

---

# 市场营销战略及营销计划制定与管控

主讲：崔自三

## 第一部分：市场营销发展概论

- 一、市场营销发展的四个阶段
  - 1、营销起源
  - 2、营销发展的四个阶段
- 二、营销的六大主流观念演绎
  - 1、产品观念
  - 2、推销观念
  - 3、市场营销观念
  - 4、社会营销观念
  - 5、关系营销观念
  - 6、网络营销和绿色营销观念
- 三、营销理论演变史
  - 1、营销 4P、6P
  - 2、营销 4C
  - 3、营销 4R
- 四、21 世纪中国营销发展的趋势
  - 1、消费者的地位越来越重要
  - 2、差异化营销更加突出
  - 3、品牌营销成为主流
  - 4、网络营销日益发展
  - 5、全面营销长足发展
  - 6、新营销思想和方法的采用。

## 第二部分：市场营销战略制定

### 一、什么是市场营销？

市场营销的定义

- 1、4P-关注产品
  - (1) 产品观念与市场职能
  - (2) 生产观念与市场职能
  - (3) 推销观念与市场职能
- 2、4C-关注客户
  - (1) 价值营销与市场职能
  - (2) 更高层面的社会营销观念
- 3、4R-关注竞争

- 
- (1)、市场职能
  - (2)、驱动型组织
  - (3)、向市场驱动组织转变的关键点

## 二、市场营销战略制定

- 1、了解企业任务
- 2、明确营销目标
- 3、分析现有业务
  - (1)市场增长率/市场占有率矩阵法
  - (2)多因素投资组合矩阵法
- 4、发展新业务
  - (1)密集性增长
  - (2)一体化增长
  - (3)多元化增长。
- 5、制定营销战略的三个核心要素
  - (1)选择价值
    - A、了解消费者需求
    - B、确定目标对象
    - C、制定价值组合
  - (2)提供价值
    - A、产品设计
    - B、采购生产
    - C、销售
    - D、送货
  - (3)宣传价值
    - A、包装
    - B、广告
    - C、促销/公关
- 6、制定营销战略实施步骤
  - (1)、顾客现状分析
    - A、顾客需求分析
    - B、顾客分类
  - (2)、企业现状分析
    - A、品牌经营分析
    - B、企业核心竞争力
  - (3)、营销战术设计
    - A、产品定位战术
    - B、价格制定战术
    - C、通路建设战术
    - D、顾客沟通战术
  - (4)、团队打造与管理
  - (5)、市场营销管理

**练习：如何制定企业营销战略？**

---

## 第三部分：企业营销计划制定

### 一、什么是营销计划

- 1、营销计划结构
- 2、营销计划与市场计划、销售计划的关系

### 二、营销计划制订的步骤

- (1)、确定经营目标
- (2)、进行外部营销调研
- (3)、进行内部营销调研
- (4)、实施 SWOT 分析
- (5)、做市场假设
- (7)、确定营销目标/估计预期结果
- (8)、研究营销策略/行动计划
- (9)、确定计划，包括广告/促销计划
- (10)、安排预算
- (11)、作书面计划
- (12)、传达计划
- (13)、运用控制系统
- (14)、复查和更新

### 三、营销计划的制订方法

- 1、形势分析
  - (1)内部营销调研
  - (2)外部营销调研
  - (3)SWOT 分析
- 2、营销目标确定
- 3、营销策略制订
  - (1)品牌策略设计
  - (2)产品策略设计
  - (3)价格策略设计
  - (4)通路策略设计
  - (5)促销策略设计
  - (7)传播策略设计
- 4、市场行动计划制订
  - (1)市场计划的内容及原则
  - (2)市场的费用管理
  - (3)典型问题说明
- 5、销售行动计划制订
  - 1 销售指标的分解
  - 2 销售激励方式选择
  - 3 销售费用的管理

**案例：某企业营销计划制定流程及策略**