
《物资采购市场调研》

——供应市场分析

(1-2天课程)

【培训对象】：物资采购部门人员

【培训收益】：当今的商务世界中，促使企业成功的最为重要的因素，是企业经营管理人员预测、接受和适应各种变化的愿望和能力。本次课程将帮助职业采购人员掌握有关供应市场理解和认识所需要的知识和方法，并依靠这些知识与方法更好地进行供应决策。

物资采购市场调研，主要是供应市场分析。供应市场作为采购职能的外部环境，需要特定的方法论和实践工具去理解和认识，并使用高效的方式进行分析；通过对供应市场特征的阐述，结合企业的供应目标和优先次序的制定方法，将了解供应市场的运作机制和主要特征，理解和评价供应市场中的机会与风险，从而能够选择出最适合本企业需要的供应市场。

【培训内容】：

1 课程总体框架

- 1.1 供应市场分析的重要性——市场是潜在交易者的竞技场 - P.席勒；
- 1.2 供应市场分析的益处——供应市场分析可帮助企业降低成本与风险，并发现创新机会；
- 1.3 课程主要框架简介

2 为供应市场分析确定优先级

- 2.1 为供应市场分析去顶优先级需要考虑的因素
- 2.2 供应定位模型阶段一，
用支出(20-80法则)和影响因素划分产品和服务
- 2.3 供应定位模型阶段二，
加入有关市场风险因素再次划分产品和服务
- 2.4 供应定位模型及其应用价值
- 2.5 供应定位模型的两个维度和三个阶段
确定了需要市场分析的具体产品和服务品
项，准备进入下一步分析市场的过程

3 认识与理解供应市场的方法与步骤

- 3.1 准备进行供应市场分析需预先明确的问题
- 3.2 评价供应市场竞争程度和影响
供需曲线的应用
波特的“五种力量”模型
与竞争和非竞争市场相关的风险和机会
竞争市场下，供应商在何种情况下可通过
削减价格而获得竞争优势？

-
- 3.3 预测市场趋势
 - 市场的四种形态
 - 供应市场预测的重要方法
 - 确定采购项目的产品生命周期阶段
 - 3.4 理解市场驱动力
 - 市场驱动力的类型
 - 本公司市场关键市场驱动力互动
 - 3.5 企业定价原则和价格评价
 - 明确产品价格的构成因素
 - 价格/成本模型
 - 特定市场中供应商使用不同定价的因素有哪些？
 - 3.6 细分供应市场
 - 细分市场的流程
 - 确认用于市场细分的主要变量
 - 如何选择对你最为重要的细分变量？
 - 3.7 筛选细分市场
 - 供应市场分析中可排除的细分市场
 - 用细分变量筛选细分市场
 - 4 细分市场评价方法与步骤
 - 4.1 确认各细分市场的供应风险与机会类型；
 - 评价地理区域细分市场 – POCKER 方法的应用
 - 评价技术细分市场需要考虑的关键因素
 - 评价供应渠道细分市场需要考虑的关键因素
 - 4.2 确认在特定细分市场会带来风险和机会的事件；
 - 4.3 进一步研究，设想上述事件的不同情景，评价各种机会或风险的可能性，
 - 案例：采购 CLUNK 产品风险与机会分析
 - 4.4 评价风险与机会的情景分析法
 - 案例：通过情景分析法对产品 CLUNK 进行分析
 - 4.5 步骤五：哪些供应目标将受到影响？
 - 供应目标包含哪些内容
 - 估计你的何种供应目标会受到上述事件的影响及程度如何
 - 4.6 各事件对供应目标的影响程度；
 - 案例：产品 CLUNK 分析
 - 4.7 确定最能满足需求的细分市场；
 - 通过评价供应市场风险及其该风险对你公司的潜在影响，确定何种细分市场可以最好的满足你的供应目标，并可实现风险与机会的最佳平衡
 - 案例：对产品 CLUNK 生产国 Someland 分析
 - 4.8 监视供应市场风险与机会；
 - 描述如何确定优先级，以便利用供给机会和减少供给风险
 - 作为各细分市场评价的结果，调整你公司供应定位模型中各产品的位置，以反映你对供应风险与供应机会的重新评价

5 对供应市场分析的信息支持

- 5.1 评价信息质量的主要标准
- 5.2 信息来源的主要类型
- 5.3 供应市场分析各阶段所需要的信息
- 5.4 处理所有信息的基本方法