

新研究物种的演化与崛起

张弛
品创方略研究咨询
2019.11.15

唯有洞察方能联接数据和决策



数字化浪潮 商业决策的环境 正在发生巨大变化

1 甲乙双方泾渭分明？

研究成果交付要求快速、持续、强连接、落地性

2 研究专项化，彼此割裂

客户需要一体化、全方位的决策支持系统

3 大数据带来的迷思

数据获取能力得到极大提升，但难以到达洞察乃至策略层面

4 专项和零售研究天然割裂

数据难以打通

决策者需要以用户为中心的洞察支持

- 由工程师思维转为用户 - 场景 - 机会



- 埃森哲们认为：唯一要做好的是接触点上的品牌体验，这就是数字化时代品牌和用户关系的全部

用户洞察驱动的
创新研究

a
Chance

a Gap

技术同源、产品同质、渠道共享

如何实现?

新的研究物种正在崛起.....



两个研究者的演化



作为从业25年的

资深人员

我的选择

入行不久的

初级人员

如何快速提升？



Thanks