
《市场需求分析——生意的进攻策略》课程大纲

课程背景

市场如战场，生意如战争，如何能够在纷杂的市场中找到生意的进攻路线取得商战中的胜利？

市场需求分析是销售工作的指路标，如果市场方向错了，纵有再好的销售能力也是无能为力。有效、准确的市场需求分析可以提高营销因素的可控能力，市场机会的分辨能力，市场趋势的预见能力，市场风险的防范能力。

课程内容

- 将市场需求分析分为行业、竞争对手、客户三个维度，并逐一讲解各维度工作要点

课程特色

- 极强的生意思维，授人以鱼不如授人以渔，以实战案例、实战演练帮助培训对象掌握市场需求分析的思维
- 系统的思维模式，看到不一定想到，想到不一定做到，做到不一定做成，做成不一定做好，影响结果好坏的环节太多、太复杂，本课程以系统的方法论阐述课程要点，环环相扣
- 实用的应用工具，好看不一定好用，好用一定是实用，这些应用工具都是被培训对象在实战中应用并且产生结果，老师会用的不是实用的好工具，学员会用的才是

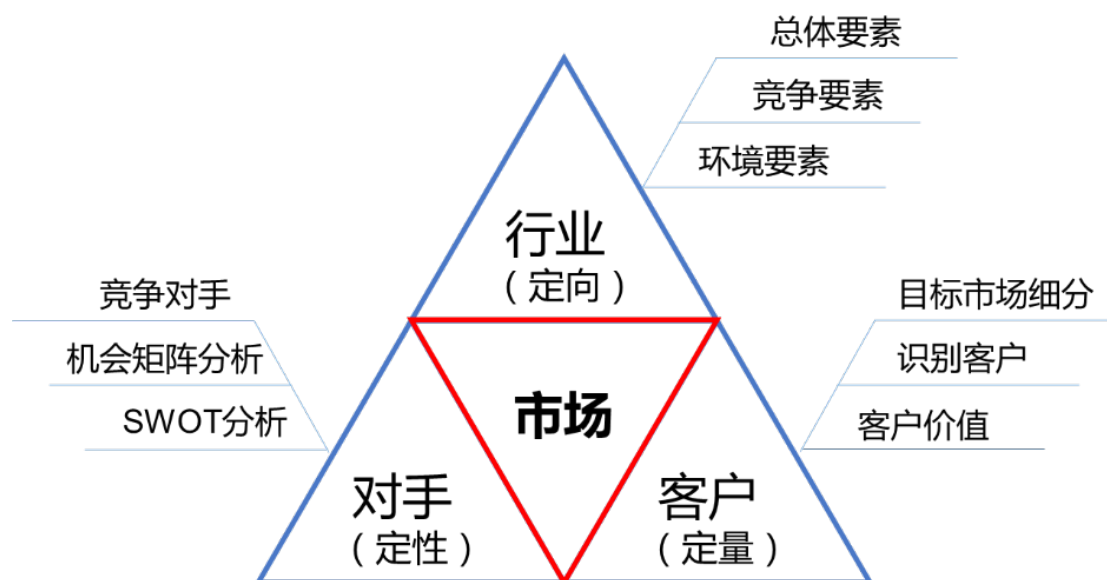
课程收益

- 使用定向、定性、定量分析的工具和方法；
- 建立市场分析方法与实际工作的直接联系。

培训对象：销售部经理、大区经理、区域经理、市场总监、市场经理

培训时间：1.0天

课程逻辑



课程大纲

课程议题 (一级目录)	培训议题 (二级目录)	授课时间	授课方式
一、行业市场定向分析	<ul style="list-style-type: none"> ■ 总体要素 <ul style="list-style-type: none"> ● 市场规模 ● 市场成长 ● 产品生命周期 ● ROI ■ 竞争要素 <ul style="list-style-type: none"> ● 行业集中度 ● 供应链讨价还价能力 ● 替代品的威胁 	1.5H	课堂讲授 案例分析 实战练习

课程议题（一级目录）	培训议题（二级目录）	授课时间	授课方式
	<ul style="list-style-type: none"> ● 潜在进入者和退出者威胁 ■ 环境要素 <ul style="list-style-type: none"> ● 经济环境 ● 社会环境 ● 政治环境 ● 法律环境 		
二、竞争对手定性分析	<ul style="list-style-type: none"> ■ 竞争对手 <ul style="list-style-type: none"> ● 竞争对手层次 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 产品竞争 ➢ 品类竞争 ➢ 属类竞争 ➢ 预算竞争 ● 竞争层面定位 ■ 机会矩阵分析 <ul style="list-style-type: none"> ● 市场机会的特征 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 利益性 	2.0H	课堂讲授 案例分析 实战练习

课程议题（一级目录）	培训议题（二级目录）	授课时间	授课方式
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 针对性 ➤ 时效性 ➤ 公开性 ● 市场机会分析矩阵 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 潜在吸引力 ➤ 成功可能性 ■ SWOT 分析 <ul style="list-style-type: none"> ● 优势与劣势 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 优势、劣势分析检查表 ● 机会与威胁 ● 对策分析 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 四大对策 		
三、目标客户定量分析	<ul style="list-style-type: none"> ■ 识别客户 <ul style="list-style-type: none"> ● 企业客户购买特征 ● 企业客户采购类型 ● 企业客户购买参与者 	2.5H	课堂讲授 案例分析 实战练习

课程议题（一级目录）	培训议题（二级目录）	授课时间	授课方式
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 目标市场细分 <ul style="list-style-type: none"> ● 企业客户主要细分变量 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 5类细分变量 ● 细分市场标准 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 细分市场5标准 ● 市场细分过程 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 市场细分7步法 ● 评估和选择细分市场 ● 预测和需求测量 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 市场需求的90种类型——三维模型 ➢ 市场需求与市场预测 ➢ 公司需求与公司预测 ■ 客户价值 <ul style="list-style-type: none"> ● 客户价值来源 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 经济来源 		

课程议题（一级目录）	培训议题（二级目录）	授课时间	授课方式
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 功能来源 ➤ 心理价值 ● 客户价值表现形式 <ul style="list-style-type: none"> ➤ 客户价值表现因素 ➤ 客户价值表达公式 		