

汽车配件市场分析与营销

课程对象：配件企业营销人员

主讲老师：马诚骏

课程时间：2天

授课模式：导师讲解、大量案例分析，双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

课程大纲：

第一章节：汽车市场发展及配件企业的挑战与机会

- 1、汽车行业的发展未来走向分析
- 2、主机厂商的未来战略规划和竞争对手发展规划也配件厂商的机会
- 3、同一竞争对手的产品的了解与市场区域化分析
- 5、配件厂商的利润多元化发展思路
- 6、案例互动----我们的客户群在想什么？深层需求挖掘。

第二章节：汽车零部件的创新开发与管理

- 1、配件的开发源于汽车的市场发展元素
- 2、高科技的技术融合与现代美感的结合
- 3、零部件的通用替换与汽车改装的发展，决定产品的定位
- 4、零部件的质量与安全匹配度

第三章节：如何提高销售人员对市场的分析判断能力与沟通能力；

- 1、了解主机厂商的发展动态和人员职位职责
- 2、主机厂商的未来战略规划和竞争对手发展规划
- 3、了解同一配件不同供应商的详细情况

- 4、如何了解竞争对手的产品，获取更多信息
- 5、分析信息的可操控性和价值空间，如实的汇报企业主管

第四章：了解大客户和客户分析工具

- 1、客户的五种类型：基本型、被动型、负责型、能动型和伙伴型
- 2、大客户通用营销战略分析（价格、技术、服务、质量）
- 3、通过冰山理论了解大客户的两种需求模式。显性（行为）、隐性（心智）
- 4、通过冰山理论整体式的分析财务、技术产品、HR、市场份额四个部分，相互作用相互支撑。
- 5、波特五力分析法：SWOT分析模型的内容解析

第五章：如何做到根据市场需求发展营销策略

- 1、配件市场的刚性需求分析（周期配件、易损配件、总成配件）
- 2、汽车市场的发展与对配件的认知分析（通用备件的地位）
- 3、配件支撑企业怎样的利润份额，决定着怎样的市场定位。
- 4、营销策略的分析（4P/4C、体验营销、要素品牌打造）
- 5、发展细分市场的策略（品牌、服务、定位、配置、价格、团队）
- 6、营销团队打造与人才建设。