

《汽车行业市场分析与市场营销》

课程名称：汽车行业市场分析与市场营销

课程性质：企业内训

课程学员：营销部门人员、产品运营管理相关人员

授课时间：（两天）

课程简介：市场分析是营销的一个重要环节，古时打仗首先要有“探马来报”，商场如战场，切不可盲目轻敌。市场分析涉及的内容较多，行业外部的有经济环境、有商业氛围和购买力及客户偏好。行业内部有整体的行业市场空间、竞争对手的实力状况等，掌握行业及行业标杆的做法才能在“富矿区”进行挖掘，迅速的开拓行业和客户。只有信息准确才能更好的掌握客户的需求的预测，也才能做好客户开拓、切实提高工作效率，提升销量。

德鲁克说：“企业的核心工作就是为客户创造价值”，可见客户是企业的重要资源。传统时代是“买”的没有“卖”的精，互联网时代是“卖”的没有“买”的精。目前市场普遍是产能过剩，客户资源稀缺的状况，那么我们如何开发与维护？将客户从竞争对手处吸引过来。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，讲师同时配备课堂练习、现场互动以消化老师的课程内容。

确保效果的培训方式

① 课程时间分配：

理论讲解 30% 实战练习 20% 课堂互动 10%

重点案例 30% 工具使用 10%

② 理论讲解结合学员的互动参与。采用“行动学习法”，针对工作中存在的问题，采取：理论讲解、提出问题—头脑风暴-分组 PK-老师专业点评-理论归纳-转变为学员的实操工具或流程。

③ 整个培训包括案例分析、现场解答、角色扮演、影视片段、情境模拟、团队竞争等形式，让学员在紧张、热烈、投入的状态中，讲授的观点简单实用，容易掌握记忆，学员可以掌握相关的理念、工具和方法。

喻国庆 老师有多年的营销职业生涯，多家知名企业的营销高管，在营销岗位历经磨练，凭着实战的业绩逐步走到营销高管的职位。从而有丰富的市场调研、客户开发及客户服务的实操经验、喻国庆老师还有多年的营销咨

询师的积累，有较高的理论素养，专注营销领域，其课程实战落地，往往是投资培训的费用，达到营销咨询的效果。本课程内容是企业内训、公开课常见的教学内容。

教学大纲：第一章：市场分析与信息挖掘

一、利用百度指数分析

- 1) 多维度分析关键词热度及其变化
- 2) 百度指数概况分析
- 3) 百度指数热点趋势分析
- 4) 百度指数-需求分布分析

二、挖掘其它信息的途径

1. 其他网络平台数据分析
2. 政府网站分析获取信息
3. 上市公司年报分析获取信息
4. 专业调研公司报告
5. 行业报告
6. 商协会行业协会
7. 产业链分析

。。。。

讲解：如何见微知著、窥一斑而见全豹，讲师通过亲身实践、大量案例教会学员具体的方法，省时省力、即学即会，实操见效。捕捉行业信息

挖掘更多商机。

三、竞争市场分析

1. 竞争对手的选择
2. 竞争对手数据分析
3. 竞争对手的渠道策略分析
4. 竞争对手产品策略分析
5. 竞争对手营销策略分析
6. 竞争对手价格策略分析
7. 促销与动销分析
8. 竞品的行销模式分析
9. 竞争对手团队战力分析
10. 竞争对手投入产出分析
11. 市场调研报告的撰写

讲解：竞争对手数据获取的方法，竞争对手在市场上的表现是我们打败他们的重要依据，同时要在市场上形成差异的竞争策略，这些都必须了解竞争对手的状况，掌握了方法就不难突破，讲师可以现场回答学员提问，让学员彻底搞懂本环节。

四、客户需求分析

1. 客户购买决策
2. 影响购买的因素
3. 产品性价比
4. 品牌影响力
5. 产品使用性能
6. 产品的体验感
7. 公司的营销政策
8. 售前售后服务

第二章、市场分析的方法及工具

1、市场调研的五个基本步骤

- ✓ 确定研究问题和研究目标
- ✓ 制定调研计划
- ✓ 收集信息
- ✓ 分析信息
- ✓ 提出结论

2 定性预测

- ✓ 购买者意向调查法
- ✓ 销售人员综合意见法
- ✓ 专家意见法
- ✓ 市场式销法
- ✓ 市场因子推演法

3、定量预测法

- ✓ 探索性调研
- ✓ 预测性调研
- ✓ 描述性调研
- ✓ 因果性调研

4. 利用互联网获取信息数据收集的四种方法

- ✓ 二手资料收集：公开渠道与非公开渠道
- ✓ 观察法
- ✓ 访问法
- ✓ 实验法

5. 样本抽样

- ✓ 调研总体
- ✓ 样本单位
- ✓ 抽样框
- ✓ 抽样方法
- ✓ 样本量
- ✓ 抽样实施计划
- ✓ 抽样实施

6. 工具：数据分析工具应用
7. 工具：SWOT 分析使用
8. 工具：市场调研的“头头是道”
9. 案例：宝洁公司利用市场调研击退雕牌

第三章：专业的数据分析能力

1. 营销管理信息的采集
2. 建立管理模型
3. 比较是破解数据观察的法宝
4. 数据拆分归类
5. 数据图形化
6. 数建立数学函数关系
7. 据分析的操作
 - ✓ 找拐点
 - ✓ 查数据
 - ✓ 对比数据
 - ✓ 确定变量
 - ✓ 分析原因
8. 数据分析常用的方法
 - ✓ 对比分析法
 - ✓ 分组分析法
 - ✓ 结构分析法
 - ✓ 平均分析法
 - ✓ 交叉分析法
 - ✓ 综合评价分析法
 - ✓ 杜邦分析法
 - ✓ 漏斗分析法
 - ✓ 矩阵关联分析法
9. CRM 数据分析的内容
 - ✓ 同比环比分析
 - ✓ 滚动分析
 - ✓ 趋势分析
 - ✓ 相关性分析
 - ✓ 样本分析
 - ✓ AB 对比测试
 - ✓ 响应分析
 - ✓ 数码图片分析