

《市场研究与分析》

课程简介：提升市场营销研究与分析能力是中国企业培育和提升的营销能力的根本所在，不论是在开发新产品，或是订定价格，抑或是要制定“市场营销策略”，均必须对市场、竞争者及未来趋势深刻的了解，培养对新商机的灵敏嗅觉，正确响应市场需求。本课程通过案例教学，紧扣企业应用，帮助您领悟竞争情报活动提升企业决策水平的运作机制，学习企业建立竞争情报系统的方法，掌握商业情报收集的有效方法和实用技巧，学会在实践中破解竞争对手的行动意图、战胜竞争对手、辅助领导决策的精髓，分享将竞争情报成功运用于企业的新产品、新业务开发及市场营销活动，以增强企业核心竞争力的知识和经验。

课程时长：2天，共计12小时

进行方式：实例讲授、集体训练、案例研讨、脑力激荡、情境仿真、角色扮演

培训对象：企业高层领导、负有团队领导责任的营销管理者、营销策划人员

课程收益：

- 1、学习营销研究与分析策略制定的系统思路和决策方法
- 2、学习市场情报的获取、解读、研究、判断与分析
- 3、学习将市场情报分析结果运用在市场营销战略与战术组合4P或4C上
- 4、适应企业的发展阶段之不同需求，搜集有效情报，通过分析制定发展战略
- 5、通过学习掌握市场新趋势的有效方法，为企管人员提供拟定决策的依据

课程大纲：

一:市场营销研究&分析概论

- 1、市场营销研究与分析的定义与分类
- 2、实战营销中的悖论与陷阱
- 3、市场营销研究的重要性

二:市场研究&营销分析的流程

- 1、市场研究&营销
- 2、分析技术路线图
- 3、如何将企业的营销问题转变成具体的研究问题与分析假设
- 4、研究&分析方案设计数据流程
- 5、如何撰写研究分析报告

案例分析：科大讯飞的市场分析

三:情报的价值与效用、分析、判别与解读

- 1、情报的效用和种类□
- 2、重要市场情报变量说明□
- 3、情报分析基本模式□
- 4、情报判别如何用在营销4P

案例分析：客户忠诚度降低对于企业的影响

四:情报搜集与策略研究

- 1、竞争情报搜集与获取方法
- 2、如何利用情报搜集解决企业问题
- 3、新商机的寻找
- 4、市场需求面与供给面分析
- 5、客户面的5W1H

- 6、竞争情报分析与高效决策
- 7、如何利用情报作趋势分析
- 8、情报市场的一手资料与二手资料

案例研讨：见微知著的市场判断

五:竞争情报与企业市场营销

- 1、市场营销经理的竞争情报策略
- 2、竞争对手识别与竞争盲点分析
- 3、竞争对手信息处理与分析技术
- 4、如何应用竞争情报做好销售管理、客户管理

案例分析：国网信息科技竞争格局分析

六:情报与决策需求的关系

- 1、决策流程分析
- 2、情报在决策程序中扮演的角色
- 3、职位与情报需求的关系
- 4、竞争情报与企业竞争战略
- 5、不同产品生命周期对情报的需求分析

案例分析：竞争五力分析

七:定性市场研究 (设计、运做、适用范围、结果分析)

- 1、小组座谈
- 2、德尔费法
- 3、头脑风暴
- 4、深度访谈
- 5、经验调查
- 6、投射技术
- 7、案例分析

案例分析：华为的客户与商机分析

八:数据处理与分析

- 1、数据的清理、编码与录入
- 2、初步统计分析

九:市场分析技术

- 1、一般分析方法
- 2、联合分析法
- 3、交叉分析法
- 4、聚类分析
- 5、判别分析
- 6、多维变量分析
- 7、因子分析
- 8、对应分析
- 9、回归分析
- 10、假设检验
- 11、如何做研究分析图表

案例研讨：市场客户特征分析

十:市场预测

- 1、定性市场预测
- 2、定量市场预测

3、动态型市场预测

4、静态型市场预测

案例研讨：波士顿矩阵分析

十一：市场研究与营销分析方法--单项研究

1、宏观研究（包括行业分析）

2、竞争研究

3、消费者研究

4、价格研究

5、品牌研究

6、产品研究

7、渠道研究

8、广告研究

9、产品生命周期研究

10、产品定位研究

11、新产品测试

案例分析：SWOT分析

十二：市场研究与营销分析方法—综合研究

1、新产品上市可行性研究与上市营销计划

2、营销诊断

3、专项营销策划

案例分析：市场细分的关键作用

十三：如何撰写市场研究与营销分析报告

1、报告的格式

2、报告的主要内容

3、报告的注意点

案例分析：麦肯锡的市场研究分析报告

十四：总结、提问与答疑