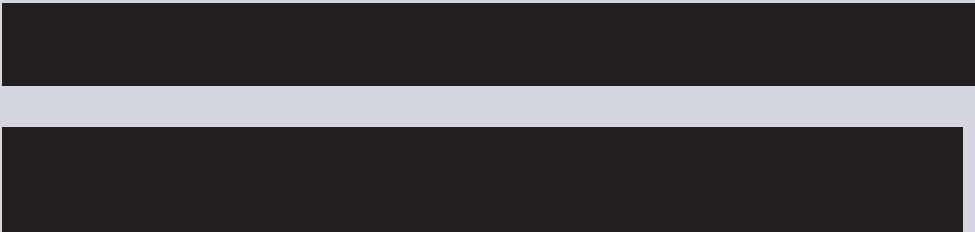


【学习目标】

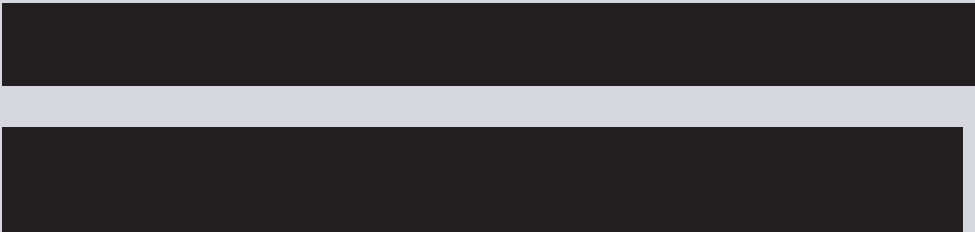
- 了解客户需求调研的方法；
- 了解客户需求调研的过程；
- 了解调研活动管理的原则；
- 熟悉全球化客户的特征；
- 了解企业资源调研的方法；
- 了解市场环境调研的方法。



1. 用户需求调研

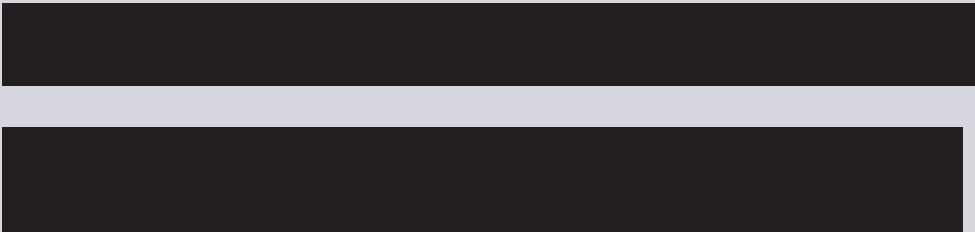
需要与需求：

- 一个人想要某件东西并不是真正意义上的需求，而只是一种需要。拥有购买力的需要才是需求。



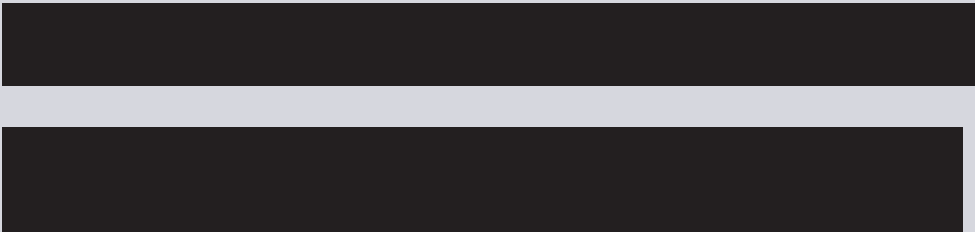
用户需求调研：

- 用户需求调研是对需求反复提取的一个过程。
- 这个过程的目标就是确定一个总体方案，完成相应需求分析报告。



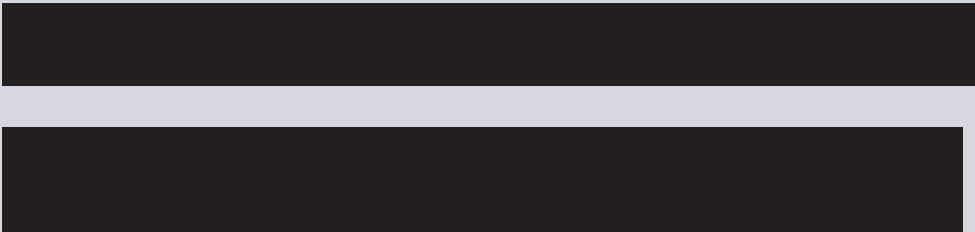
用户需求调研涉及的三个问题:

- 如何确定调研者
- 如何确定被调研对象
- 采用何种调研方法



全球化客户：

- 开展全球经营的企业客户
- 在全球各地奔波的个人客户



企业为全球化客户提供服务的三个理由：

- 个人客户希望在全球各地获得相同的产品和服务。
- 个人客户愿意缩小经常打交道的合作者或服务提供商的圈子以提高工作效率。
- 如果企业听任客户在其他国家与不同的供应商打交道，那么客户回到自己国家以后或许就会投入企业竞争对手的怀抱。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/016021210051010212>