

## 针对品牌家电市场的调查

针对品牌细分市场展开多国调研，对投资决策进行多角度审查

### 客户挑战

国内某领先投资机构希望了解某家用电器品牌在美国、欧洲和日本的市场增长潜力与竞争力如何，以制定其投资策略。客户需要在五周时间内了解经销商、目标品牌与竞争对手间的市场情况与关系概览，同时从价格、品牌认知等角度了解消费者对该品牌及同类品牌的偏好。

### GLG 解决方案

GLG 与客户展开了为期五周的合作定制调研，并邀请零售领域深耕十多年的高级顾问及标的公司前市场总监在内的 GLG 专家来主导项目。通过对美、英两国共 60 个该品牌销售渠道进行的定制调研以及对 12 位来自不同地区的同类品牌专家的访谈，获得品牌市场渗透率、增长力及竞争对手等方面的广泛信息，最终由资深行业顾问进行分析与总结。

### 成果

GLG 协助客户形成了 60+ 页的综合报告，总结了包括美国、欧洲、日本在内的核心家电市场情况，从而剖析标的品牌的市场竞争力。调研还提供了关键采购标准、销售渠道反馈、市场增长潜力与竞争格局等内容的深入洞见。客户由此发现了该品牌某些产品线的优势，同时暴露的其他问题也提示客户重新考虑投资方案。

### 运用产品



GLG 定制调研



GLG 深度项目

[了解更多](#)

**GLG 通过多国市场调研与行业同类品牌专家访谈，为客户提供深入的行业研究报告，帮助客户发现标的品牌的优势细分市场。调研也及时暴露品牌某些弊端，帮助客户重新考虑、完善投资方案。**

### 为什么选择 GLG?

#### 负责的专家团队

GLG 提供经验丰富的咨询顾问与项目顾问团队对接客户，帮助其对目标细分市场和行业格局有全面、良好的了解。

#### 调研兼具广度与深度

GLG 基于多国别、多品牌背景下的调研方案，将访谈与广泛调研相结合，分析多个行业指标，有利于形成全市场、多角度的调研成果，帮助客户全面审查投资方案。

作为全球知识分享平台，GLG 格理集团为需要专业洞见的商业决策者匹配具有一手经验的行业专家，助力他们以更加明确的目标和坚定的信心做出决策。我们的专业服务团队将与您合作打造量身定制的解决方案，根据您的时间安排助您识别、评估和回答对应的问题。汇聚专业洞见，助力卓越决策。

本营销材料中提供的信息仅供参考。这些信息不作为对某一特定事项的建议，信息本身不应作为依据。

GLG® 和 GLG 图标均为 Gerson Lehrman Group, Inc. 的商标。

©2021 Gerson Lehrman Group, Inc. 保留所有权利。