

肖俊：尊敬的各位领导、来宾大家早上好。我是来自恒诺市场研究有限公司的商务总监肖俊。管理型政府向服务型政府转型，了解民众有一些想法和诉求，这样才能更好服务于民众。在经济转型产业升级的过程中，企业需要知道市场正在发生什么样的变化。怎么样才能更好应对这种变化？

再加上大数据、人工智能、OTO 这样的技术不断地升级，行业也逐渐向数字化转型。而且随着中部战略的实施，沿海产业开始逐渐向内陆转型，像武汉这样的区域市场蕴含着大量的机会。所以我们恒诺的发展基调就是专注于区域市场。

如何在区域市场占据一席之地呢？其实企业的发展永远都离不开客户，我们第一步要做的就是了解我们的客户，我们的客户来自哪里？有什么样的特征？他也有哪些需求和关注点？

这个是通过我们这么多年客户数据得出的部分答案，有三种类型的客户。

第一种是粗壮型企业，他们想了解市场空白是否存在，潜在市场规模拥有怎样的体量，竞争对手的表现情况如何。

第二种是独立决策权的企业，他们在乎市场占有率如何，消费者满意度情况表现如何，门店的服务是否规范。

第三种是渠道客户，其实就是别的行业开发出来的调研项目，比如说科技公司、策划公司、广告公司等，他们在乎的是你的公司是否正规，是否能够满足他们甲方的要求，价格又是否足够优惠。这些只是他们的基本需求。

他们在选择调研企业的时候会关注什么？会提出什么样的问题？其实大多数区域类型的公司遇到过类似的问题，你有做过我们同行业案例的经验吗？你们服务的企业通过市场调查真的给他们带来帮助了吗？你对我们的项目、竞品、整个区域的市场都了解吗？面对这些需求和需求，为了让企业发展的更健康，更具备竞争力做了一些工作和战略的部署。

我们以市场定位、技术优化、品牌建立、人才培养这四个方面作为公司发展的着力点。其实前边提到了我们公司发展的基调就是做一家区域类型的市场研究公司，但是区域类型市场研究公司是什么样的？在公司转型期我们做过很多行业很多类型的项目，可以说在武汉做到了大权，却发现公司陷入了较为混乱的局面，导致客户往往一次性消费，持续性差、黏性差。

我们开始专注于几个特定的领域，让员工能够在大量同行业项目中不断沉淀，累积经验。将我们做好的领域做到更加精致、专业，所以我们的市场定位做一家小而美、精而专的区域型市场研究公司。

下面要介绍的就是技术升级，在技术升级上，我们做了三个方面的持续升级。其实我们和大多数公司一样，存在很多管控、入错、耗时、耗人工的问题，我们就这样的问题和科技公司研发出了适合区域市场调研的系统，并且在项目过程中发现了问题不断地优化系统，能更加匹配武汉的区域市场。

第二个大数据的应用，近几年大数据一直属于一个比较热门的话题，区域型公司应该有使用大数据的意识，所以在不断地尝试将大数据、小数据结合。应用在不同的行业、领域中，在商业地产的项目中获得了比较明显的成效。

第三个研究模型，在公司原有的市场调查模型的基础上，我们不断地尝试构建并且优化具有本地特色的适合区域型客户的研究模型。那么除了市场定位，技术优化外，我们开始注重企业的品牌建立与维护。品牌其实对于任何企业来说都是非常重要的，好比一件大家都知道品牌的衣服和一件不为人知品牌的衣服，他们受欢迎度和价格不一样。所以我们跟公司有建设自己品牌的意识。

在今年我们组建了独立品牌运营部门，除了常规线上线下推广，同时在做自己的客户满意度研究。我们每个月拉出咨询客户、开发客户，没成交客户的数据做分析。及时更新我们市场开发的策略。当然对产业端来说最主要还是人。我们市场开发人员应该如何培养？我们从三个方面做的。

首先是员工定位，然后是硬实力和软实力的增强。我们设定的员工定位，其实调研行业是一个给客户提供帮助、智慧的行业。我们不能把前端人员当成传统销售来培养，要推销身份升级为顾问身份。我们要有为员工创造一个可持续发展平台的意识。毕竟在这么多行业中，选择了我们。除了销售提成金钱上的设置外，需要一些专业学、学术性的培养，让员工在我们平台学到一些有用的东西，可以对他的未来提供帮助，只有这样做，调研行业才能不断地吸引新生企业的加入，行业的生命力才能更加持久，越做越强。

在确定了员工定位后，我们需要一些人力培养提高员工的实力，这是我们的数据模型，增强我们商务人员的硬实力，这个模型涉及六个方面。首先是商务谈判能力，因为网络我们才是第一次接触客户的人，我们需要能够了解客户的需求，并且拥有一定的发展沟通能力和议价能力。客户在第一次电话咨询的时候会对整个公司有一个判断，这个判断会影响他最后的决策。

第二个是项目管理能力，包含着售前需求把控和收储后项目进度支付过程管理。

第三个是专业能力，我们面对客户，要掌握行业的知识，也要了解客户的知识。对客户来说我们是解决问题的人，如果对他们的行业不了解，如何为他们更好的解决问题呢？

第四个沟通能力，这个主要是内部、外部语言表达和书面表述能力。

第五个是危机处理能力，在项目过程中我们往往会遇到一些突发事件，比如说客户会临时更改需求，打乱整个项目的节奏，甚至增加我们的成本费用，商务人员应该做的是在最短时间内协调各方处理突发状况，保证项目顺利进行。

最后一个就是市场洞察能力，商务人员必须要了解政策了解市场环境，竞争对手等信息，及时发现机遇把握机遇。

除了硬实力的增强，员工的人员素质非常重要。在这里我们会经常召开一些课程和分享会。让员工提升自己的个人素质，其实谈过客户的都知道，每一次成交都是伴随着无数次的失败，我们学会自我激励，坚守本心，相信行业的前景认可自己的企业。在每一次和客户交谈中做好充分的准备，做到走心、诚信，站在客户的立场想客户所想，急客户所急。

这个是我们公司 2015 年到 2019 年的一个客户咨询量的趋势图，从图中可以看到，区域市场里中小型企业决策过程中需要我们行业的帮助和支持。未来的市是巨大的，我们在提升公司营业额的同时，更需要保证自己的质量，让一个城市或者一个区域相信这个行业，信任这个行业。我们所有的市场调研公司才能够共同成长、进步。最后谢谢大家。