

Kotler  
Keller

# 哈佛商学院 《营销管理硕士》讲义

[www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)

海量原版讲义下载

主讲：菲利普·科特勒

创造长期顾客忠诚

# 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](http://www.mhjy.net)  
报名电话：**13684609885 0451—88342620**  
咨询邮箱：[xchy007@163.com](mailto: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](http://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](http://www.mhjy.net)

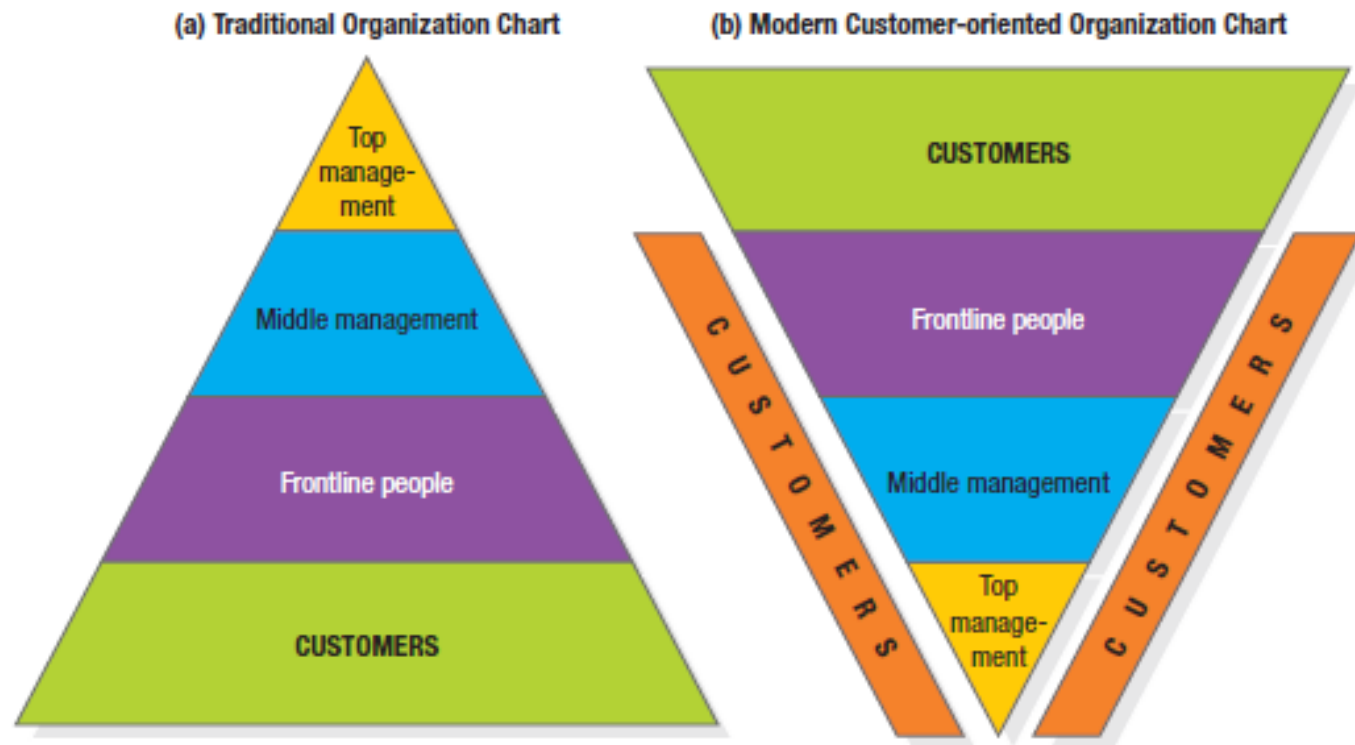
# 本章要点

- 什么是顾客价值、顾客满意以及顾客忠诚？公司如何创造顾客价值、顾客满意以及顾客忠诚？
- 什么是顾客终身价值？营销人员如何能使顾客终身价值最大化？
- 公司如何吸引和维系盈利顾客，并构建牢固的顾客关系？
- 数据库营销有哪些优点和缺点？

# 哈乐斯顾客忠诚方案



## 图 5.1 顾客导向





# 戴尔重建客户沟通系统



# 什么是顾客感知价值？

- 顾客感知价值是指潜在顾客对一个产品或服务以及其他选择方案能提供的所有利益和所有相关成本的评价之间的差异.



# K

## 表 5.2 顾客感知价值的决定因素

整体顾客利益	整体顾客成本
产品利益	货币成本
服务利益	时间成本
人员利益	精力成本
形象利益	心理成本

# 卡特彼勒使消费者价值最大化



# 顾客价值分析的步骤

- 确认顾客价值的主要属性和利益
- 用定量的方法评估不同属性和利益的重要性
- 以各个属性的重要性为基础，为公司和竞争对手在不同顾客价值上的绩效进行评估
- 考察一个具体细分市场上的顾客如何记忆单个属性或利益评价公司相对于主要竞争对手的绩效
- 定期评估顾客价值

# 什么是顾客忠诚？

**忠诚**指的是，尽管顾客会受到外在情境的影响，并且其他企业的营销努力也可能导致转换行为的发生，但该顾客仍对其所偏好的产品或服务给予高度承诺，保证会在未来再次购买和光顾。

# 顾客忠诚度最高的几个品牌

- 苹果iPhone
- 伊卡璐
- 三星
- 美凯琳
- 灰燕
- 倩碧
- 安飞士
- 沃尔玛
- 谷歌
- 亚马逊
- 必应
- J.Crew
- AT&T Wireless
- Discover Card
- 威瑞森无线通信
- Cheerios

# 创造价值



**THE FIRST CAR TO STOP TRAFFIC. AND ITSELF.**

**INTRODUCING THE NEW VOLVO XC60 WITH CITY SAFETY.**

Eighty years of safety innovation have come to this. You're looking at a car that can actually stop itself. City Safety comes standard, which means the XC60 will apply its brakes to help avoid a low-speed collision. Coupled with available features like the Blind Spot Information System and the Collision Avoidance Package, the XC60 is the safest Volvo in the history of Volvo. All for you, from Sweden with Love.

Starting at \$34,900. See [volvo-usa.com/csa](http://volvo-usa.com/csa)

**VOLVO**

Volvo, for life



# 测量满意度

- 定期调查
- 顾客流失率
- 神秘顾客法
- 监控竞争对手的绩效



# 管理顾客



# 什么是质量？

质量是产品或服务所具有的能够满足现实的或潜在需要的整体特征与特色.

# 顾客终身价值最大化

盈利顾客

顾客资产

终身价值

# 图 5.3 顾客-产品获利分析

		Customers			
		C <sub>1</sub>	C <sub>2</sub>	C <sub>3</sub>	
Products	P <sub>1</sub>	+	+	+	Highly profitable product
	P <sub>2</sub>	+			Profitable product
	P <sub>3</sub>		-	-	Unprofitable product
	P <sub>4</sub>			-	Highly unprofitable product
		High-profit customer	Mixed-bag customer	Losing customer	



# 测量顾客终身价值

- 顾客年均贡献利润: \$500
- 平均购买年限: 20
- 公司利润边际: 10
- 顾客终身价值: \$1000



# 什么是客户关系管理？

客户关系管理是一个以最大化顾客忠诚为目标的管理个体顾客的详细信息和所有的顾客“接触点”的过程。

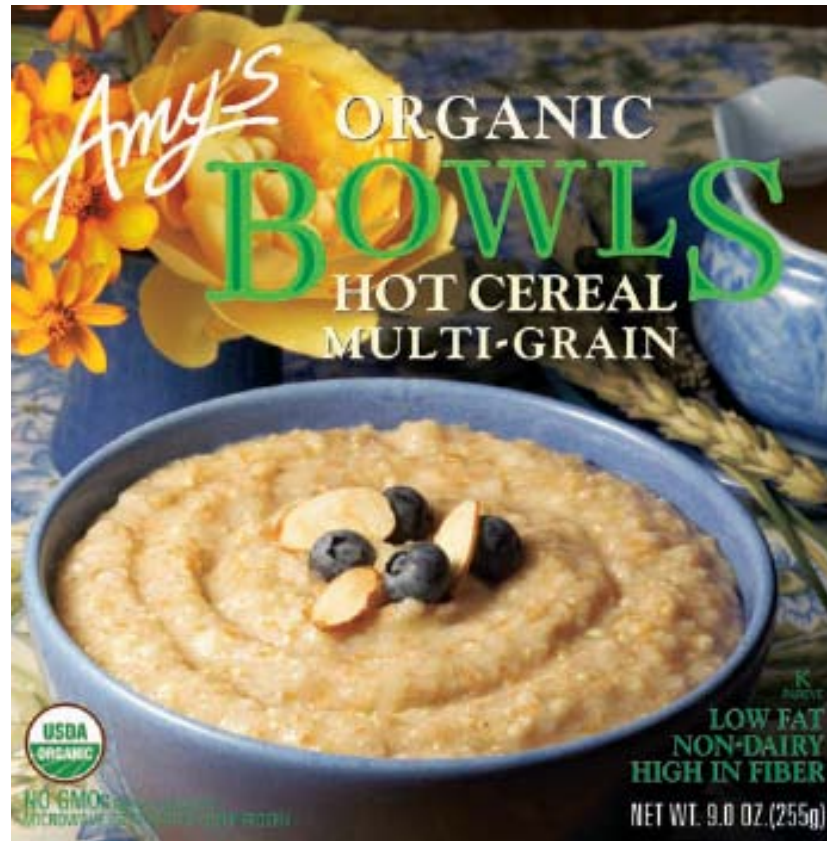


# 客户关系管理的框架

- 确定潜在顾客和当前顾客
- 根据顾客需要和对公司的价值来划分顾客
- 加强与顾客的互动
- 为每一个顾客定制产品、服务和信息



# Amy's 最大化口碑营销效果

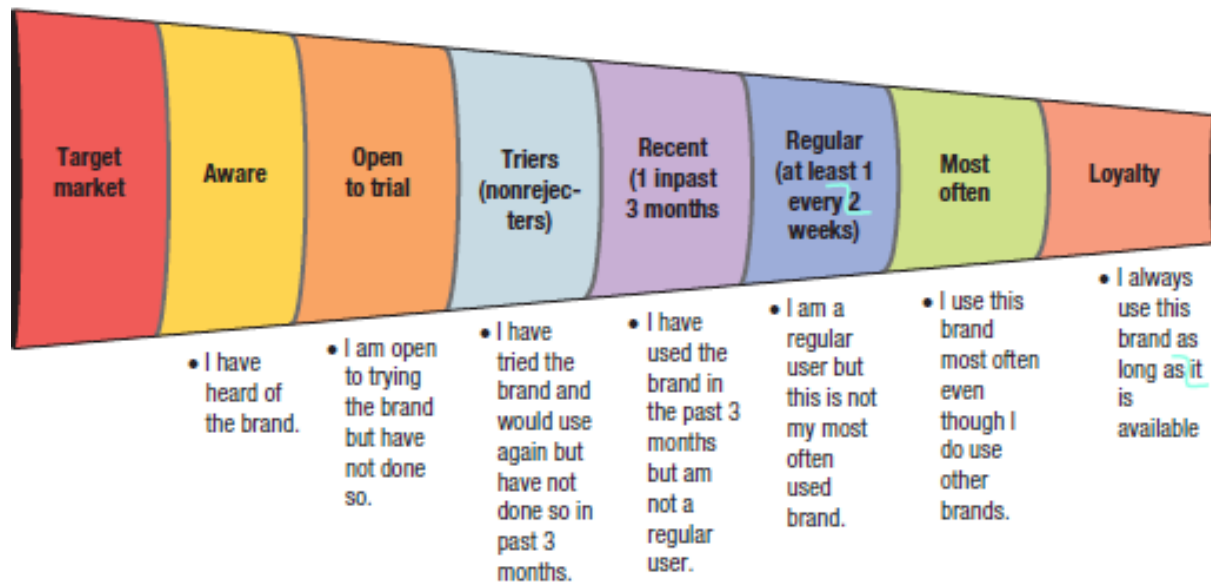




# 吸引和维系顾客

- 减少顾客流失率
- 提升顾客关系的寿命
- 提升顾客钱包份额
- 减少低利润率的顾客
- 集中精力服务于高价值顾客

## 图5.4 营销漏斗



# 顾客忠诚项目



**Chicken of the Sea**

## Join the Mermaid Club Today!

Ask any Mermaid you happen to see...what's the best web site for healthy, heart-happy recipes for your family? The Mermaid Club by Chicken of the Sea.

**Join the Club!**  
FREE Special Offers, Delicious Recipes, Healthy Tips and Articles, Coupons and More!  
**Sign Me Up!**  
Click here to register!

**Member Log In:**  
To log in, you must be a registered club member. Enter the e-mail address and password you registered with. If you have not registered yet, click here.

Registered E-mail Address:  
Registered Password:  
**SUBMIT**

Forgot your password?  
CLICK HERE FOR HELP

If you have any trouble with the registration or log-in process, please visit our Help page.

**Receive All These Valuable Offers as a Mermaid Club Member!**

- Great-tasting recipes**: Recipes (The Mermaid's Favorite Recipes)
- New product updates**: Chicken of the Sea Pink Salmon
- A FREE informative e-newsletter**: Mermaid Member
- Exciting Club Offers!**: Special deals, coupons and more!
- Healthy tips and articles**: Mermaid Member
- Birthday Club with FREE gifts**: Birthday Club with FREE gifts

2010 © Chicken of the Sea International.



# 数据库核心概念

- 顾客数据库数据库营销
- 邮寄名单
- 商业数据库
- 数据仓库
- 数据挖掘



# 使用数据库

- 确定潜在顾客
- 决定那些顾客应当受到特别的产品或服务
- 强化顾客忠诚
- 恢复顾客购买行为
- 避免重大顾客失误

# 不值得建立数据库的情形

- 公司的产品在顾客一生中只会购买一次
- 顾客不具备品牌忠诚
- 单位销量微乎其微
- 信息收集成本过高
- 销售人员和最终购买者之间没有直接联系





# 小结

- 什么是顾客价值、顾客满意以及顾客忠诚？公司如何创造顾客价值、顾客满意以及顾客忠诚？
- 什么是顾客终身价值？营销人员如何能使顾客终身价值最大化？
- 公司如何吸引和维系盈利顾客，并构建牢固的顾客关系？
- 数据库营销有哪些优点和缺点？