



深度市场研究助推中国产业发展

——迪普市场研究机构的品牌塑造与成功营销



充满激情的迪普团队



在咨询市场竞争日趋激烈环境下，一家以数据信息为工作基石的市场调研机构——迪普正在进入人们的视野。

早在15年前，宁波迪普企业管理咨询有限公司创始人、迪普市场研究机构咨询总监赵玉琦就以《论市场研究对中国制造业的价值》论文，展示了他对调研事业的热爱。15年间，他以实际行动围绕工业制造业，奉献自己的点点滴滴。他说，当时有许多校友从事了技术研发工作，而他希望自己从事市场研究，因为再好卖的产品、再强大的技术也需要市场；市场研究的重要程度，一点儿也不亚于技术研发。



独特的营销模式

纵观当前经济发展轨迹，赵玉琦认识到，单一的经营模式已无法适应日益激烈的行业竞争。特别是互联网时代，顾客不再是“上帝”，而是朋友。在他看来，既然是朋友，你就绝不能“忽悠”他们，也不需要刻意“讨好”他们，大家是一种相互支持、情感互通的关系。

为了让更多的企业客户了解迪普并与迪普市场研究机构合作，赵玉琦和他的团队运用独特的营销模式打开市场。

第一，给企业讲课，精准营销。让企业明白：什么是市场研究？为什么要做市场研究？市场研究对企业发展战略的重要性？企业发展如何制定战术？许多企业的董事长、战略部门负责人，就是在课程交流中结识了迪普。

第二，提供大量免费的行业研究报告。都说隔行如隔山，迪普在没有任何客户委托的情况下，主动围

绕区域经济热点，产业结构特点，做了大量的行业研究报告，比如宁波的汽车零部件产业、模具产业、新材料产业、机械产业等等，瞬间拉近了与客户的距离。

第三，结合政府工作重点，辅导企业发展。几年前，浙江省经信委组织浙江前100强企业进行战略规划，迪普开始给各家企业写信，推荐自身在企业战略规划的专业咨询能力，得到了浙江造船厂等企业邀请，迪普以清晰、快捷、务实的报告最终帮助企业得到了政府的支持，并对该企业海洋工程船项目的后期发展提供了大量的宝贵意见。

第四，口碑相传，老客户是最好的口碑。曾经服务过的老客户现今都成了赵玉琦的好朋友。君子之交淡如水，朋友们相聚是因为认可他的专业精神与做事操守，不断推荐客户给他，所以才有了今天迪普市场研究机构的发展规模。

精准的数据信息

“‘迪普’这一名字是从英文DEEPER翻译过来的，就是希望我们的市场研究更有深度。”赵玉琦如是诠释自己的品牌理念。在这位专注于市场与技术情报的营销专家看来，今天的市场营销是数据驱动型的。消费者每一次和企业的互动，包括购买、社交网络、消费者与客户、产品及服务、渠道、品牌、产业等等，都会带来客户行为的数据。而对这些数据的分析，找到数据之间的关联，发现客户行为的趋势性，并针对这些数据分析获得洞察力，来进行针对客户的细分，并采用针对性的渠道管理、消费者洞察解决或品牌推广方案并监控营销推广效果。

迪普拥有很多合法的专业数据库资源，如维普、中国知网、万德等商业数据库，海关、工商及统计等政府机构数也达200多种，并与各类行业协会保持长期良好的合作关系。拥有全面的自有数据库，可以第一时间获取有价值的行业数据。特别是大数据时代，数据信息已成为市场研究的工作底稿。“而我们的数据无论是生产统计数据还是专家观点都是可追溯的。”赵玉琦说。

为拓宽自己的技术、市场及管理咨询能力，今年，迪普完成了股份制改革，吸纳摩米创新工厂和中科商学院，集合资源做大做强市场研究与咨询业务。

务实的企业口碑

事实上，在市场调查研究领域，赵玉琦早已是业界标杆：他兼任《中国工业商情》总编辑和中科商学院大数据中心主任，市场研究项目超过100个，产业涉及工业制造业、消费品、政府产业规划、医疗医药、汽车及地产等。跟他合作过的企业家无不被他高效专业的职业素养所折服。

“也会遇到一些超过自己知识领域的行业”，在咨询过程中遇到困难，赵玉琦就会捧着合同，告诉自己必须坚持。在他的字典里，契约精神与坚定的意志才是最好的工作宝典。

数年前，广州有个IC封装项目的企业找迪普。当时，迪普核算该项目的利润才3万元。经过研究发现这

个技术只有德国一位专家相对权威，为了保证研究质量，迪普去德国拜访了这位专家，原先洽谈的项目合同费用不够用，飞德国的路费和给专家的劳务费赵玉琦就自己贴。他说，“既然签了合同，那就是承诺，承诺就是使命，我的理念就是做实、做好、做快。”

又如，2012年韵升集团的粘接磁体项目。韵升人抱着想弄清细分行业，以及统一公司内部高管意见的目的，二代接班人竺晓东委托当时粘结公司总经理程根发博士找到了迪普。赵玉琦查阅了相关资料890万字，走访了30余家企事业单位，做了一份6万字调研报告，得到了韵升高层一致认同，由此达成一系列的后续合作。



赵玉琦（迪普总监、宁波市市场营销协会市场研究部主任）

迪普提供五大类市场研究服务

一是产业研究。提供包括市场规模与潜力研究、市场细分和客户行为研究方案、渠道模式研究、竞争与标杆研究；

二是消费者洞察解决方案。市场细分与评估、消费者U&A研究、客户信息分析、消费者形态研究；

三是产品研究解决方案。产品测试、产品定位研究、产品上市验证、产品竞争力研究；

四是品牌和推广解决方案。品牌检测与诊断、品牌定位研究、品牌价值研究、品牌竞争力研究、广告测试与效果评估；

五是渠道管理解决方案。商圈研究、神秘顾客、渠道服务标准优化、客户满意度研究、客户满意度管理解决方案。

●案例客户

麦格纳、汉高化学、沃尔沃、富士施乐、云资本、太平洋造船、兰姆焊接、福耀集团、均胜集团、敏实集团、建设银行、招商银行、中石化、正大集团、云南日报报业集团、苏泊尔、赛博数码广场、长城汽车、五菱汽车、大唐电信、韵升集团、博威集团、神州数码、优联检测、滕头园林、火星集成灶、奇汇提花机、慈星横机等