工具 14 | 入围市场比较表

简体中文 · 打印填写

比较具体的“国家 + 细分客户群”机会，把哪些地方还没查清楚写出来。

如何使用这张表

和销售、财务及交付人员一起比较两个或三个明确的机会。说明买方、问题、拟提供的产品或服务，以及如何在当地接触并服务客户。只给国家打分，范围太宽。这份表帮助决定先调研什么，不预测市场成败。

1. 写清每个“国家 + 细分客户群”的机会，并列出必须满足的可行性条件。

2. 按事先约定的尺度打 1 至 5 分： 1 分 = 匹配较弱，3 分 = 基本合适，5 分 = 高度匹配 。证据缺失时标“未知”。

3. 采用下方的示例权重，或在评分前协商自己的权重。每项都记证据来源及日期，以及可信度。

4. 求出加权总分，再测试：如果某个待核实的分值在合理范围内变化，选项排序会不会颠倒？

填写示例

选项 A 得 4.0 / 5 ，但关于如何接触买方的证据可信度低；选项 B 得 3.6 / 5 ，在接触买方方面的证据更扎实。承诺投入前，先查清选项 A 如何接触买方。分数均为虚构，不是国家排名。原工作表没有列出分项分值，也没有把未知情况填成实际结果。

示例权重： 需求 25%；赢单能力 20%；接触买方的途径 15%；交付与商业可行性 20%；进入可行性 10%；团队准备度 10%。乘法中将权重换算成小数，权重合计 100%。任何一项必要条件明确不满足时，总分不能抵销这一障碍。

工具 14 | 入围市场比较表

简体中文 · 打印填写

空白工作记录

比较第三个机会时请填写选项 C，并在每组分数和证据前注明 A、B 或 C。缺少证据的分值留作“未知”。

字段	可编辑记录
选项 A：国家 / 细分客户群 / 拟提供的产品或服务 / 拟采用的市场进入路径	
选项 B：国家 / 细分客户群 / 拟提供的产品或服务 / 拟采用的市场进入路径	
选项 C（可选）：国家 / 细分客户群 / 拟提供的产品或服务 / 拟采用的市场进入路径	
相关需求与赢单能力：分别记录分数、证据和可信度	
接触买方的途径与交付的商业可行性：分别记录分数、证据和可信度	
进入可行性与团队准备度：分别记录分数、证据和可信度	

工具 14 | 入围市场比较表

简体中文 · 打印填写

加权总分 / 敏感性检查 / 尚无法评分的项目	
必要条件：合法交付 / 客户要求 / 资金 / 服务覆盖	
影响最大的未知因素 / 下一项调研 / 负责人 / 复核日期	