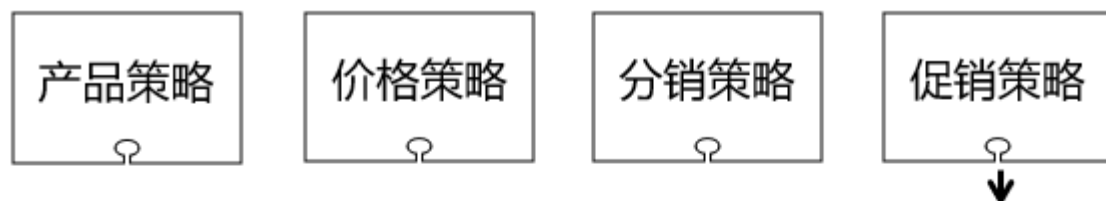


第四部分：考点内容



促销组合构成要素-促销组合策略的类型

(1) 促销组合构成要素

①广告促销 ②公关营销 ③营业推广 ④人员推销

(2) 促销组合策略的类型

①推式策略 ②拉式策略 ③推拉结合策略

促销组合构成要素-促销组合策略的类型

①广告促销

广告的优点：

能有效地与大量受众沟通；人均费用相对较低；能通过图像、声音或文字为企业或产品塑造独特的个性与形象。

广告的缺点：

需要花费大量资金；面对参差不齐的大众，缺乏针对性和灵活性，因而容易造成浪费；提供的信息量以及获得消费者反馈受到较大限制。

②公关营销

是指通过有效的公共关系策略和手段，将企业和产品的信息传播给消费者，并通过为企业及其产品建立良好的公众形象和关系来促进销售。

包括：媒体宣传、事件营销、口碑营销、公益事业和危机公关等

公关营销的优点：

成本较低，可信度较高；能够立足很小的细分市场，具有影响特定消费群体的能力；避免各种冲突，易于与目标消费者进行密切沟通；能够有效树立企业正面形象。

公关营销的缺点：

如果策划不当、组织不周、企业公关部门和营销部门协调不力，可能导致效果欠佳甚至失败。

③营业推广

是指企业采用非媒体手段而进行的产品推广活动。

常见的营业推广办法有以打折、抽奖、优惠、赠品、满减、团购等手段吸引消费者前来购买；通过店铺的装饰和陈列，营造出吸引消费者的环境和氛围。

营业推广的优点：

能够有效吸引和维护客户；能够快速见效；操作比较简单，成本较低，风险性小。

营业推广的缺点：

不能充分体现与品牌、产品相关的优势；频繁的打折、抽奖、优惠等活动有可能使客户认为产品的质量下降或原来的定价过高；如果一些推广活动举办不当，可能会使消费者的购买量起伏不定，对增加实际销售量帮助不大。

④人员推销

是企业销售人员直接与潜在购买者进行面对面的交流，说服对方购买某种产品或服务的过程。

人员推销的优点：

企业销售人员能够与顾客双向互动，向顾客传递完整、详细的产品信息，观察、揣摩顾客的反应和真实想法，并及时回答顾客提出的问题；能够通过现场演示对技术、性能较为复杂的产品进行有效的推销；有利于企业建立、维持、加强与顾客的长期关系；有利于企业了解市场，提高决策水平。

人员推销的缺点：

推销成本如时间成本、差旅费用和演示费用等较高；接触面比较窄，不适于较大规模的推销活动。

促销组合构成要素-促销组合策略的类型

①推式策略

是指企业通过销售人员和中间商将产品或服务“推”向消费者，以影响、推动他们作出购买决定。推式策略可以通过销售人员直接与潜在购买者进行面对面的交流，说服他们购买某种产品或服务，以及举办产品演示等活动来实施。

②拉式策略

是指企业通过开展直接针对消费者的促销活动，吸引、激励他们主动购买产品或服务。企业通过广告、电视、网络等媒体传播产品信息，以及通过折扣、满减、赠品等活动刺激消费者的购买欲望，都可以有效实施拉式策略。

③推拉结合策略

是指企业综合采用推式策略和拉式策略，以更有效地增加消费者需求和产品、服务的销售量。

经典考题

【例-单选题】某城市为了解决上下班高峰时段地铁拥挤问题，制定了非高峰时间段低于高峰时间段票价方案。

根据定价策略，该方法属于（ ）。

- A. 动态定价法
- B. 差别定价法
- C. 渗透定价法
- D. 质优价低定价法

答案：B

解析：差别定价是指对市场不同部分中的类似产品确定不同的价格。题目中针对上下班高峰期地铁拥挤问题，制定非高峰期票价低于高峰期票价的方案正是采用了差别定价的价格策略，选项B正确。

【例-单选题】甲公司是一家家用电器生产企业，其生产的蓝光播放机首次投放市场，为了扩大蓝光播放机的销量，甲公司对其首次上市定价采用了低于其他企业价格的策略。甲公司对蓝光播放机首次上市采用的产品上市定价法是（ ）。

- A. 渗透定价法
- B. 转移定价法
- C. 细分定价法
- D. 撇脂定价法

答案：A

解析：本题考核的是产品上市定价法的内容。渗透定价法是指在新产品投放市场时确定一个非常低的价格，以便抢占销售渠道和消费者群体，从而使竞争者较难进入市场。所以选项A是正确的。