

如何进行品牌调研

行业调研

麦肯锡是如何熟悉一个行业的？

一周时间就能迅速熟悉一个行业，成为行业专家

第一步

行业关键词

总结行业的100个关键词

掌握这个行业的关键词，并找到行业的高频提及的关键词，并深入了解。



第二步

专家访谈

了解各种行业问题

找到3~5位行业专家，根据了解的行业关键字，整理好问题。了解各种行业问题



第三步

专业书籍

仔细阅读并找出共性

我们可以通过行业权威专家的著作、课程和资料，通过深入阅读和理解这些内容，我们可以获得他们的经验和知识。

把零散的知识点，关联整合成完整的知识体系的过程

行业关键词

ChatGPT+麦肯锡方法论，快速了解一个行业

★ 方法一

ChatGPT

通过ai增加效率

通过与ChatGPT的交互，我们可以快速地理解一个新的行业，找出行业的关键词，理解行业的发展态势，最终形成一个全面的行业知识框架。

方法二

因果推导

基本的逻辑推导能力

效率比较慢，但是没有ai之前。这个是从业人员基本的素养，更好的锻炼从业人员的逻辑思维能力。

方法三

资料搜索

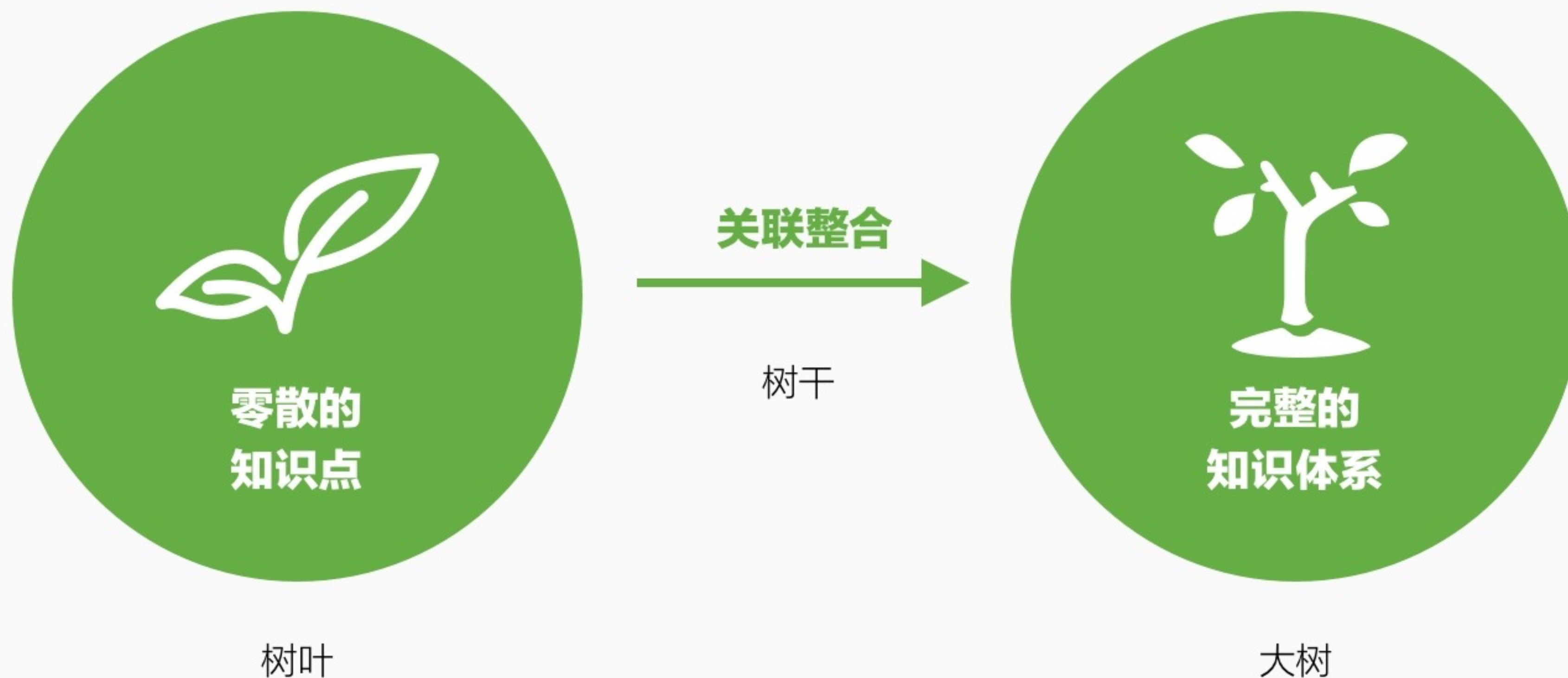
可以通过搜索去记录

我们可以通过行业权威专家的著作、课程和资料，通过深入阅读和理解这些内容，我们可以获得他们的经验和知识。

把零散的知识点，关联整合成完整的知识体系的过程

构建行业完整的知识体系

所以因数之间互相影响，有强相关、弱相关，怎么把零散的知识、数据整合完成完整的知识体系是最关键的



原因、结果、关系

原因可能是多个，导致的结果也可能是多个

原因



结果



关系

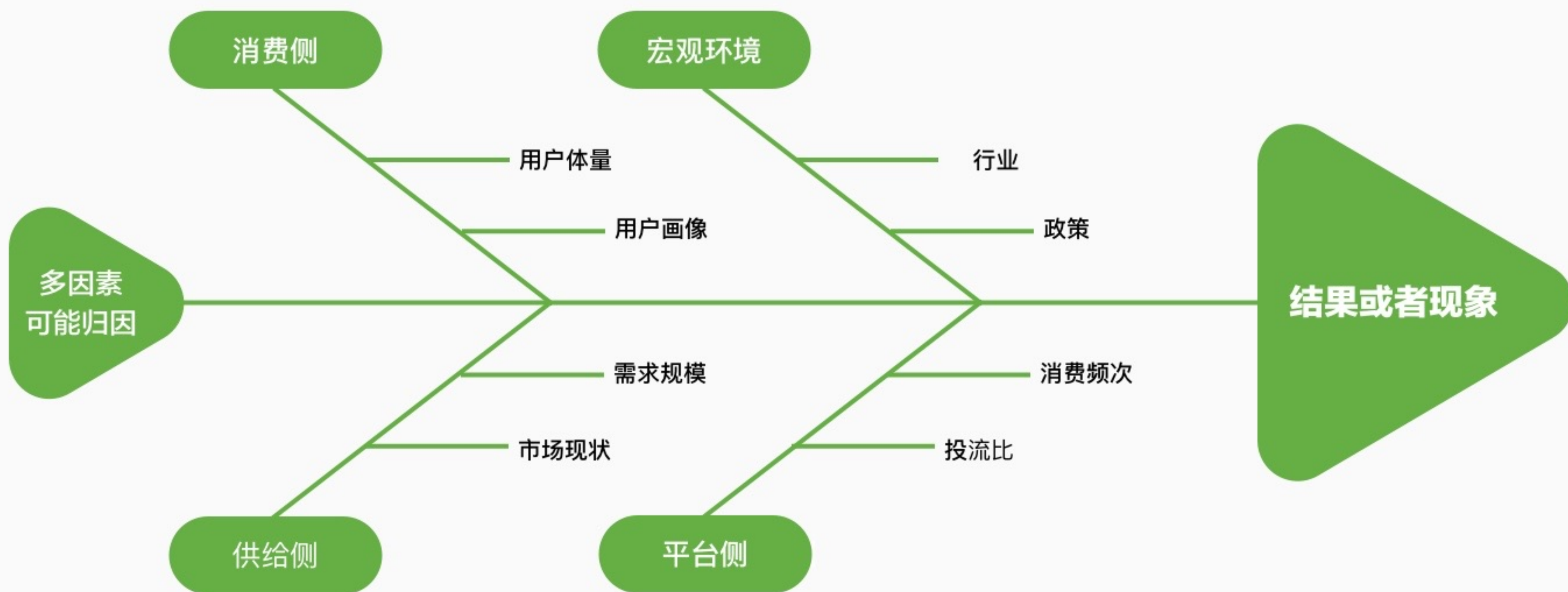


第一类：由原因推结果，又称为因果推断

第二类：由结果找原因；第三类：原因和结果互推

鱼骨图分析原因

对于一个问题（结果），先分类别、穷举所有影响因素，再进一步分析



产品调研

产品调研核心目标

了解产品概况、具体功能模块的产品设计逻辑、竞品分析

目标用户

产品的使用者是谁？目标用户是谁？

用户痛点

用户为什么使用我们的产品？（用户痛点、痒点与爽点）

使用情景

用户该如何使用我们的产品？（产品功能关键点及功能逻辑）

产品特点

当前数据产品的数据表现如何？（产品现状）

产品差异化

产品与竞品之间的差异点是什么？

精益模式画布

可以帮助产品经理更全面的思考、决策，从系统、商业的角度来规划产品、分析产品。

问题

目标用户最需要解决的3个问题是什么？用户有哪些痛点？

用户细分

你的目标用户是谁？这些用户有哪些关键的特征？

独特卖点

为什么用户要选择你的产品而不选竞品？你能以清晰、独特、令人印象深刻的方式说明为何你的产品更加优异或者卓尔不群吗？

★ 解决方案

你能为现存问题找到正确的解决方案吗？

渠道

如何将产品或服务送到用户手中，又如何收取用户支付的款项？如何与用户保持连接？

关键指标

哪些数据指标能让你了解产品的真实状况？

竞争壁垒

如何为产品构建“护城河”？无法被对手轻易复制或买去的竞争优势有哪些？

成本分析

做这个产品的直接成本和间接成本都有哪些？

收入分析

产品如何赚钱？收入能大于成本吗？何时能达到盈亏平衡？

竞品画布

了解产品概况、具体功能模块的产品设计逻辑、竞品分析

分析目标

希望为产品带来什么帮助？
你的产品所处阶段
目前你的产品面临最大的问题和挑战

选择竞品

竞品名称、版本及选择理由

S优势

与竞品相比，
你的产品有哪些优点？

W劣势

与竞品相比，
你的产品有哪些优点？

分析维度

从哪几个维度来分析竞品？例如，
功能、市场策略……

关键指标

哪些数据指标能让你了解产品的真实状况？

O机会

有哪些外部机会？

T威胁

有哪些外部威胁？

建议与总结

通过竞品分析，对你的产品有什么建议？采取怎么样的竞争策略？得出哪些结论？

用户-场景-需求角度进行分角分析

为了更好地理解，我们以大于6个月婴儿车为例子



只有搞清楚【谁在什么场景下产生了什么需求】的问题，才能清楚知道清楚的知道竞品的这个功能模块到底做什么以及他为什么要这么做的背后逻辑。

用户调研

麦肯锡用户细分八分法

可以更加清晰的划分用户群体，细分目标用户人群、梳理典型的用户

★ 需求/动机/购买因素

【质量】、【服务】、【价格】、【功能】、
【品牌】、【设计】

使用行为

【使用频率】、【决策过程】、
【购买渠道】、【使用量】、【费用支出】

用户特征

【性别】、【年龄】、【教育程度】、【收入】

使用场合

【如何使用】、【什么时间】、
【什么地方】

地理位置

【农村】、【一线城市】、【二三线城市】

态度

【产品类别态度】、【沟通渠道态度】

利润潜力

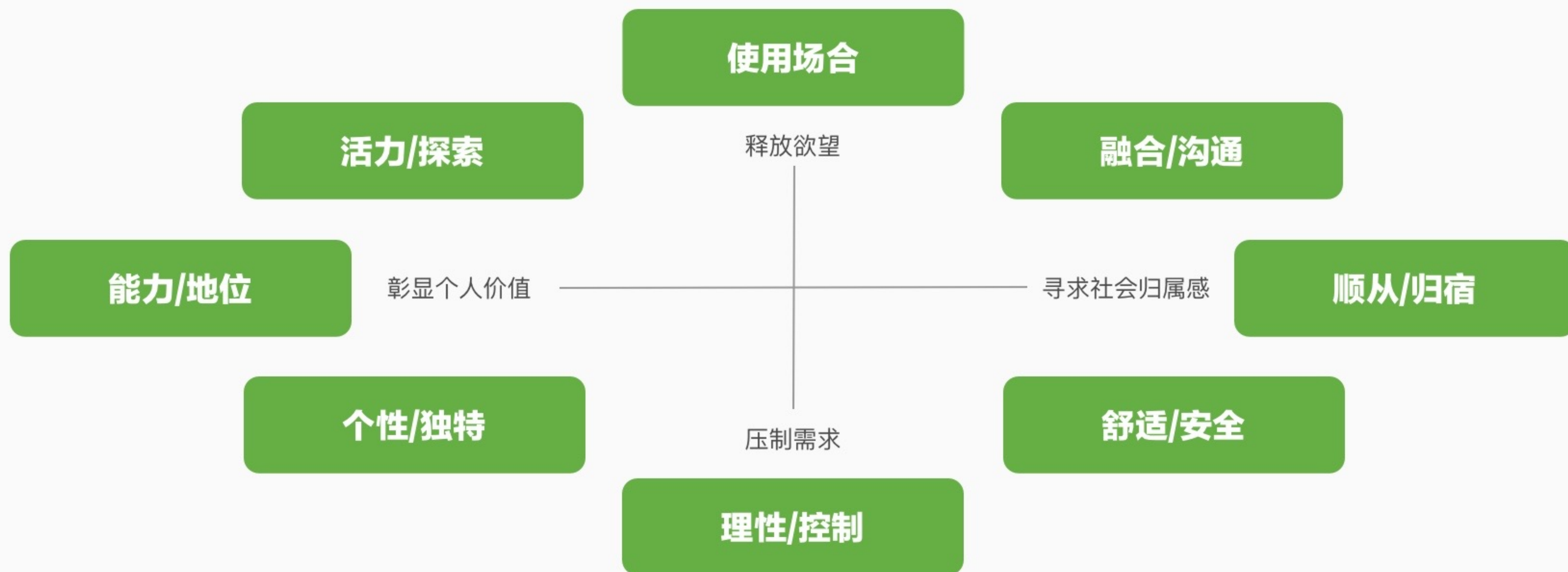
【获取成本】、【收入】、【服务成本】

价值观/生活方式

【价值取向】、【态度】

Censydiam消费动机分析模型

所有消费行为，动机是主要直接的原因，其他的都是影响因素



使用行为

是主要的影响消费决策因素

使用频率

高频使用产品增加购买动机，低频产品消费会考虑使用成本。所以很多产品在设计之初就会结合多种场景，设计多场景使用条件，增加产品的消费动机。

决策过程

一般包括【兴趣】、【搜索】、【认知】、【决策】、【购买】

购买渠道

渠道有分线上、线下、线上也有分不同的平台、不同的平台用户画像有区别、线下也有区域区别、这些都是影响性因数。

使用量

焦点小组讨论可以促进参与者之间的交流和互动，产生有关产品、市场、需求等方面的深入见解。讨论过程需要一个有经验的主持人引导和记录。

★ 费用支出

费用支出是最大的一个原因，但是不是单纯指价格的高与低，而是因人而异的决策成本，不同的价格定位，对标的人群是有所区别的。

用户特征分析

用户特征分析是我们描述典型的目标用户及其群体行为的一种分析方法

问卷调研

初步创建用户画像的模型

寻找正确原因方法

【明确背景和目的】~【选择目标用户】~【分析用户和问题】~【准备调研内容】~【现场调研】~【总结报告】

目标

精准洞察用户心理

寻找正确原因方法

通过用户特征分析，可以明确地知道用户真实的诉求是什么，为功能设计提供核心依据，也为数据挖掘与用户推荐的底层支持。

用户标签

用户画像

寻找正确原因方法

包括基础【属性概括，社会关系、消费能力、行为特征、心理特征】等五大维度去描述我们的目标用户是什么样的人，需要什么，喜欢什么。

用户画像

标签是通过对用户信息分析而来的高度精炼的特征标识

基础属性

【年龄】
【性别】
【星座】
【教育】
【身高】
【职业】

社会关系

【伴侣】
【有孩子】
【父母】

消费能力

【月收入】
【月消费】
【支付宝支付】
【微信支付】
【信用卡】
【有房贷】

行为特征

【经常团购】
【经常加班】
【经常刷抖音】
【经常上淘宝】
【经常迟到】
【经常逛街】

心理特征

【贪小便宜】
【品牌偏好】
【好攀比】
【犹豫纠结】
【果断】

第一步：明确目标

在市场调研前，首先要明确我们需要知道什么？通常针对to c的产品，可以总结为5w和1H：

1	who: 目标用户	重点是事实目标用户
2	when: 用户使用产品的时间点+行为习惯	了解用户行为习惯
3	what: 用户会做什么	用户为了解决什么问题
4	where: 用户使用场景	应用场景、潜在使用场景
5	why: 用户需求	功能需求、情感需求
6	How: 用户执行任务或达到目标采取措施的细节	用户要怎么做更加能达到目的

第二步：设想

假设目标被什么因素所影响或影响什么？它们之间的关系是怎么样的



在明确目标问题之后，解决问题之前，心里要先有个预设（假设）。在我们的印象中，用户是什么样的？他们有什么行为习惯？

第三步：设计调研方法

设计调研方法是市场调研中的关键步骤，它决定了如何收集数据和获取信息

收集查阅

将重点放在关键指标和趋势上，这些指标能够直接关联到你的研究问题或业务目标。识别出哪些指标对于你的决策和目标最为重要，并深入分析这些指标的变化和趋势

调研问卷

调研问卷是收集定量数据的常用方法。通过设计一系列问题，可以在大规模范围内收集受众的意见和观点。

用户访谈

用户访谈是一种深入了解用户需求、体验和意见的质性研究方法。通过与用户进行一对一的交流，可以深入了解他们的心理模式、偏好和行为。

焦点小组讨论

焦点小组讨论可以促进参与者之间的交流和互动，产生有关产品、市场、需求等方面的深入见解。讨论过程需要一个有经验的主持人引导和记录。

观察和用户测试

通过观察用户在实际使用产品或服务时的行为和反应，可以获得有关用户体验和行为的直接观察数据。用户测试是一种将用户放入实际使用场景，并观察他们的行为和反应的方法，以评估产品的易用性和效果。

咨询专家和业内人士

这可以通过面谈、专家访谈、行业研讨会等方式实现。咨询专家和业内人士可以提供关于市场趋势、技术发展、最佳实践等方面的重要信息。

第四步：实施

根据选择的方法，收集数据，分析数据。

收

数据 清理与整理

对收集到的数据进行清理和整理。这包括处理缺失数据、异常值、重复数据等。确保数据的准确性和一致性。

解

数据探索 与描述性统计

进行数据探索分析，对数据的分布、集中趋势和变异程度进行描述性统计分析。使用统计指标和图表，如平均值、中位数、标准差、箱线图、直方图等，来了解数据的基本特征。

推

相关性分析

通过计算变量之间的相关系数，确定它们之间的关联程度。可以使用相关矩阵、散点图等方法来探索变量之间的关系，并识别潜在的关联模式。

收集的所有所有相关的顺序要推广之间的关系，无因果的数据。
不必呈现，呈现的数据一定要描述性结论和观点。

第五步：总结

验证假设是否正确

关注关键指标和趋势

将重点放在关键指标和趋势上，这些指标能够直接关联到你的研究问题或业务目标。识别出哪些指标对于你的决策和目标最为重要，并深入分析这些指标的变化和趋势

对比和对照分析

进行数据之间的对比和对照分析，将数据与过去的的数据、竞争对手的数据或行业标准进行比较。这有助于发现差异和趋势，提供更深入的见解。

将数据结果与业务目标联系起来

将数据分析结果与你的业务目标和决策需求相联系。思考分析结果对你的业务战略、产品优化或市场定位等方面的影响，并确定下一步的行动计划。

寻求多个角度的反馈

让其他团队成员或专业人士对数据分析结果进行审查和反馈。他们的不同观点和见解可能会提供新的洞察和意见。

不断迭代和验证

数据分析是一个持续的过程，不断迭代和验证分析结果是至关重要的。如果可能，使用A/B测试或实地验证来验证分析结果，以确保其准确性和实用性。

第一类

行业报告以及白皮书

01 艾瑞网

www.iresearch.com.cn

行业知名报告白皮书下载网站，涵盖各行各业的市场调查报告，每天更新，种类繁多，下载PDF免费

推荐指数



首页

研究报告

研究咨询

产品服务

搜索

行业分类: 全部

媒体文娱

广告营销

游戏行业

视频媒体

消费电商

电子商务

消费者洞察

旅游行业

汽车行业

教育行业

企业服务

网络服务

应用服务

AI大数据

人工智能

物流行业

金融行业

支付行业

房产行业

医疗健康

先进制造

新能源

区块链

其他

时间: 全部

2023年

2022年

2021年

2020年

2019年

2018年

2017年

2016年

2015年

2014年

2013年

2012年



艾瞰系列-旗舰手机产品市场盘点月报-2023年5月

消费者洞察 | 2023-07-19

9801



中国流程挖掘行业研究报告

企业服务 | 2023-07-18

23909



2023年中国信创产业研究报告

企业服务 | 2023-07-17

39733



云服务行业动态及热点研究月报 - 2023年6月

网络服务 | 2023-07-12

12530



艾瞰系列-折叠屏手机市场盘点月报-2023年5月

其他 | 2023-07-10

9227



2023年中国工业互联网平台行业研究报告

先进制造 | 2023-07-07

28397

05 易观智库

<https://www.analysys.cn/>

专业权威互联网数据平台
涵盖新兴产业、电商、共享经济、社交营销、一栋互联网之
类的数据分析报告（点热门分

推荐指数



07 移动观象台

<http://mi.talkingdata.com/>

行业数据报告以及一些行业白皮书，报告偏重【旅游、房产、金融、游戏】比较垂直，有想关联的行业可以找找看

推荐指数



第二类 大数据分析

01 巨量算数

<https://trendinsight.oceanengine.com/>

巨量算数”是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎的数据与技术优势，输出内容趋势、产业研究、广告策略等洞察与观点。同时，开放算数指数、算数榜单、抖音垂类等数据分析工具，满足品牌主、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

推荐指数



The screenshot shows the homepage of the 巨量算数 (Trend Insight) website. The header includes the logo and navigation links: 首页 (Home), 算数指数 (Trend Index), 算数榜单 (Trend Rankings), 行业指南 (Industry Guide), 区域指南 (Regional Guide), 创作指南 (Creation Guide), 洞察报告 (Insight Report), 帮助中心 (Help Center), 联系我们 (Contact Us), and 立即登录 (Log In). The main banner features the title "巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌" (Trend Insight Brand under ByteDance Engine) and three key metrics: 平台用户 (Platform Users) at 3,000万+, 关键词库 (Keyword Library) at 1,000万+, and 品牌用户 (Brand Users) at 100万+. Below this, a paragraph describes the brand's mission and the tools it offers. The bottom section includes a "算数指数" (Trend Index) card with a "查看详情" (View Details) link and a "推荐指数" (Recommendation Index) card with five green stars.

巨量算数

首页 算数指数 算数榜单 行业指南 区域指南 NEW 创作指南 洞察报告

帮助中心 联系我们 立即登录

巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌

平台用户 3,000万+ 关键词库 1,000万+ 品牌用户 100万+

“巨量算数”是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎的数据与技术优势，输出内容趋势、产业研究、广告策略等洞察与观点。同时，开放算数指数、算数榜单、抖音垂类等数据分析工具，满足品牌主、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

巨量引擎 巨量算数 抖音课堂 字节跳动公益

崔瑾老师 冯唐老师 英雄雪梨老师

算数指数

监测内容热度，观察热点成因

查看详情

<https://trendinsight.bytedance.net/>

02 飞瓜数据

<https://www.djyanbao.com/>

飞瓜数据，实时追踪短视频数据、直播热度和销售数据，提供热门视频、热销商品、人气直播及优质账号数据，助力账号内容定位、策略优化、电商带货及直播流量变现等

推荐指数



飞瓜抖数

飞瓜快数

飞瓜B站

飞瓜智投

飞瓜会

数据报告

行业资讯

商品分析

分析品牌各产品线的近期的市场表现，找准高增长、高需求、低竞争的高潜品类，探测市场新机会。

- 新品调研
- 潜力品类挖掘
- 卖点梳理
- ...



竞品调研

多维度整理竞品/本品的社媒平台现状及营销策略，对比品牌营销链路，找准品牌发力点。

- 市场规模分析
- 竞品商品分析
- 营销行为梳理
- ...



消费者梳理

详细了解用户的内容偏好、消费习惯，为不同用户匹配个性化营销玩法，让品牌营销更加精准、有效。

- 购买偏好及关注点
- 消费能力评估
- 人群聚合
- ...



社媒洞察

以主流社媒平台为核心，洞察品牌社媒热度及健康度，多维判断活动的推广成果，提升品牌溢价能力。

- 品牌舆情
- 品牌声量
- 活动、话题跟踪
- ...



03 新榜

<https://www.newrank.cn/>

作为数据驱动的内容产业服务,新榜发挥行业枢纽作用,连接线上线下资源,提供内容营销、电商导购、用户运营、版权分发等产品服务,服务于内容产业,以内容服务产业。

推荐指数





公众号 抖音号 快手号 小红书 视频号 西瓜视频 **NEW** bilibili ...

请输入微信公众号ID、名称(如:新榜)

榜单 日/周/月 NEWRANK.CN

微信 抖音 小红书 视频号 更多

投放变现

自媒宝 社群宝 定制营销

数据服务

新抖 新红 数据工具 数据API

其他

洞察报告 编辑器 社群 活动

公告 [新红更新]新增“账号动态管理”

CATEGORY

品类热点分析

快速捕捉品类营销热点

立即查看

海汇KOL
跨平台内容营销资产管理SaaS

矩阵通 **NEW**
多平台数字化内容资产管理中台

新榜商桥
找达人,聊合作

有赚

推广投放

接单变现

账号交易

公号估价

情报

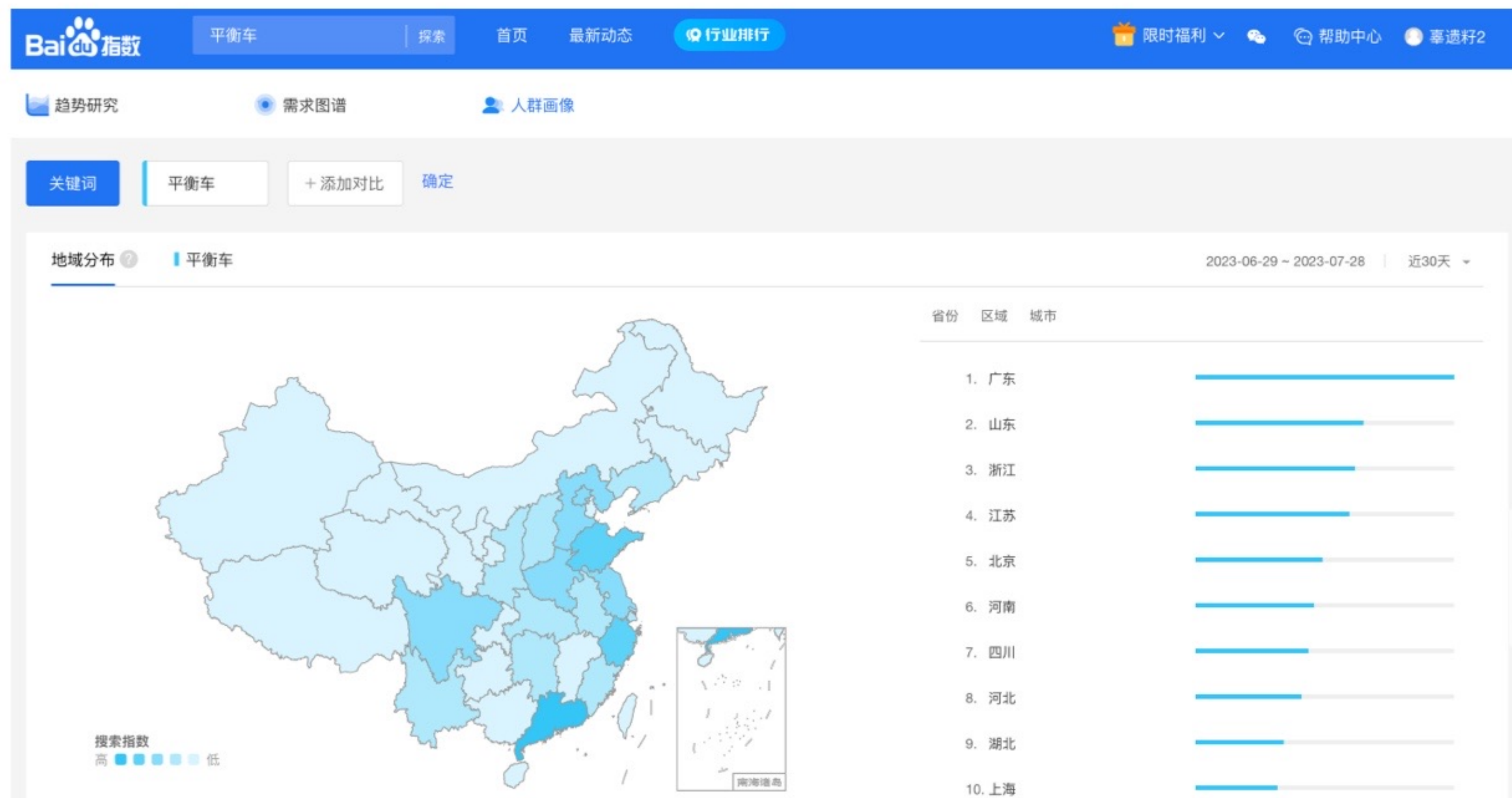
东方甄选抖音自营品店铺被关三天原因: 光: 讲解配料表露出商品包装二维码...

04 百度指数

<https://index.baidu.com/>

百度指数是以百度海量网民行为数据为基础的数据分享平台。在这里,你可以研究关键词搜索趋势、洞察网民兴趣和需求、监测舆情动向、定位受众特征。

推荐指数

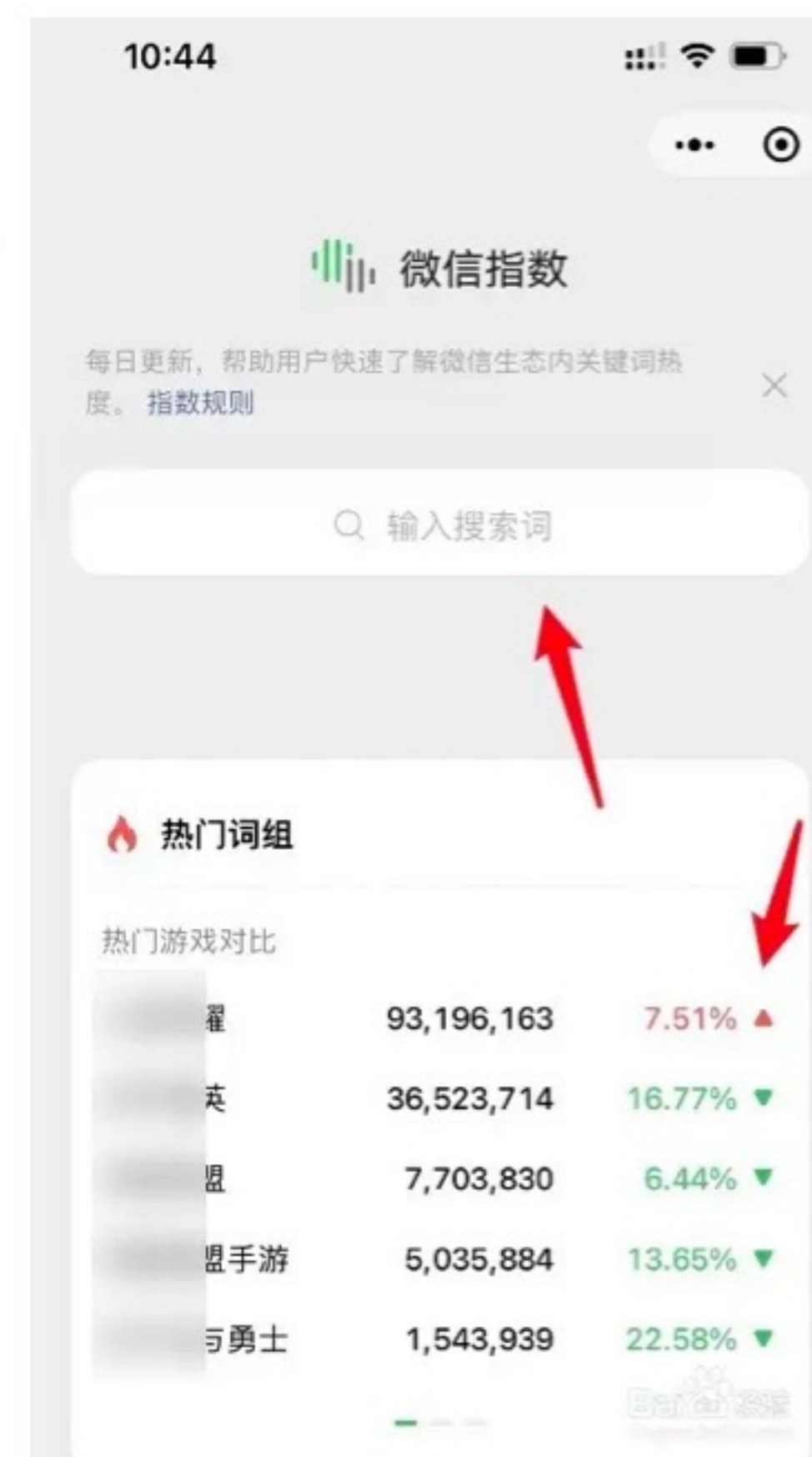


05 微信指数

<https://www.djyanbao.com/>

微信指数是基于微信大数据的移动端指数产品，能反映关键词在微信内的热度变化。微信指数所反映的热度变化来源于对微信搜索、公众号文章以及朋友圈公开转发文章形成的综合分析。

推荐指数



第三类

行业资讯报道以及观点

02 知乎

<https://www.zhihu.com//>

没听错，知乎。一个知识科普类的网站，里面有很多行业的资深从业人员的一些观点，或者博主的一些分享。

推荐指数



知乎

[首页](#)[知学堂](#)[会员](#)[发现](#)[等你来答](#)

女生如何看待「沸羊羊」

[提问](#)

80消息45私信

[关注](#)[推荐](#)[热榜](#)[视频](#)

为什么有人思考问题一下就能抓住重点?



盐选成长计划：原因很简单：普通人整天都是在「判断」，厉害的人则常常使用「观察」和「分析」；而真正的高手，会「整合」系统。先问一下，你认为自己，是以下三种哪一种？a、头脑非常厉害的人 b、比较... [阅读全文](#)

[赞同 758](#)[25 条评论](#)[分享](#)[收藏](#)[喜欢](#)

如何在一周内快速摸清一个行业?



HAHAPPYPPY：4个步骤，一周时间，摸清一个行业。4-2-4-2 4个数字分别代表了一周内需要完成的四个步骤。

步骤	内容	周期	输入	输出
1				
2				
3				
4				

[赞同 744](#)[45 条评论](#)[分享](#)[收藏](#)[喜欢](#)

怎么去分析一个公司的基本面?



凡哥：【全文10325字，只讲干货，不说废话，内容详尽，建议收藏再看。本文旨在通过宏观、行业、企业三个维度进行基本面剖析，辅以具体事例进行说明，涉及到的资料和数据可以在我公钟号自取：凡哥时经。（关注后... [阅读全文](#)

创作中心

草稿箱(0)

[回答问题](#)[发视频](#)[写文章](#)[写想法](#)

开启你的知乎创作之旅
发布首篇内容，开通创作中心
快来成为知乎创作者吧~

[+ 开始创作](#)

推荐关注

陈力
「商业」领域答主

[+ 关注](#)

宋星
「互联网」领域答主

[+ 关注](#)

迈迪品牌咨询
「商业」领域答主

[+ 关注](#)

行业报告库
你可能感兴趣

[+ 关注](#)

03 36氪

<https://36kr.com/>

早期创业、商业故事分析、和商业快讯、咨询为一体的网站、可以让你更好了解一些商业故事、提升商业眼界的网站。

推荐指数





[首页](#)[快讯](#)[资讯](#)[直播](#)[视频](#)[专题](#)[活动](#)

[寻求报道](#)[我要入驻](#)



ChinaJoy迎接互联网大厂的大乱斗

最新文章



推荐

又一类特色咖啡馆火了，这个模式能盈利吗？
咖啡馆里打麻将，这是怎么玩的？

来自主题：年轻人啊 | 咖门

© 15分钟前



推荐

老二次元为兴趣烧钱，新二次元在闲鱼赚钱
最有商业头脑的人，是闲鱼上的二次元。

36氪创投平台

[点击进入](#)

最新快讯

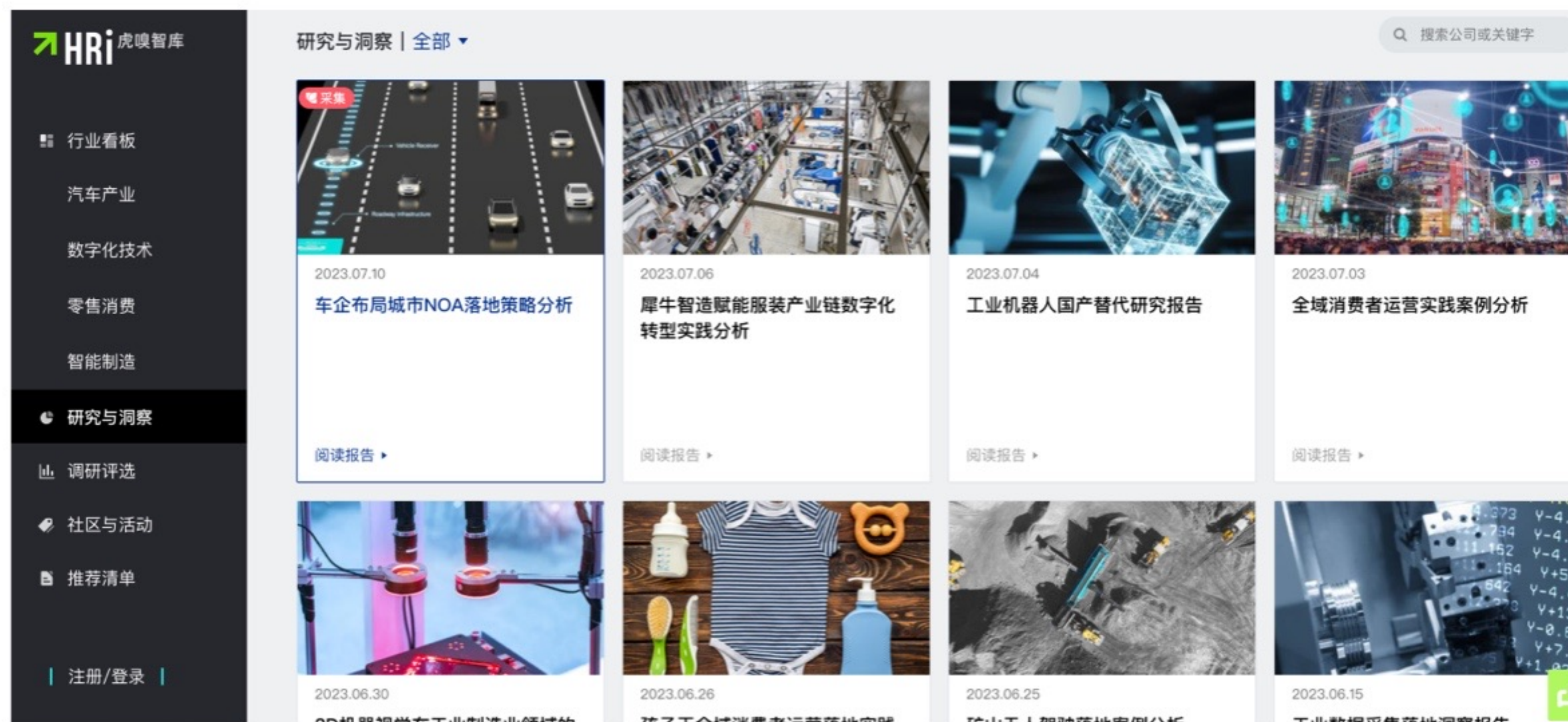
- 深信服与大势智慧签署战略合作协议
51分钟前
- IMAX中国:上半年净利增逾17倍，电影行业强势复苏助攻？
1小时前
- 亚太股份：目前公司的轮毂电机已小批量生

04 虎嗅网

<https://www.huxiu.com/>

虎嗅网跟36kr内容有点像，但是虎嗅现在多了虎嗅智库、也有做一些企业咨询服务等业务，整体业务范围比较广。

推荐指数



第四类

电商行业的管理工具

01 生意参谋-阿里巴巴

<http://mi.talkingdata.com/>

店透视提供参谋指数转化,交易指数,流量指数,客群指数,加购指数,转化率指数等,店透视协助搜索点击人气等指数换算还原,帮助卖家获得精准数据了解市场行情.

推荐指数



官方动态

生意参谋给商家的一封信
淘宝商家成长分层, 生意参谋同步升级
生意参谋数据违规行为处罚体系升级通知



常见问题FAQ

生意参谋普惠降费规则解读
自助分析新手指引
生意参谋#直播模块#更新指南



成功故事

“智能巡店”一键分析店铺经营
厨房里的阿芬: 店铺数据处理从1小时缩至1分钟
双11零点过后2小时, 商家现场都嗨翻了!

02 卖家精灵-针对亚马逊平台

<http://mi.talkingdata.com/>

是一款亚马逊卖家工具类
SaaS软件，基于大数据和人
工智能技术，为亚马逊跨境卖
家提供一站式选品、市场分

推荐指数

