

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**

全方位营销组织的长期
管理

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

- 营销实践的重要趋势是什么？
- 有效的内部营销的关键是什么？
- 公司如何成为负责任的社会营销者？
- 公司如何改善其营销技巧？
- 哪些工具可以帮助公司监控并改善其营销活动？

营销实践的趋势

- 流程再造
- 外包
- 标杆管理
- 与供应商结盟
- 与消费者结盟
- 并购
- 全球化
- 组织扁平化
- 聚集
- 加速
- 授权



内部营销

- 研发部门
- 采购部门
- 生产部门
- 营销部门
- 销售部门
- 物流部门
- 会计部门
- 财务部门
- 公共关系部门
- 其他与消费者接触的部门



组织营销部门

- 职能型组织
- 地区型组织
- 产品或品牌管理型组织
- 市场管理型组织
- 矩阵管理型组织

图22.1 职能型组织

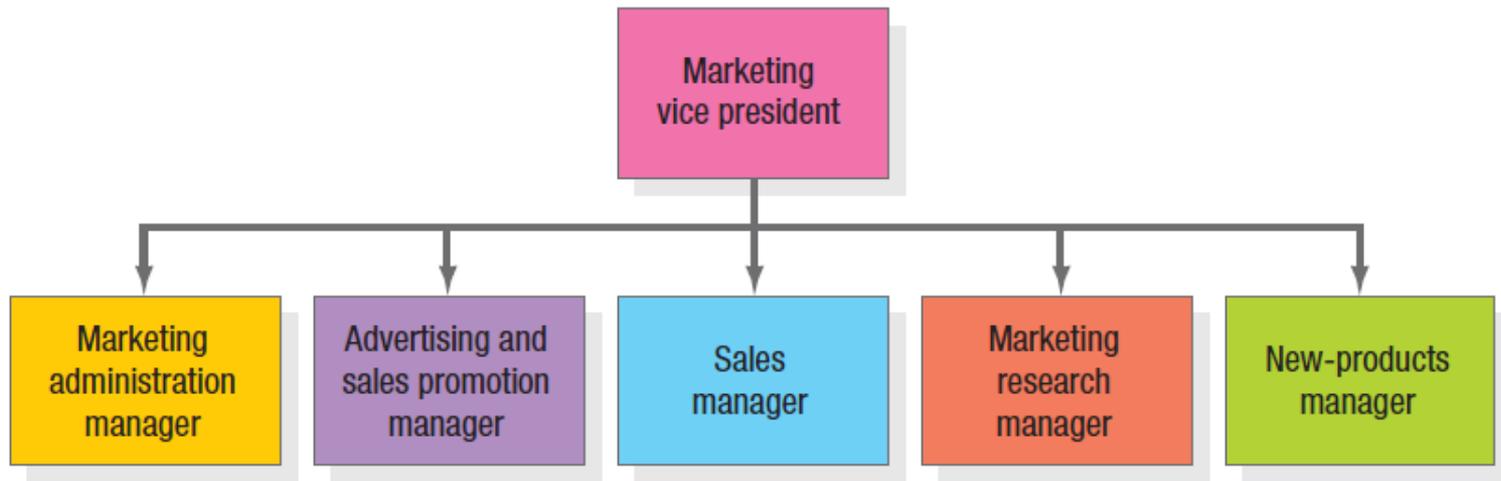


图22.2 产品管理型组织



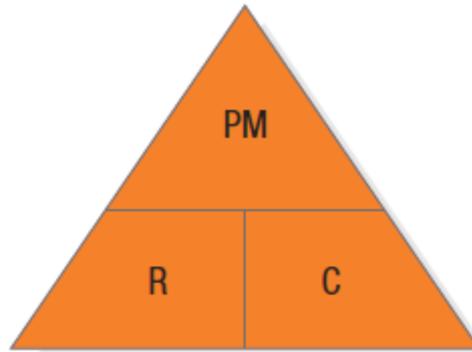
产品经理承担的任务

- 制定具有竞争力的长期发展战略
- 准备年度营销计划和销售预测
- 和广告商及经销商以期制订出副本、项目和推广计划
- 增强对销售队伍和分销商的支持
- 收集关于产品绩效、消费者和经销商态度以及新问题、新机遇的情报
- 改良产品

图 22.3 产品团队的形式



(a) Vertical Product Team



(b) Triangular Product Team



(c) Horizontal Product Team

PM = product manager
AP = associate product manager
PA = product assistant
R = market researcher
C = communication specialist
S = sales manager
D = distribution specialist
F = finance/accounting specialist
E = engineer

目录管理



市场管理型组织

- 市场经理监管若干市场发展部经理、市场专家或者行业专家，并根据需要获得职能职务。
- 市场经理是行政人员，他们有着和产品经理一样的职责，为市场制定出长期计划和年度计划。
- 很多企业根据市场情况进行重组，变成**市场中心型组织**。

建立一个具有创造性的营销组织

- 发展全公司对消费者的热情
- 围绕消费者细分市场而不是产品进行组织构建
- 通过定性、定量研究了解消费者

CEO们如何创造聚焦市场营销的公司？

- 说服高层消费者导向的必要性
- 任命资深的营销专员和营销团队
- 获得外部帮助和指导
- 改变公司的奖励测评方法和制度
- 雇用强势的营销人才

CEO们如何创造聚焦市场营销的公司？

- 开展完善的内部营销培训活动
- 建立现代营销计划体系
- 建立年度营销卓越人才认同项目
- 将注意力从部门转向流程结果
- 授权给员工

企业社会责任

- 社会责任行为
- 伦理行为
- 法律行为



善因营销

Downy

PRODUCTS | EXPERTISE | PROMOTIONS | HELPING KIDS | TALK TO DOWNY | BUY NOW

Downy Touch of Comfort

Home | About Touch of Comfort | How to Help | Stories

Over 10,000 quilts—and counting!
Thanks to you, we have exceeded our goal.

More than 10,000 quilts and counting have been given to hospitalized children. Our warmest thanks to the quilters, volunteers, and everyone else who has helped turn this ambitious goal into a reality.

HEAR STORIES

Watch a quilt delivery

善因营销的收益

- 建立品牌知名度
- 提高品牌形象
- 建立品牌信誉
- 激发品牌情感
- 建立品牌社区
- 驱动品牌参与





善因活动品牌化

- 自主品牌: 创立自主善因活动
- 联合品牌: 连接到现有善因活动
- 参与品牌: 连接到已有善因活动



社会营销运动

认知

行为

习惯

价值观

社会营销项目的关键成功因素

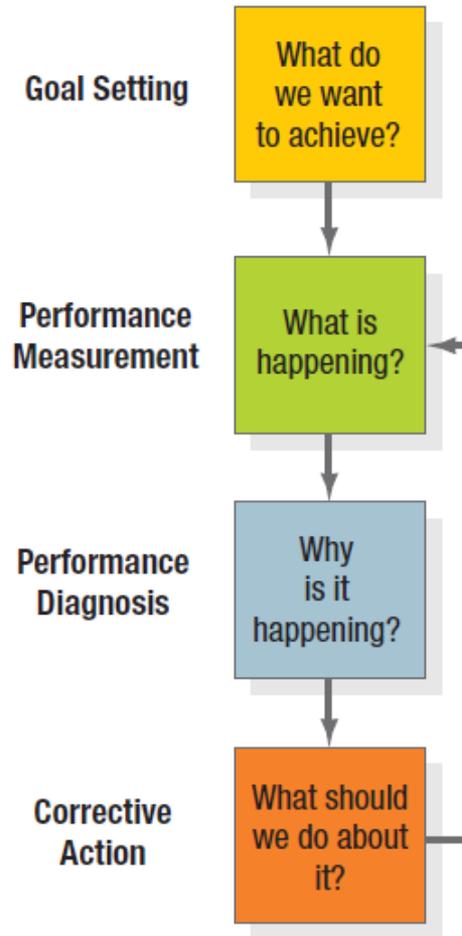
- 选择最有可能做出响应的目标市场
- 用简洁明了的语言来推广单一可能的行动
- 用极具说服力的语言来解释参与活动的好处
- 使采用这种行动变得简单
- 制造吸引眼球的信息和传播媒介
- 考虑采用寓教于乐的方式

社会营销计划过程

- 我们在哪里？
- 我们想去哪儿？
- 我们怎样到那里？
- 我们怎样才能坚持到底？



图22.4 控制过程



营销控制类型

年度计划控制

盈利能力控制

效率控制

战略控制



年度计划控制方法

- 销售分析
- 市场占有率分析
- 销售费用比例分析
- 财务分析
- 市场计分卡分析



盈利能力控制方法

- 产品
- 地区
- 消费者群体
- 细分市场
- 贸易渠道
- 订单规模



效率控制方法

- 销售团队
- 广告
- 销售促进
- 分销活动



战略控制方法

- 营销效果评价
- 营销审计
- 营销绩效回顾
- 企业道德和社会责任回顾

什么是营销审计？

·营销审计是指对公司业务单元的营销环境、目标、战略和活动进行全面、系统、独立和周期性的检查，旨在确定公司的问题和机遇所在，并据此进行一系列提高公司营销绩效的行动方案。



营销审计的特征

全面性

系统性

独立性

周期性



小结

- 营销实践的重要趋势是什么？
- 有效的内部营销的关键是什么？
- 公司如何成为负责任的社会营销者？
- 公司如何改善其营销技巧？
- 哪些工具可以帮助公司监控并改善其营销活动？