



# 第六章 商业模式

## 第25讲 需求搜集





# 需求搜集的含义

- 将分散的、隐藏的需求，集中和明确起来，强化需求并引导到企业需求之中。
  - 借助国情、揭示需求
  - 提出价值主张，教育消费者，呼唤需求
  - 消除需求障碍，构造和强化需求
  - 建立吸引、传输需求的渠道，引流需求





# 国情视角

- 国情视角：发现稳定的“众”多潜在需求
  - 游子社会
  - 家庭不稳定
  - 八项规定严格执行
  - 亲情社会-高性价比送礼
  - 独生子女
  - .....





# 关注需求强度

- 刚需-足够强的需求

1. 不得不

- 基础需求：食衣住行、安全
- 社会需求：教育、结婚、制度决定

2. 免费模式

- 有点需要，但不需要钱，需求会变得无穷大

- 理性需求

1. 利益比较而来的需求：

- 代驾为什么会成立？

2. 暗示的需求：打折的菜店

- 弹性需求（弹需）

1. 无上限需求：美、娱、情感

2. 功能创新需求：电视、电话

3. 舒适：设计与细小的创新





# 价值主张-明确需求

- 明确甚至重于创造-宜家的”家居“
  - 针对性-人们没有实现或发现的需求
  - 抽象性-简单，易于记忆
  - 知识性-易懂，易于理解
  - 生动性-通俗，富于感染力
  - 苹果手机、学习机





# 需求障碍

- 认知障碍：市场需要教育
- 顾客结构障碍：需求=需要\*购买力
- 伦理障碍：QQ，女人的忍受
- 方便使用的障碍：瓶装罐头、特别重...
- 需求实现的环境障碍：低压电、交通、休假制度
- 时间与交通运输成本障碍：最后100米
- 购买力障碍：按揭
- 使用的规模障碍：用太少，无法维修等
- 诚信障碍：安全隐患
- 没有需求障碍的机会是好机会



# 仅有价值主张的内容还不行

## 1. 谁的主张？

- 企业替顾客主张，需要有什么需求，就要满足他们什么需求
- 不要以为顾客真的是上帝，他们只是有足够选择权的上帝，有时他们并不懂得自己需要什么。

## 2. 以什么方式主张？要表现出来

- 两类四种方式表现：一）功能、包装；二）广告、推销词（言行一致）

## 3. 以什么渠道主张？

- 高性价比的广而告之
- 让合作者都说你好，变成渠道信息推送者



小结：需求搜集的任务是暴露与启发需求、消除障碍、建立需求集中引导渠道、巩固未来需求

