售数据运作服务；因保密原因，下表数据仅作案例展示

Year	Qtr	Month	Vendor	Channel	Qty	Asp	Amt (CNY)
年	季度	月	品牌	渠道类型	销量	均价	销售额
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	B2C	1,000	800	800,000
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	B2C	1,000	800	800,000
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	B2C	1,000	800	800,000
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	B2C	1,000	800	800,000
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	B2C	1,000	800	800,000
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	B2C	1,000	800	800,000

Year	Qtr	Month	Vendor	Series	Model	Interface	Capacity	Qty (销量)	Asp (均价)	Amt (CNY) 销售额
年	季度	月	品牌	产品系列	型号	接口类型	容量	销量	均价	销售额
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	840 EVO	MZ-7TE120BW	SATA	120GB	1,000	800	800,000
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	840 EVO	MZ-7TE250BW	SATA	250GB	1,000	800	800,000
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	840 Pro	MZ-7PD256BW	SATA	256GB	1,000	800	800,000
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	840 EVO	MZ-7TE500BW	SATA	500GB	1,000	800	800,000
2014	Q1	Jan	SAMSUNG	840 EVO	MZ-7TE1T0BW	SATA	1TB	1,000	800	800,000

键盘鼠标数据表案例：



年月	省份	城市	渠道类型	产品类型	品牌	商品名称	零售单价	销售数量
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	DELL	DELL随机USB黑色鼠标	29	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	海尔	海尔笔记本鼠标	18	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	华硕	华硕UT220收线蓝光光学鼠标	37	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	罗技	罗技无线光学鼠标M185-灰色(910-002252)	69	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	罗技	罗技 无线鼠标M215二代(黑)(910-002661)	85	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	罗技	罗技鼠标M105(黑色)(910-002830)	60	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	DELL	DELL随机USB黑色鼠标	29	4
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	宏碁	宏碁 (Acer)鼠标Acer standard Mouse BLACK (2012)有线	19	3
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	华硕	华硕ASUSUT220收线蓝光光学鼠标	37	7
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	ThinkPad	ThinkPad鼠标(31P7410)	29	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	班德	班德C260 舒适无线鼠标(灰色)	48	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	班德	班德乐彩2.4G无线鼠标E230祥逸风	79	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	罗技	罗技无线鼠标M325(黑)(910-002152)	149	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	罗技	罗技无线鼠标M325-水湾浅蓝 (910-003696)	135	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	罗技	罗技无线鼠标M325-繁花锦簇 (910-003697)	135	1
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	DELL	DELL无线鼠标WM112	70	2
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	海尔	海尔笔记本鼠标	18	8
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	宏碁	宏碁 (Acer)鼠标Acer 2.4GHz Wireless Mouse RED (2013)无线	61	3
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	华硕	华硕ASUSUT220收线蓝光光学鼠标	37	3
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	联想	联想随机附件联想无线光学鼠标N1901A(CN-灰)	79	3
201401	河南	郑州	综合家电	鼠标	联想	联想随机附件联想无线光学鼠标N1901(灰)	79	6

曾经服务过的客户



→ 服务理念：质量第一，至诚服务



曾经服务过的客户



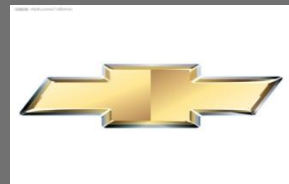
→ 服务理念：质量第一，至诚服务



曾经服务过的客户



→ 服务理念：质量第一，至诚服务





5 团队介绍

聂辉哲 William

团队负责人



教育与行业经验

- ❖ 燕山大学，MBA与测试计量技术双硕士学位
- ❖ 七年研究经验；在2007年，加入GfK(china)（德国市场研究集团中国代表处）开始市场研究工作生涯，在加入泛亚咨臣之前，主要供职于CTR（央视市场研究公司）和WITOP research公司

服务过的客户

- ❖ 腾讯、百度、易车网、和讯网、凤凰网、远洋地产、西安杨森、强生、大宝、联想酒业、海尔、中意人寿等

研究技能

- ❖ 七年市场分析与研究经验，精通定量、定性研究。精于消费者行为与态度分析，品牌定位与价值研究，市场区隔研究，以及整合营销、社会化营销等营销策略分析

本项目中的职责

- ❖ 项目质量第一负责人
- ❖ 指导项目运作和质量控制；负责报告撰写与负责汇报

关键项目经验

- ❖ 某网站连续三年用户UA研究
- ❖ 某网站营销媒体价值研究
- ❖ 互联网搜索引擎、浏览器和安全产品用户U&A
- ❖ 微博需求和行为研究
- ❖ 某酒类品牌定位研究
- ❖ 高端养老客户生活服务需求调研
- ❖ 某网站地方站需求定性研究

单玉 顾问



教育与行业经验

- ❖ 北京工商大学，经济学学士
- ❖ 七年零售研究经验；在2007年，加入GfK(china)（德国市场研究集团中国代表处）开始市场研究工作生涯，在泛亚咨臣咨询之前，主要供职于ACMR（北京华通人商用信息有限公司）

服务过的客户

- ❖ 海尔、美的、三星、松下、索尼、苏泊尔；固特异、米其林、倍耐力、马牌；佳丽宝、高丝等

研究技能

- ❖ 七年市场分析与研究经验，精通耐用消费品零售研究。精于渠道定位及建设研究，竞争分析，竞品分析、服务顾客满意度品牌研究。

本项目中的职责

- ❖ 项目运作和质量控制

关键项目经验

- ❖ IT类品牌零售监测
- ❖ 家电品牌零售监测
- ❖ 轮胎品牌零售监测
- ❖ 化妆品品牌零售监测
- ❖ 家电品牌服务顾客满意度研究

崔晓光 数据运作经理



教育与行业经验

- ❖ 毕业于北京信息工程学院，电子信息工程硕士
- ❖ 06年毕业后曾服务于多家知名企业从事市场营销工作，在2009年加入CTR（央视市场研究股份有限公司）开始市场研究工作生涯，后加入泛亚咨臣咨询

服务过的客户

- ❖ 腾讯、百度、一汽集团、CAPSA、中央电视台、分众传媒、统一集团等

研究技能

- ❖ 四年市场研究与分析经验，精通定量研究，专精于广告与营销效果研究、用户U&A研究、用户满意度研究等领域

本项目中的职责

- ❖ 担任定量研究和数据执行，负责项目执行和部分报告撰写工作

关键项目经验

- ❖ 统一集团广告投放效果评测研究
- ❖ 一汽4S店及产品用户满意度研究
- ❖ CAPSA雪铁龙汽车广告效果TVC测试
- ❖ 分众传媒多平台广告效果研究
- ❖ 中央电视台春节晚会媒体效果研究



THE END



William 聂辉哲

Deputy General Manager

Wit works research

Tel: 8610-56039216

Mobile: 8610-15810263389



William Nie 聂辉哲

Deputy General Manager

WIT Works consulting

Tel:010-56039216

Mobile: 8610-15810263389

Email:william.nie@wit-works.com