

Kotler
Keller

哈佛商学院
《营销管理硕士》讲义

www.mhjy.net

海量原版讲义下载

主讲： **菲利普·科特勒**
管理人际传播

全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：全国招生 函授学习 权威双证 国际互认
- 认证项目：注册职业经理、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、IE工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监等高级资格认证。
- 颁发双证：高级注册 经理资格证+MBA研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准：仅收取1280元 招生网址：www.mhjy.net
- 报名电话：13684609885 0451—88342620
- 咨询邮箱：xchy007@163.com 咨询教师：王海涛
- 学校地址：哈尔滨市道外区南马路120号职工大学（美华教育）



美华论坛
www.mhjy.net

- 颁证单位：中国经济管理大学
- 主办单位：美华管理人才学校

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: www.mhjy.net



本章要点

- 公司如何通过直销来获取竞争优势？
- 公司如何开展有效的互动营销？
- 口碑如何影响营销的成败？
- 在设计和管理销售人员时，公司面临怎样的决策？
- 销售人员如何提升他们的销售、谈判以及关系营销技巧？

百事可乐变革项目如何改变其向顾客传播的方式？





什么是直销？

直销是一种不通过中间人而使用客户直接渠道来接触客户并向客户传递产品或服务的营销方式。



直销渠道

- 直邮
- 产品目录营销
- 电话营销
- 互动电视
- 自动售货亭
- 网站
- 移动通信设备

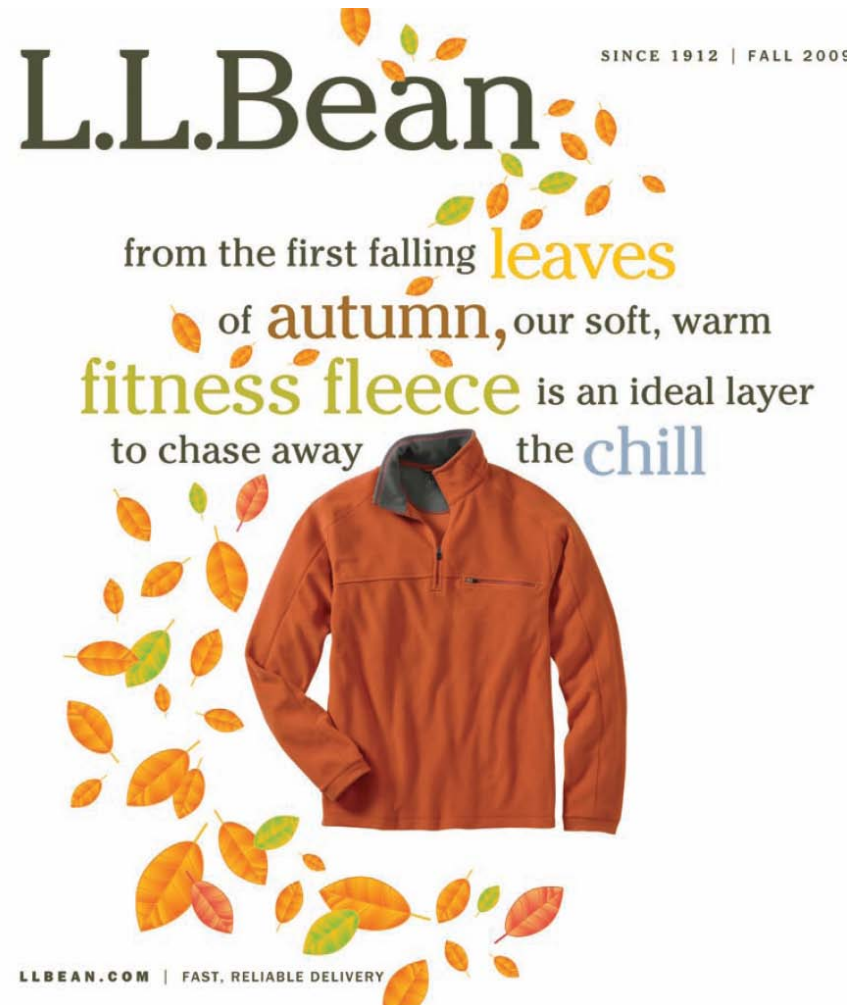


进行直邮广告活动

- 明确目标
- 选择目标市场
- 开发内容
- 测试广告效果
- 执行
- 衡量活动效果

RFM 方程式

- 最近购买
- 购买频率
- 购买总量





促销策略

产品

促销内容

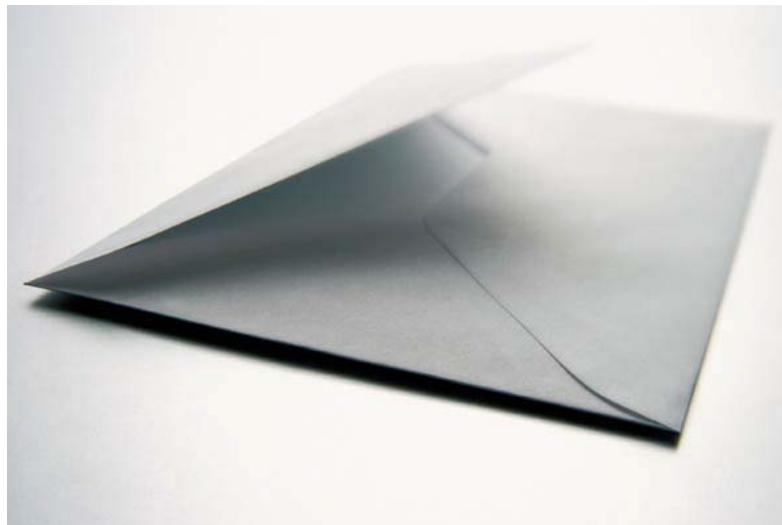
媒介

分销渠道

创意策略

直邮的组成

- 信封
- 促销新
- 传单
- 回复表格
- 回寄信封





产品目录

- 你昨天收到的邮件里有多少产品目录？
- 你在网上购物的时候对访问多少产品目录网站？



电话营销的类型

- 电话销售
- 电话外呼
- 电话拜访
- 客户服务和基础支持



其他直接反馈营销的媒体类型

- 电视
- 广播
- 热线电话
- 报纸
- 杂志
- 互联网



直销中的道德问题

- 方案
- 不公平
- 欺诈
- 对隐私的侵害



互动营销

- 可定制信息
- 容易跟踪响应
- 可构建语境和网络社区
- 可以购买搜索引擎广告
- 选择性注意
- 点击欺诈



图 19.1 美国消费者每天花费在各种媒体上的平均时间

Online	4:13
TV and video	3:17
Music and radio	1:26
Mobile phone	1:18
Landline phone	0:36
Gaming	0:36
Reading	0:24

Whopper Freakout的整合互动营销





在线推广机会

- 网站
- 微型网站
- 搜索广告
- 陈列式广告
- 插入式广告
- 互联网广告和视频
- 赞助
- 联盟与联盟计划
- 在线社区
- 电子邮件
- 移动营销

表19.2 高效率网站的七个设计要素

- 环境：网站布局和设计
- 内容：网站上的文本、图片、声音和视频
- 社区：怎样使用户之间进行沟通和交流
- 定制化：个性化功能
- 沟通：网站和用户之间双向沟通
- 链接：网站同其他网站联系的程度
- 电子商务：网站处理和解决交易的能力



在线广告

搜索广告

陈列式广告



网络营销指南

- 给消费者一个回复的理由
- 个性化定制你的邮件内容
- 提供一些消费者从直邮信件中无法得到的好处
- 让消费者很容易就能退订邮件

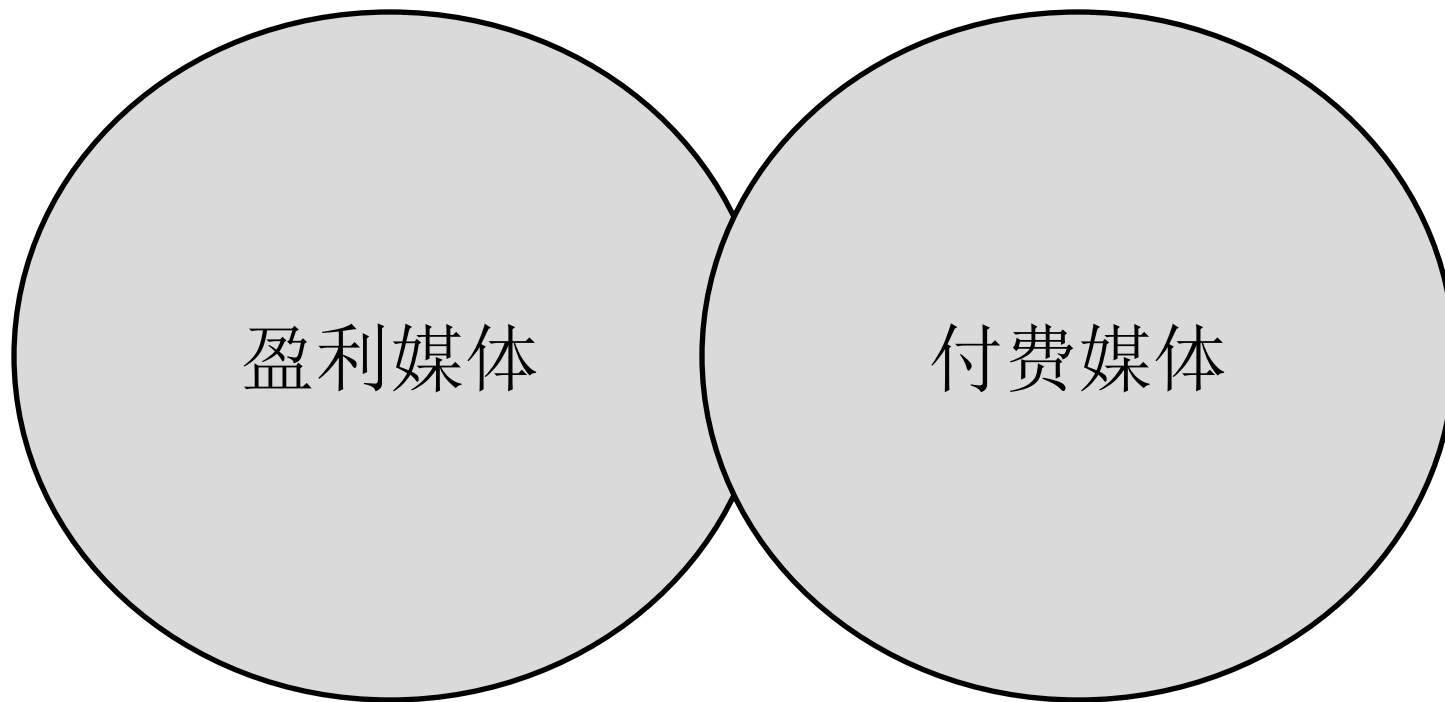


移动营销会是直销者们的下一个趋势吗？





口碑





社交媒体的平台

在线社区和论坛

博客

社交网络

布洛芬的社交媒体

PISTACHIO

Micro sharing. Macro results.

HOME SERVICES TWITTER? MICROSHARING PRESS ABOUT US CONTACT US TOUCHBASE BLOG

Motrin's Twitter Moment

by LAURA FITTON on NOVEMBER 16, 2008

Congratulations Motrin...

I'm going to take a wild guess that [McNeil Consumer Healthcare](#), a Division of McNEIL-PPC, and their [agency of record](#) ([Taxi NYC](#), from [what we can tell at the moment](#)) are not carefully monitoring [Twitter](#) right now. I'm also going to guess that you're going to [hear a thing](#) or [two](#) more about this in the business press ([WSJ](#), [Forbes](#), [AP](#), [NYT](#)) before it subsides.

The Fuss.

Many moms (and dads) who blog and tweet and are fans of "[babywearing](#)" are finding [this Motrin ad](#) (currently it's right on Sunday afternoon it was pulled from the [Motrin.com](#) home page, which was more or less down for the next 16 hours and now displays their apologia) patronizing and disrespectful of the practice of babywearing. It's kicked up some relatively strong feelings among the community, and a resulting loud racket on Twitter and blogs. (I'll disclose: 1) I agree the ad is a bit dumb, 2) that [I was a babywearer](#), and 3) that frankly, carrying those q-dm "bucket style" infant carseats wrecked my back way more than any of



SEARCH

To search, type and hit enter



RECENTLY ON TOUCHBASE...

Updating the Enterprise Microsharing Tools Comparison

Twitter Milestone: 10 Billionth Tweet

Three Stages of Presenting with Twitter

Twitter for Trainers

Part 2: Twitter Lists: Developers and Applications

YOUR FAVORITES

WHERE IN THE WORLD?



WE WROTE TWITTER FOR DUMMIES



如何引发蜂鸣之火

- 找到具有影响力的个人和公司，在他们身上投入更多的精力
- 向关键的人提供产品样品
- 同社区内有影响力的人搞好关系
- 发展口碑推荐渠道来开发新业务
- 向客户提供他们愿意传播的信息

创造病毒



销售代表的类型

1. 配送人员
2. 订单人员
3. 传播人员
4. 技术人员
5. 需求制造者
6. 解决方案的提供者





图 19.3 设计销售团队





销售任务

- 探寻
- 目标选择
- 沟通与传播
- 销售
- 服务
- 收集信息
- 分配





公司应该如何组织销售团队结构？



使用工作量方法来确定销售团队的规模

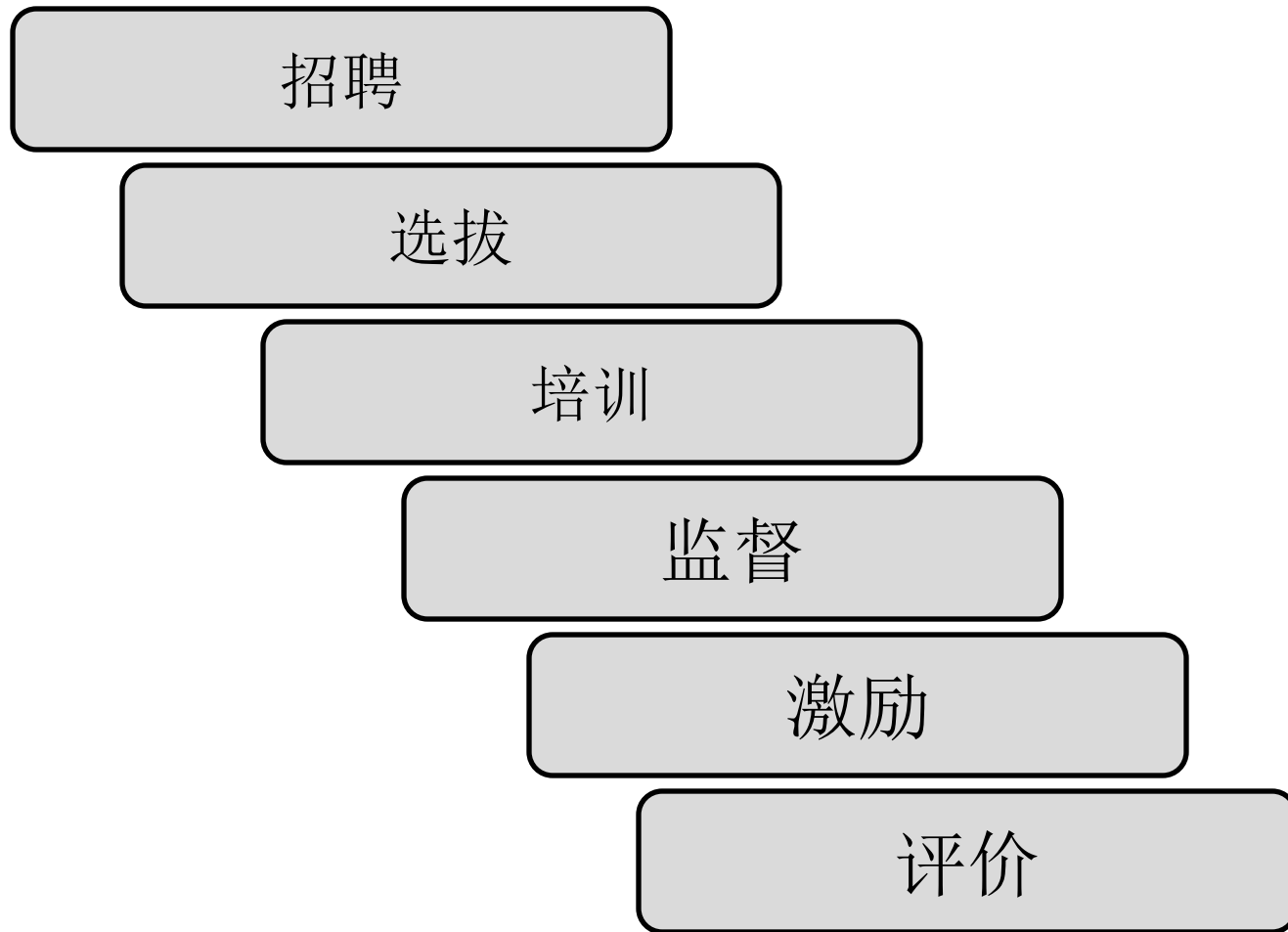
- 将客户分成不同的类别
- 设定合适的拜访频率
- 将各组内的客户数量乘以相应的拜访频率
- 确定每个销售代表平均能够访问客户的次数
- 用访问总量除以美味代表能够访问的数量，得到需要的销售代表总数



销售薪酬的构成

- 固定薪酬
- 浮动薪酬
- 费用补贴
- 福利

图19.5 管理销售团队



销售员评估

Territory: Midland Sales Representative: John Smith	2007	2008	2009	2010
1. Net sales product A	\$251,300	\$253,200	\$270,000	\$263,100
2. Net sales product B	423,200	439,200	553,900	561,900
3. Net sales total	674,500	692,400	823,900	825,000
4. Percent of quota product A	95.6	92.0	88.0	84.7
5. Percent of quota product B	120.4	122.3	134.9	130.8
6. Gross profits product A	\$50,260	\$50,640	\$54,000	\$52,620
7. Gross profits product B	42,320	43,920	55,390	56,190
8. Gross profits total	92,580	94,560	109,390	108,810
9. Sales expense	\$10,200	\$11,100	\$11,600	\$13,200
10. Sales expense to total sales (%)	1.5	1.6	1.4	1.6
11. Number of calls	1,675	1,700	1,680	1,660
12. Cost per call	\$6.09	\$6.53	\$6.90	\$7.95
13. Average number of customers	320	24	328	334
14. Number of new customers	13	14	15	20
15. Number of lost customers	8	10	11	14
16. Average sales per customer	\$2,108	\$2,137	\$2,512	\$2,470
17. Average gross profit per customer	\$289	\$292	\$334	\$326



人员销售原则

- 情景问题
- 难点问题
- 俺是问题
- 需求-收益问题





有效销售的步骤

1. 寻找和界定
2. 事先调查
3. 访问
4. 展示
5. 消除异议
6. 完成交易
7. 跟踪维护



小结

- 公司如何通过直销来获取竞争优势？
- 公司如何开展有效的互动营销？
- 口碑如何影响营销的成败？
- 在设计和管理销售人员时，公司面临怎样的决策？
- 销售人员如何提升他们的销售、谈判以及关系营销技巧？