

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**  
管理零售、批发和物流

# 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

- 营销中间商的主要类别有哪些？
- 这些营销中间商需要做哪些营销决策？
- 营销中间商的主要发展趋势是什么？
- 自有品牌的未来如何？

# 零售





## 表 16.1 零售商的主要类型

- 专营店
- 百货商店
- 超级市场
- 便利店
- 折扣店
- 折价零售店
- 超级市场
- 目录市场

# 零售商服务的层次

- 自助式服务
- 自选式服务
- 有限服务
- 全方位服务





# 非店铺零售

- 直接销售
- 直销
- 自动售货机
- 购货服务







## 表16.2 零售合作的主要类型

- 合作连锁店
- 自愿连锁组织
- 零售商合作社
- 消费者合作社
- 特许经营组织
- 商业集团

# 特许经营体系

- 特许经营授权者拥有一个交易或服务的标志，并将其办法给特许经营者为其支付费用的证明。
- 特许经营者需要为加入这个体系而支付费用。
- 特许经营的授权者为这些特许经营者提供做生意的机会。



# 零售环境的变化

- 新的零售形式和组合形式
- 不同零售形式之间的竞争日趋激烈
- 店面零售和无店面零售的竞争
- 巨型零售商的增长
- 中档市场零售商的衰落
- 技术投资力度越来越强
- 大型零售商的全球扩张
- 购物者营销的增长



# 零售商的营销决策

- 目标市场
- 产品分类
- 采购
- 定价
- 服务
- 商店氛围
- 商店活动
- 商店体验
- 传播
- 选址

# 零售商服务组合

- 购买前服务
- 购买后服务
- 辅助服务



# 商店氛围和体验





# 促进商店销量的方法

- 吸引顾客并使他们留在商店内
- 重视过渡区域
- 避免过渡设计
- 不要让顾客找来找去
- 让顾客很容易拿到商品
- 注意男人不喜欢问问题
- 女人需要空间
- 简化结算支付





# 选址

- 中心商业区
- 地区性购物中心
- 社区购物中心
- 购物街
- 大型商店内的店面
- 独立门店

# 自有品牌

- 自有品牌无处不在
- 消费者接受自有品牌
- 所有的社会阶层都可能是自有品牌的顾客
- 自有品牌并不代表经济衰退
- 消费者忠诚会从制造商向零售商转变

# 批发的功能

- 销售和促销
- 购买和建立产品分类
- 化整为零
- 仓储
- 运输
- 融资
- 承担风险
- 提供市场信息
- 提供管理服务和咨询



# 主要的批发商类型

- 独立批发商
- 全套服务批发商
- 有限服务批发商
- 经纪人和代理商
- 生产商和零售商的分支机构和办事处
- 专业化批发商



# 供应链管理

供应链管理早于传统物流，意为有策略地进行正确的投入（原材料、零部件、重要设备），有效地将其转变为最终产品，并将它们分销到最终目的地。



# 营销物流计划

- 确定公司对客户的价值主张
- 确定最佳的渠道设计和网络策略以期更好地为客户服务
- 在销量预测、仓储管理、运输管理、原料管理方面出台更好的运营措施
- 运用最好的信息系统、设备、政策资源以及程序解决各种问题



# 什么是整合物流系统？

整合物流系统包括原材料管理、物流系统，以及融入了信息技术的实物分销。





# 市场物流

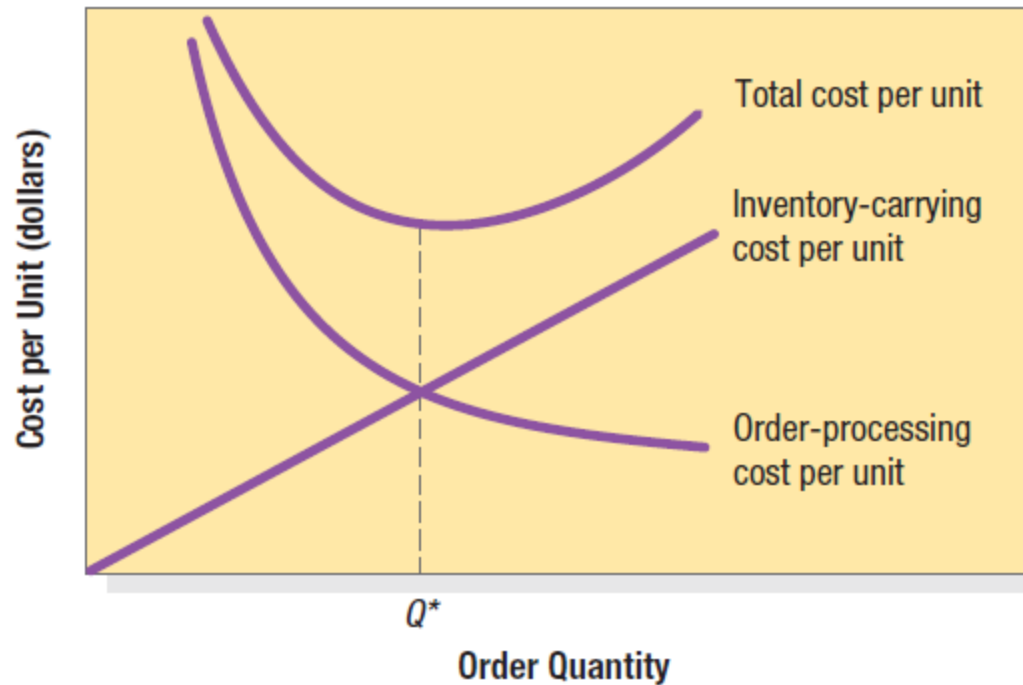
- 销售预测
  - 配送调度
  - 生产计划
  - 成品货物库存决策
  - 包装
- 在厂仓库  
运输空间处理  
对外运输  
仓储  
客户交付和服务



# 市场物流决策

- 订单应该如何处理？
- 原料应该在哪里储存？
- 应该保持多少原料？
- 货物应该如何运输？

## 图16.1 决定最优订购数量



# 运输因素





# 小结

- 营销中间商的主要类别有哪些？
- 这些营销中间商需要做哪些营销决策？
- 营销中间商的主要发展趋势是什么？
- 自有品牌的未来如何？