

第二章 广告调查

广告调查的作用
广告调查的常用方法
广告调查的内容

广告调查的含义、分类、作用

广告调查的内容

➤ 广告环境—宏观环境调查分析

(分析环境机会)

➤ 消费者调查与分析

(分析广告受众特点)

➤ 企业、产品调查分析

竞争者情况调查分析

2.5 产品SWOT分析

1、**优势**—**特长、擅长**

2、**劣势**—**短板、缺点**

(满足顾客需求或与行业相比的优劣势)

3、**机会**—**环境变化带来积极影响**

4、**威胁**—**环境变化带来消极影响**



- SWOT分析法又称态势分析法，就是将与研究对象密切相关的各种主要内部优势、劣势和外部的机会和威胁等，通过调查列举出来，并依照矩阵形式排列，然后用系统分析的方法，把各种因素相互匹配起来加以分析，从中得出一系列相应的结论，而结论通常带有一定的决策性。
- 优势（Strength）、劣势（Weakness）、机会（Opportunity）和威胁（Threat）
- SWOT分为两部分
第一部分为SW—分析内部因素
第二部分为OT—分析外部条件





- 1. 分析环境因素

- 组织机构的内部因素

优势：有利的竞争态势、充足的财政来源、良好的企业形象等

劣势：战略模糊、市场规划能力弱、设备老化、管理混乱等

- 组织机构的外部因素

机会：独特的客户群体；新产品；新市场等

威胁、新的竞争对手、替代产品增多、市场紧缩等





2. 构造 SWOT矩阵

内部因素 \ 外部条件	外部机会(O)	外部威胁(T)
内部优势(S)	SO 利用优势,抓住机会	ST 利用优势,避开威胁
内部劣势(W)	WO 克服劣势,抓住机会	WT 克服劣势,避开威胁

SWOT 矩阵结构表





3. 制定行动计划

- 制定计划的基本思路：

发挥优势因素，

克服弱势因素，

利用机会因素，

化解威胁因素；

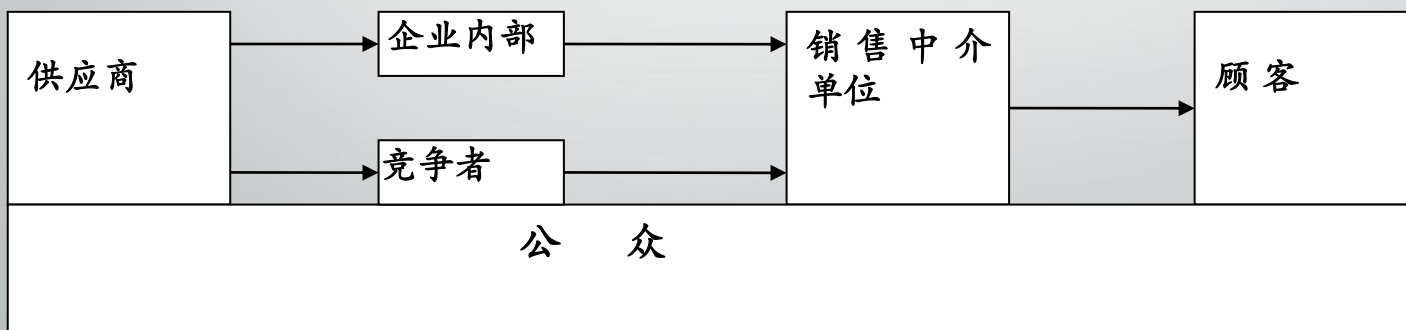
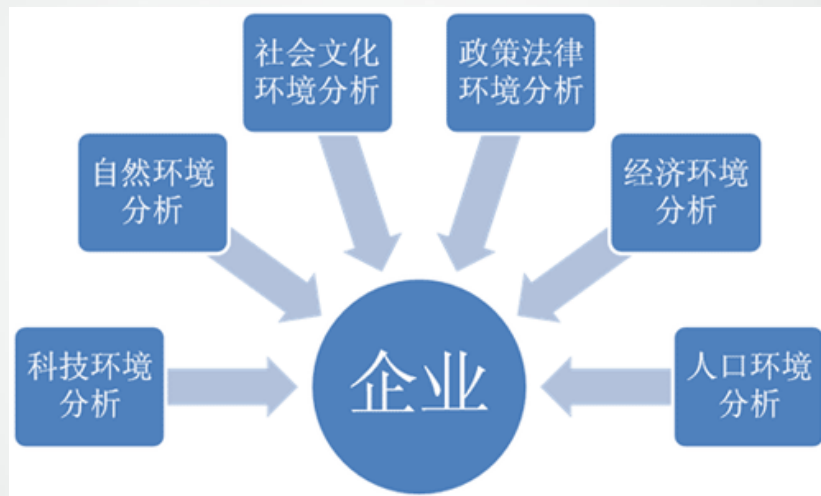
考虑过去，立足当前，着眼未来。



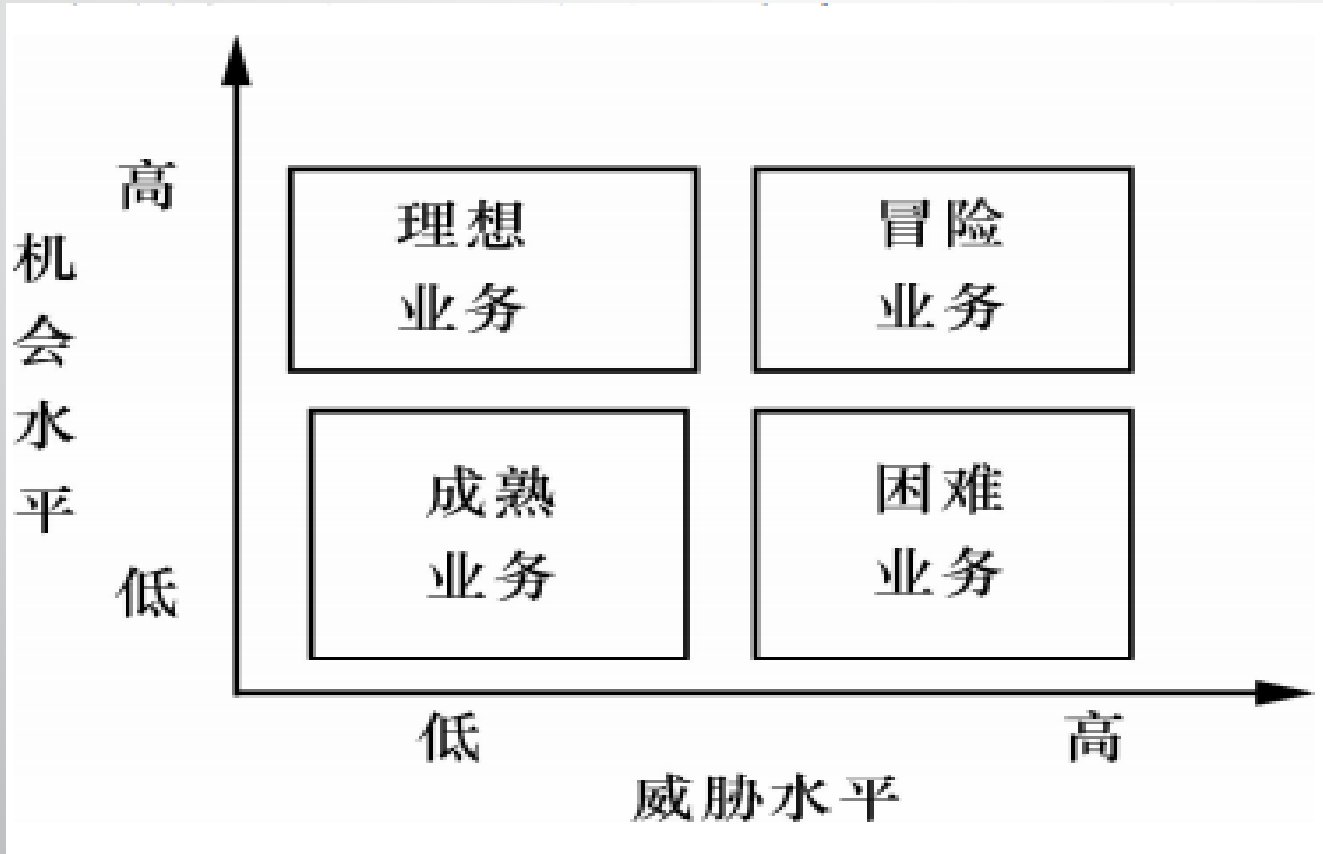
● 总结:

● 1、环境概念及特点

● 2、营销环境要素



环境威胁矩阵分析法



波特五力模型



swot分析法

外部条件 内部因素	外部机会(O)	外部威胁(T)
内部优势(S)	SO 利用优势,抓住机会	ST 利用优势,避开威胁
内部劣势(W)	WO 克服劣势,抓住机会	WT 克服劣势,避开威胁

- 案例分析
- 迪士尼乐园的swot分析
- 1、 罗列所有的营销环境因素
- 2、 分清有利因素和不利因素
- 3、 归类—优势、劣势、机会、威胁
- 4、 策略的选择

- 优势：
- 1、认可度高，卡通人像深入人心
- 2、品牌文化底蕴深厚
- 3、定位家庭，明确
- 4、注重创新与进步，本土化结合
- 5、工作人员服务素质高
- 6、周边产业发展好

- 劣势：
- 1、 电影市场占有率不高
- 2、 电影制作技术一般
- 3、 迪士尼公园受地域限制，数量有限，不能满足消费者的需求
- 4、 新的卡通形象少

- 机会
- 1、电影科技的发展
- 2、对娱乐、生活必需品需求旺盛
- 3、经济全球化
- 4、青少年对动画电影、卡通人物、主题公园的喜爱

- 威胁：
- 各国对本国产业的支持和保护，会对迪士尼开发国外市场造成一定的影响
- 梦工厂、哥伦比亚等电影公司的发展
- 非主题公园
- 文化差异，抵制心理
- 全球动画产业的兴起