

消费者洞察

课程目标：

1. 了解消费者洞察、方式及信息解读和应用的意义；
2. 了解作为市场营销人员如何关注和获得消费者洞察；
3. 了解最新消费者洞察数据；
4. 解读消费者洞察对产品的影响；
5. 研讨如何基于消费者洞察制定或调整市场营销策略

目标学员：市场营销管理人员、市场代表、销售管理人员、销售行政管理人员

时间：1天

培训方式：讲解、讨论、案例研讨、交流分享、市场走访、小组模拟案例与演讲

主要内容：


时间		培训内容
第一天	上午	第一部分：消费者洞察基础 1, 什么是消费者洞察 —消费者洞察的概念与意义 —消费者洞察的特性、方法与类别 2, 消费者洞察方法 —如何进行消费者洞察：方法/流程 —利用门户网站及网络收集最新消费者洞察 —市场营销人员获取消费者洞察的方式 —市场走访中消费者洞察的关注与思考 3, 消费者洞察与市场营销 —如何将消费者洞察应用于市场营销 —消费者洞察的重点及应用 第二部分：最新中国消费者洞察与解读 —2016 埃森哲《中国消费者洞察报告》
第一天	下午	—益普索：2016 中国食品&饮料趋势及消费者洞察 —尼尔森 2016 中国零售业状况 第三部分：产品的消费者洞察 —xx 产品消费者洞察 —xx 产品消费者洞察

		<p>第四部分：消费者细分与渠道</p> <p>1, 消费者细分 -消费者细分方法和类别 -埃森哲消费者细分 (例)</p> <p>2, 消费者细分</p> <p>3, 渠道消费者特点及营销策略</p> <p>第五部分：特定市场的产品消费者洞察 (研讨)</p> <p>1, 特定市场的消费者洞察</p> <p>2, 案例研讨 1：基于当地市场消费者洞察市场营销策略</p> <p>3, 案例研讨 2：如何通过网络模式吸引年轻消费者/产品网购模式探索</p>

什么是消费者洞察

- 消费者未被满足的需求和愿望;
- 它们是消费者真正关心、在意、认为有价值, 却又自己不知道的;
- 它们是与消费者相关 (Relevant) 但还未被触及的 (Unexploited) .

消费者洞察是.....
An Insight Is

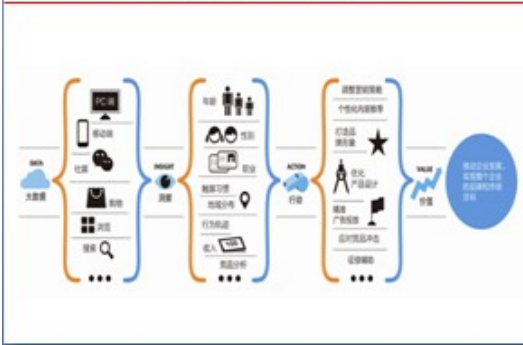




利用门户网站及网络收集最新消费者洞察



基于大数据的消费者洞察



消费者行为理论与市场营销

消费者行为理论与市场营销

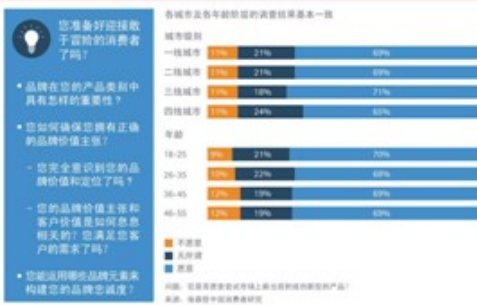


消费者洞察与品牌营销

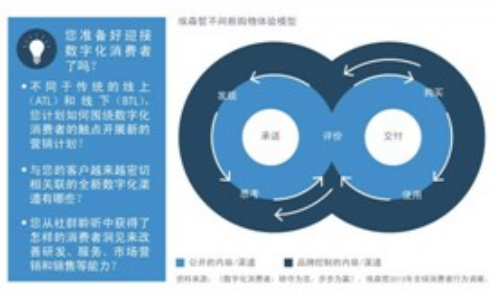
消费者洞察导向的品牌营销



70%的消费者愿意尝试新产品



当今消费者新动态



尼尔森2016最新数据：中国零售业状况



• 超市、便利店增加，网络购物对实体经济的影响小于人们的想象。

产品组合驱动便利店成功



