



市场营销新观念及其应用

市场营销学是一门经营哲学

毫不奇怪，今天能取得胜利的公司必定是那些最能使它们的目标顾客得到满足，并感到愉悦的公司。这些公司把市场营销看成是公司整体的哲学，而不仅仅是某一部门的个别职能。

— 菲利普·科特勒《营销管理》第8版序言

这本书在使读者掌握企业提高市场契合度和顾客认同度的同时，更给读者带来了市场营销哲学的生动感受。

— 菲利普·科特勒《营销管理（亚洲版）》序言

市场营销学中的哲学思维

- ◆ 本质观：市场营销关注顾客根本需要的满足，而不仅是对产品的需求；
- ◆ 动态观：市场营销注重潜在市场的开发和潜在市场风险的防范；
- ◆ 系统观：市场营销强调营销策略组合和整合营销传播。

全方位营销

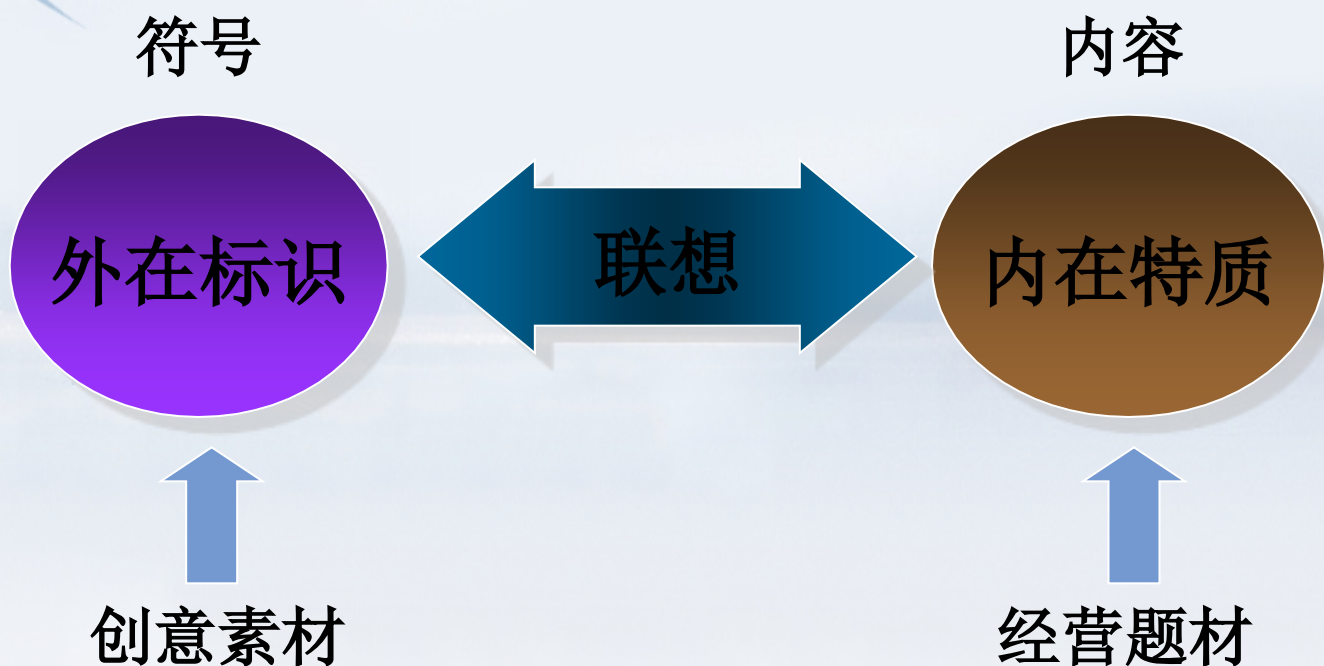


全方位营销观念意味着什么？

- ◆ 企业的任务是创造和传递顾客所认知的价值。
- ◆ 企业的目标是建立和维护稳定而有利可图的顾客关系。
- ◆ 企业的资源与核心能力是创造差异性价值的关键，营销即谋求资源与市场之匹配。
- ◆ 企业可通过建立外部合作网络来扩展自己的资源和能力。
- ◆ 交换的目标将不仅是利润，也包括无形资产的价值增值。

品牌是什么？

- 品牌是符号与内容的统一



假如您是一个艺术家，
假如你拥有传统的画廊，
假如您希望将您的作品在凯迪
国际艺术画廊上通过国际互联
网进行展览或销售，
请填[点击这里](#)。

“尼康”的特质联想
——专业



arty.cn

“奥林巴斯”的特质联想 ——方便

科技以人为本





农夫山泉的特质联想 —天然 纯净

农夫山泉®
www.nfsq.com.cn

2006-6-10 15:23:37

[首页](#)
[公司介绍](#)
[公司产品](#)
[公司新闻](#)
[营销活动](#)
[电视广告](#)
[水与生命](#)
[服务中心](#)

农夫山泉的历史

农夫山泉旅游

销售人员进入

友情链接

农夫山泉股份有限公司
Nongfu Spring Co., Ltd

成立于1996年,持有“农夫山泉”品牌,致力于健康饮用水事业,为中国饮料工业领先者。

公司相继投资28亿元在浙江千岛湖国家一级水资源保护区、吉林长白山矿泉水资源保护区、湖北丹江口南水北调源头保护区、广东万绿湖国家森林公园建成六座国际领先的天然饮用水及果汁饮料生产基地。

农夫山泉有点甜

不同的品牌策略选择

- ◆ 单品牌（家族品牌）：适应于需求差异较小的市场。
- ◆ 多品牌（个别品牌）：适应于需求差异较大的市场，特别是相互排斥的市场。

我国企业对营销理论的接受状况

- ◆ 20世纪80年代至90年代初：以促销为中心的阶段。
- ◆ 20世纪90年代后半期至今：以分销为中心的阶段。
- ◆ 我国企业界大多尚未进入以产品研发和市场需求分析为重心的阶段。

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/488057076033007003>