



*Guide to Building Ideal Customer Profiles - Who Is Your 'True Love'?*  
**理想客户画像构建指南——谁才是你的“真命天子”**

**雍和产业销售咨询研究院**

**Nobleharmony Industrial Sales Consulting & Research Institute**



## 工具包：理想客户画像构建指南——谁才是你的“真命天子”

### 一、讲义：硬科技理想客户画像（ICP）构建方法论

#### 1.1 为什么硬科技企业需要精准的客户画像？

许多硬科技创业公司犯的致命错误是：把“所有有需求的人”都当成了目标客户。

你的销售团队只有10个人，今天拜访一个储能电站，明天跟进一个机器人集成商，后天又去聊一个无人机公司。看起来市场很大，实际上每类客户都做不透，导致：

- 销售精力被稀释，没有积累行业深度；
- 方案无法标准化，交付成本高；
- 无法形成复利效应——做了10个客户，但都是“一次性项目”。

只有当你知道“谁是你的5%黄金客户”，你的销售才能把80%的时间用在最有价值的地方。

#### 1.2 硬科技ICP三维模型

硬科技客户画像不能只看“行业”和“规模”，必须结合技术特性和采购行为。我们采用**三维模型**来定义：

#### Plain Text

- 1 维度一：企业基本面（门槛条件）
- 2     ↓
- 3 维度二：技术契合度（核心匹配）
- 4     ↓
- 5 维度三：购买信号（时机判断）

维度	包含要素	作用
企业基本面	行业、规模、区域、产值、发展阶段、组织架构	做好初筛，过滤掉明显不适合的客户
技术契合度	技术路线、应用场景、工艺环节、现有痛点、供应链状态	判断产品能否解决客户的核心问题
购买信号	预算、决策者态度、推动意愿、时间节点、竞争状态	判断这个客户现在是否可能成交

### 1.3 各个维度的关键问题（四大行业示例）

#### 【新型储能】

维度	关键问题
企业基本面	年营收是否大于5亿？是否有在建/规划储能项目？
技术契合度	是否采用磷酸铁锂路线（你的BMS适配）？是否存在温控系统频繁告警？
购买信号	是否有明确的安全改造预算？CTO是否在行业会议上谈过“BMS国产替代”？

#### 【智能机器人】

维度	关键问题
----	------

企业基本面	是否有自动化产线改造计划？年产值是否大于2亿？
技术契合度	现有产线节拍是否低于行业平均水平？是否面临人力成本压力？
购买信号	是否有设备采购预算？是否有明确的项目启动时间表？

### 【新材料】

维度	关键问题
企业基本面	是否属于动力电池/储能/低空经济供应链？年采购额是否大于5000万？
技术契合度	现有材料是否存在性能瓶颈（如循环寿命、能量密度）？是否有进口替代需求？
购买信号	是否在进行供应商评估？是否有技术验证需求？

### 【低空经济】

维度	关键问题
企业基本面	是否持有无人机/eVTOL生产资质？是否在研适航认证项目？
技术契合度	是否需要更高能量密度或功率密度的动力系统？是否有续航痛点？
购买信号	是否有原型机测试预算？是否有明确的适航认证时间表？

## 二、检查清单：客户画像构建自检清单

当你构建一个客户画像时，逐条检查以下项目，确保画像完整、可执行。

序号	检查项	完成情况	说明
<b>企业基本面</b>			
1	是否明确了目标客户的“行业归属”（如：新型储能·发电侧）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	不要写“新能源”，要细到“储能·发电侧”
2	是否设定了“最小年营收或产值门槛”？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	比如“年营收≥3亿”，避免小客户消耗
3	是否明确了“区域”（如华南/华东/全国）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
4	是否考虑了“客户发展阶段”（如成长期/稳定期/转型期）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	转型期客户可能需求更迫切
<b>技术契合度</b>			
5	是否明确了客户的“技术路线”（如磷酸铁锂/固态电池/钠离子）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
6	是否列出了客户最需要被解决的“核心痛点”（Top3）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
7	是否明确了客户的“应用场景”（如大储调频/户用储能/工商业储能）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	

8	是否考虑了“供应链状态”（如已有成熟供应商，或正在寻找替代）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
<b>购买信号</b>			
9	是否明确了客户的“预算状态”（有预算/预算在审批/无预算）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
10	是否评估了“决策者的态度”（支持/中立/反对）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
11	是否识别了“项目推动者”（谁在内部推动这件事）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
12	是否设定了“时间窗口”（如：未来3个月内会启动采购）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
<b>综合评估</b>			
13	这个画像是否“具体到能指导销售行动”（如：销售知道去哪里找这类客户）？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
14	这个画像是否“排除了至少80%的‘非理想客户’”？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
15	这个画像是否经过“至少3个成功客户”的验证？	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	

总分	(每项“是”计1分)	/15	≥12分: 画像合格; <12分: 需要补充
----	------------	-----	------------------------

### 三、模板：客户画像模板（可编辑）

#### 3.1 单客户画像卡（用于描述一类客户）

字段	填写内容
客户类型编号	[如：ICP-01]
类型名称	[如：大型光伏电站储能集成商]
所属行业	[如：新型储能·发电侧]
企业规模（年营收）	≥X亿元
典型区域	[如：西北/华东]
技术路线	[如：磷酸铁锂]
典型应用场景	[如：百MWh级光储配建电站]
核心痛点（Top3）	1. [如：BMS系统高温误报率高] 2. [如：全生命周期度电成本偏高] 3. [如：国产品牌认证进度迟缓]
典型决策者	CTO（技术评估）/ CEO（预算审批）/ 采购（商务谈判）
购买信号	[如：有在建电站项目，预算已批]
过往成功验证	[如：2023年已服务同类客户X家，平均降本Y%]
一句话描述	[如：西北地区大型光伏电站，正在寻找可替代进口的低成本BMS方案]

#### 3.2 多客户画像对比表（用于团队对齐）

类型编号	类型名称	行业-环节	年营收门槛	核心痛点	购买信号	验证客户数	优先级
ICP-01	大型光伏储能	储能·发电侧	≥5亿	BMS误报/成本高	有在建项目	5	★★★ ★
ICP-02	汽车零部件产线	机器人·汽车	≥2亿	节拍慢/人力成本高	有技改预算	3	★★★ ★
ICP-03	eVTOL原型机	低空·研发	≥1亿	续航/适航	有测试预算	2	★★★

#### 四、框架/信息图：理想客户筛选漏斗

以下框架图可供内部培训或团队讨论时使用。

筛选阶段	描述
总市场 (TAM) ↓	所有可能有需求的客户
可服务市场 (SAM) ↓	我的产品能覆盖的客户范围
目标市场 (TM) ↓	符合我战略方向和优先级的细分领域
理想客户画像 (ICP) ↓	具体到“谁、在哪、需求什么”；三维评估：企业基本面达标、技术契合度高、购买信号明确
行动清单	销售团队将80%时间投入ICP客户

# IDEAL CUSTOMER

## 五、行业细分速查表（快速参考）

行业	高优先级客户类型	年营收门槛	关键痛点	典型决策者	建议优先级
新型储能	大型光伏/风电配储电站	≥5亿	安全/寿命/成本	CTO+CEO	★★★★
	工商业储能运营商	≥1亿	拿补贴/并网	CEO+采购	★★★
智能机器人	汽车零部件产线	≥2亿	节拍/良品率	生产总监+CTO	★★★★
	3C电子装配	≥1亿	精度/柔性	CTO+生产	★★★
新材料	动力电池正极材料厂	≥3亿	克容量/成本	CTO+采购	★★★★
	固态电池研发企业	≥5000万	批量一致性	CTO	★★★
低空经济	eVTOL整机企业	≥1亿	功率密度/适航	CTO+CEO	★★★★

	工业无人机企业	≥5000万	续航/载荷	CTO+产品	★★
--	---------	--------	-------	--------	----

## 六、使用建议

场景	用法
内部团队对齐	每人填一张客户画像卡，团队讨论后选出Top3 ICP，作为本周/本月主攻方向
新销售培训	让新销售在入职第一周，完成“我的5个ICP”填写，经理评审
线索筛选	每条新线索进来后，用画像卡评估：是否符合ICP？符合则跟进，不符合则暂缓
季度复盘	每季度更新画像：哪些ICP验证成功？哪些无效？需要新增哪个方向？

