


市场营销基础：原理与实践

01

市场营销概述

市场营销定义与核心理念

● 市场营销的定义

市场营销是在创造、沟通、传播和交换产品中，为顾客、客户、合作伙伴以及整个社会带来经济价值的活动、过程和体系。

● 市场营销的核心理念

市场营销的根本是为客户创造价值，满足客户需求，在为客户创造价值的基础上，同时企业创造利润。

市场营销学的发展历程

● 市场营销学的起源

市场营销学诞生于20世纪初的美国，随着工业革命和商品经济的发展，企业开始关注市场需求和营销活动。

● 市场营销学的发展阶段

20世纪50年代，市场细分和目标市场选择理论逐渐形成，市场营销学进入了成熟阶段。

● 市场营销学的未来趋势

随着互联网和大数据技术的发展，市场营销学将更加注重数据驱动的营销决策和个性化营销。

市场营销在现代企业中的重要性

01

市场营销与企业战略

市场营销是企业实现战略目标和获取竞争优势的重要手段，有助于企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

02

市场营销与客户关系管理

市场营销有助于企业与客户建立长期稳定的关系，提高客户满意度和忠诚度，从而增加企业的市场份额和盈利能力。

03

市场营销与可持续发展

市场营销关注社会、经济和环境的协调发展，有助于企业在追求经济效益的同时，实现社会效益和环境效益的统一。



02

市场营销原理

市场分析原理

01

市场细分原理

市场细分是根据消费者的需求、购买行为和购买动机等因素，将市场划分为若干个具有相似需求的消费者群体。

02

目标市场选择原理

目标市场选择是在市场细分的基础上，选择具有潜力的消费者群体作为企业的目标市场。

03

市场定位原理

市场定位是根据目标市场的需求，为企业或其产品在目标市场上塑造独特的形象和地位。

营销观念原理



生产观念强调企业以生产为中心，以满足市场需求为目标。

产品观念强调企业以产品为中心，以提高产品质量和性能为目标。

推销观念强调企业以销售为中心，通过积极的推销活动来实现销售目标。

市场营销观念强调企业以消费者为中心，以满足消费者需求为导向。

市场营销信息系统与营销环境原理

01

市场营销信息系统原理

市场营销信息系统是企业收集、整理、分析和利用市场信息的系统，包括内部报告系统、市场营销情报系统、市场营销调研系统和市场营销决策支持系统。

02

市场营销环境原理

市场营销环境是指影响企业营销活动的各种外部因素，包括微观环境和宏观环境。



03

市场营销实务：产品策略

产品组合策略

01 产品组合宽度

产品组合宽度是指企业拥有的产品线数量。

02 产品组合深度

产品组合深度是指企业每种产品线中产品项目的数量。

03 产品组合关联度

产品组合关联度是指企业各产品线之间的关联程度。

产品生命周期策略

引入期策略

引入期策略主要包括高价高促销策略、低价低促销策略、高价低促销策略和低价高促销策略。

成熟期策略

成熟期策略主要包括改进产品、提高质量、增加新的型号和规格、开拓新的市场、采用不同的销售渠道和适当的价格策略。



成长期策略

成长期策略主要包括改进产品、提高质量、增加新的型号和规格、开拓新的市场、采用不同的销售渠道和适当的价格策略。

衰退期策略

衰退期策略主要包括维持策略、转移策略和淘汰策略。

新产品开发策略

新产品开发的程序

新产品开发程序包括构想、筛选、概念发展和商业分析、原型开发和测试、市场试销和商品化等阶段。

新产品开发的风险

新产品开发的风险主要包括技术风险、市场风险、财务风险和组织风险。

新产品开发的策略选择

新产品开发策略选择主要包括独立开发策略、联合开发策略和引进开发策略。



04

市场营销实务：定价策略

成本导向定价法

01

成本加成定价法

成本加成定价法是在产品成本的基础上加上一定比例的预期利润来确定价格的方法。

02

目标回报定价法

目标回报定价法是根据企业预期的投资回报率来确定价格的方法。

03

变动成本定价法

变动成本定价法是在变动成本的基础上加上一定比例的固定成本来确定价格的方法。

竞争导向定价法



市场定价法

市场定价法是以市场上主要竞争对手的价格为基准来确定价格的方法。

挑战定价法

挑战定价法是以低于竞争对手的价格来挑战市场领导者的策略。

密封投标定价法

密封投标定价法是在招标和投标过程中，根据竞争对手的报价来确定自己的报价的方法。

需求导向定价法



价值定价法

价值定价法是根据消费者对产品价值的认知来确定价格的方法。

需求差异定价法

需求差异定价法是根据消费者需求的差异来确定不同价格的方法。

捆绑定价法

捆绑定价法是将多个产品或服务打包销售，以低于单独销售时的价格来吸引消费者的策略。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/267033050021006200>