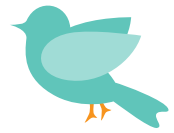




Dr. Xie Ming



Associate Professor  
Nanyang Technological University  
mmxie@ntu.edu.sg

## 营销的内涵

2013. 1. 15

营销由营与销两字组合而成。营指经营市场。销指销售产品。因此，营销的内涵包括经营市场、销售产品这两部分。

经营市场的目的是打败竞争对手、占领更多的市场份额。市场中常见的现象是大鱼吃小鱼、快鱼吃慢鱼、强鱼吃弱鱼。那么要如何做市场呢？

首先是市场定位和市场细分。策略有两种：一是宁做大水池中的小鱼也要避免做小水池中的大鱼；二是宁做蓝海中的小鱼也要避免做红海中的大鱼。只要小鱼能占寨为王 (to be the best in our own small, or big, territory), 它就有朝一日会成长为大鱼。

其次是打败对手、赢得竞争。做市场的第一个问题是：谁是竞争对手？第二个问题是：如何打败对手？赢得竞争的策略有两种：价格战和差异战。产品的价格由三部



分组成：一是交换价值（取决于功能和生产成本），二是使用价值（取决于质量和售前/售后服务），三是符号价值（取决于品牌和信誉）。产品的差异性来自三个方面：一是功能（即：多少），二是质量（即：多好），三是品牌（即：多真）。

销售产品的目的是把产品变为商品、方案和竞争力。同时，销售产品必须做到开拓新客户、留住现有客户。只有这样才能积累客户，提高市场份额。那么要如何做销售呢？

首先，开拓客户的方法有三种：一是用产品的外观去吸住客户的眼，二是用产品的功能去打动客户的手，三是用产品的质量去感动客户的心。

其次，留住客户的策略也有三种：一是和客户建立交易关系（产品成为客户购买的商品），二是和客户建立顾问关系（产品成为客户购买的方案），三是和客户建立合作关系（产品成为客户购买的竞争力）。

