
《结果导向的市场分析技能提升训练营》大纲

主讲：崔自三

第一部分：行业市场分析

第一讲：行业分析

一、行业总体分析

- 1、行业发展历程
- 2、行业发展现状
 - √机遇
 - √挑战
- 3、行业发展的特点
 - √行业发展迅速，且潜力巨大。
 - √产品种类趋向多样化
 - √企业规模化
 - √行业竞争加剧

案例：某企业跟随行业发展调整营销策略

第二讲：行业营销分析

一、行业营销策略分析

- 1、行业营销策略的潜规则
 - √中国式品牌塑造
 - √中国式管理
 - √中国式团队
 - √中国式渠道
- 2、市场销售策略分析
 - √产品策略
 - √价格策略
 - √渠道策略
 - √促销策略
 - √售后服务策略

二、竞品竞争策略分析

- 1、侧翼战
- 2、迂回战
- 3、跟随战
- 4、防御战
- 5、闪电战

三、本品竞争分析

- 1、采用何种产品？
- 2、如何定价？
- 3、如何规划销售渠道？

4、如何设计促销？

链接：市场分析的两个工具：

SWOT 分析法

波士顿矩阵

四、中国业营销发展趋势分析

- 1、全员营销应用前景广阔
- 2、顾问式销售服务将成主流
- 3、战略决定格局
- 4、细节决定成败

分析：从国外发展看中国的广阔前景

第二部分：消费者市场分析

第一讲 消费者市场概述

- 一、消费者市场的含义及特点
- 二、消费品的分类

第二讲 消费者行为模式及影响因素

- 一、消费者行为模式
- 二、影响消费者行为的主要因素

第三讲 购买行为与购买决策过程

- 一、消费者购买行为的内容
- 二、消费者购买行为的类型
- 三、购买决策过程

案例：某集团销售分析模式：经济运行分析会

链接：五个销售分析工具

- ✓ 工具一：销售分析
- ✓ 工具二：市场份额分析
- ✓ 工具三：营销费用——销售额分析
- ✓ 工具四：财务分析（图示）
- ✓ 工具五：以市场为基础的评分卡分析