
工业品市场调研与情报收集

在竞争激烈的大客户市场营销中，谁能先人一步，快人一步，谁就能斩获先机；在情报为王的大背景情况下，谁了解客户与竞争对手的真实状况与意图，谁就能在激烈市场竞争中脱颖而出。

一条有价值的情报信息，能让你不得不重新评估这个大客户；

一条有价值的情报信息，即能左右项目进程，又可能是项目转折点；

一条有价值的情报信息，能让你的竞争对手死得糊里又糊涂；

一条有价值的情报信息，能让你在谈判中扭转乾坤，劈星斩月，毫无顾忌；

在现实中，情报需求无处不在。而随着企业竞争越来越激烈，以往根据经验来判断和决策越显的不足，情报的作用越显凸现。

课程目标：

1. 使学员学习并掌握市场调研的理论和方法；
2. 使学员能够运用市场调查方法分析和解决市场营销领域的问题；
3. 使学员提高分析市场现象、研究营销问题和科学决策筹划的能力。
4. 使学员学习并掌握大客户情报收集的方法和实际操作；
5. 所有案例和经验都是讲师实战归纳总结后的精华，适用于工作中将大大提高大客户推广的核心竞争力；
6. 见微知著，细节决定成败。培养销售人员敏锐的观察力和洞察力：如何留意细节，把握商机，在细节处做文章打败同一水平下的对手！

课程特色：

课程有深度：本课程是国内研究大客户销售最有影响力、最具深度的系列课程之一，其课程设计遵循国际上通用的案例研究五步架构：案例研讨—问题分析—解决方案—实际运用—提供工具。采用客户行业销售案例和学员销售案例相结合，现场解决企业问题。

训练有特色：培训以工具流带动理念提升，并以实际案例、视频观摩、角色情景演练、小组研讨、课堂练习、规律总结、难点答疑等多种教学方式，让学员打开心门与老师一起思考、一起互动，让学员真正掌握大客户销售八大核心武器。

讲师更实战：讲师有 17 年的工业品营销实战经验和 10 年营销管理经验，10 年工业品营销培训与咨询经历。

工具可落地：本课程近几年已经被 300 多家企业培训后落地推进，全面提升了销售团队的整体市场调研和情报收集能力，且可对学员参加训练前与参加训练后的“市场调研能力”进行先后对比，可进行训前与训后的成果检测。课程结束后提供一个月免费电话辅导。

授课讲师： 诸强华 工业品实战营销专家/政府公关与高层营销专家

培训对象：

工业自动化、电气自动化、仪器仪表、电子电器、工程机械、机械制造、建筑工程、工业原材料、化工涂料、汽车客车、中央空调、暖通设备、电梯、钢铁、环保科技、IT 设备、新能源、高新技术等行业销售管理人员、市场管理人员、资深销售人员。

授课形式：

采取“培”与“训”相结合的形式，“实战演练+现场辅导+工具落地+行动计划”四位一体的咨询式培训模式。

培训时长：1天（6小时）

课程大纲：

第一单元 市场调研与情报收集概述

1. 市场营销基础知识
2. 工业品市场调研的定义、原则及类型
3. 工业品市场调研三大重要意义
4. 情报信息对于大客户营销的重要性与价值
5. 情报收集的主要对象与范围

◇案例分享：一次失败的大客户营销

◇案例分享：王进喜照片泄密

第二单元 如何建立你的内线？

◇视频观摩：白老板酒桌上套信息

1. 武销售员与文销售员（关系型与技术型）
2. 客户关系8个生命周期
3. 线人——从认识到发展

◇案例分享：胖嫂的故事

- ① 信息调查的重要性
 - ② 发展初级线人要点
 - ③ 发展二级线人要点
 - ④ 发展教练/向导要点
4. 发展线人注意事项：常见的6个问题
- ◇ 思考：如何避免被教练/向导误导利用？

第三单元 工业品市场调研内容

1. 宏观环境的调查
2. 竞争状况调查
 - ① 宏观竞争状况
 - ② 主要竞争对手
 - ③ 潜在竞争对手和替代品

◇小组讨论：请结合SWOT分析，谈谈我们与主要竞争对手的差异化（优劣势）？如何做好服务差异化？

◇工具表格：竞争对手调查表

3. 客户调查
 - ① 客户基本情况
 - ② 客户综合情况
 - ③ 客户满意度

◇工具表格：客户基本情况调查表

4. 特定产品调查
5. 产品交易场所

◇工具表格：产品交易市场调查问卷

-
- ◇案例分享：连续 5 年参加国际性展会，但没出现在公司展位上，我去干嘛了？
 - ◇工具表格：工业品市场调研模型

第四单元 工业品市场调研方法

1. 二手资料调研法
 2. 实地调研法
 3. 深度访谈
 4. 焦点小组访谈
 5. 各种特殊调研法
 6. 市场调研的程序与步骤
 7. 访谈提纲的设计与提问技巧
- ◇视频分享：客户沟通技巧
 - ◇案例分享：M0—6700 包缝机性能改进深度访谈

第五单元 市场情报收集方法与技巧

1. 常用的 8 类市场信息
 2. 市场信息来源的 4 个途径
 3. 客户背景/采购业务/竞争对手/关键人资料收集要点
 4. 如何收集市场信息？
 - ① 经销商与客户及竞争对手信息收集
- ◇小组讨论：我们会接触客户不同部门和层面的人员，他们会给我们提供哪方面信息？
 - ② 如何收集二手信息
5. 信息推理的 4 种方法
- ◇视频讨论：从竞争到合作
 - ◇工具表格：大客户/大项目销售八个阶段 10 份表格，每个阶段侧重点不一样，所收集内容又有差别。

第六单元 销售数据分析

1. 确定所要表达主题
- ◇练习：通过下面的数据你能表达那些主题？
2. 确定 5 种对比关系
 3. 销售分析的 5 个维度
- ◇落地工具：四类有意义的销量分析报告
4. 5 种图表选择
- ◇练习：选择合适的图表来表达主题

第七单元 调研报告的撰写

1. 理解读者的重要性
 2. 书面报告的标准格式
 3. 调研报告撰写的 8 个技巧
 4. 图形说明的运用
- ◇样本展示：工程机械产品市场营销调查报告

随课程免费赠送项目：

1. 赠送 48 集工业品销售微课视频：

31 集《工业品大客户业务公关与销售技巧》

10 集《高层销售：与决策者有效打交道》

7 集《高层营销：突破大客户的决策层》

2. 赠送《工业企业销售人员业务指导手册》

价值：让业务人员拥有一套具体的业务开发管理手册，有助于标准化管理。

《工业品销售人员业务指导手册》目录	
1	销售人员职业素养与行为规范
2	主要竞争对手分析
3	目标客户组织痛苦链
4	销售流程与过程管控
5	业务类型的三个任务清单
6	拜访客户前的准备任务清单
7	赢得开场的30秒话术
8	FAB产品介绍和SPIN需求引导销售话术
9	C139预测项目发展趋势
10	企业经典销售案例