



第三节 市场营销组合策略

【知识点】渠道策略

渠道策略是整个营销系统的重要组成部分，主要包括渠道的构建、管理与评估等内容。

渠道策略将在第四章进行详细阐述。



第三节 市场营销组合策略

【知识点】促销策略

（一）促销组合

促销组合也称营销沟通组合，就是企业把广告，人员推销，销售促进，公共关系和直复营销等方式有目的，有计划地组合在一起，巧妙运用，以求达到最佳的促销效果。

营销人员可以选择两种基本的促销组合策略——拉引策略与推动策略。



第三节 市场营销组合策略

(1) **拉引策略**。拉引策略是指**生产商**为唤起**顾客的需求**，主要利用广告和公共关系手段，极力向消费者介绍产品及企业，使他们产生兴趣，吸引、诱导他们来购买。

这个策略表明生产商的营销努力针对最终消费者，引导他们购买产品，因而对卖方比较有利，在销售时具有主动性。

(拉动消费、以需定产)



第三节 市场营销组合策略

(2) **推动策略**。推动策略即生产商运用人员推销和销售促进，将产品由生产商向批发商推销，再由批发商向零售商推销，最后再由零售商向消费者推销。这是一种较为传统的促销策略。这种策略表明生产商的营销努力针对渠道成员，引导他们持有产品并推销给最终消费者。因此，推动策略对买方较为有利。（以产定需）



第三节 市场营销组合策略

【单选】某企业密集大量的投放电视广告，以吸引消费者购买其产品，该企业的促销策略属于（ ）。

- A. 无差异营销策略
- B. 差异性营销策略
- C. 拉引策略
- D. 推动策略

答案：C

解析：拉引策略是运用广告和公共关系来吸引消费者购买产品，该企业用电视广告吸引消费者，所以属于拉引策略，故选C。



第三节 市场营销组合策略

(二) 广告

(1) 广告定义

广告是指广告主以付费的方式，有计划地通过媒体向所选择的消费对象宣传有关商品或服务的优点和特色，引起消费者注意，说服消费者购买使用的促销方式。



第三节 市场营销组合策略

(2) 广告功能

①**展示**功能。通过广告，企业向外界充分公开和展示产品和企业信息。

②**认知**功能。广告能提高企业产品及品牌的知名度，从而促使消费者接受和认同产品。

③**激发**功能。广告能引起消费者的注意，诱发和刺激消费者的兴趣与欲望，从而促成消费者的消费行为。

④**引导**功能。通过广告，企业能够传达新的消费观念，引导消费者形成某种消费习惯。



第三节 市场营销组合策略

（三）人员推销

1. 定义：人员推销是指由企业派出推销人员或委派专职推销机构向目标市场的顾客介绍和销售商品的经营活动。

2. 推销队伍的结构类型（4个）

（1）地区型结构。每一位推销人员分管一个地区，负责在该地区推销企业的所有产品。

（2）产品型结构。每一位推销人员负责一种或一类产品的推销工作。



第三节 市场营销组合策略

(3) 顾客型结构。按照顾客类别分配推销人员。例如，按顾客所在的行业和规模分别安排不同的推销人员。

(4) 复合型结构。将以上几种结构综合考虑，建立复合型的结构。例如，地区型结构与产品型结构组合、产品型结构与顾客型结构组合、地区型结构与顾客型结构组合等。



第三节 市场营销组合策略

（四）销售促进

销售促进是指在一个较大的目标市场中，为了刺激需求而采取的能够迅速产生激励作用的促销措施。

针对消费者的销售促进工具，有价格促销、赠品促销、抽奖、会员与积分、免费试用等；针对中间商的销售促进工具，有价格折扣、津贴补助、销售奖励、培训支持等；针对推销人员的销售促进工具，有提供业务培训、奖金、佣金等。



第三节 市场营销组合策略

（五）公共关系

公共关系是指企业为取得社会、公众的了解与信赖，**树立企业及产品的良好形象**而进行的各种活动。

企业公关活动的主要对象是**社会公众**，包括两部分：①**企业外部公众**，如顾客、媒体、政府、社会组织和商业团体及竞争者。②**企业内部公众**，如企业决策部门与内部职工。



第三节 市场营销组合策略

（六）直复营销

直复营销是指企业不通过中间商而是直接与目标顾客接触，从而达到获取目标顾客的快速反应并培养长期顾客关系的活动。

直复营销的主要方式包括：

①直邮营销，即寄送相关产品的宣传和提示信息给目标顾客，如寄送信件、目录、广告、样品、宣传手册等。

②电话直复营销，即使用电话向目标顾客或客户直接销售产品。



第三节 市场营销组合策略

（六）直复营销

直复营销是指企业**不通过中间商而是直接与目标顾客接触**，从而达到获取目标顾客的快速反应并培养长期顾客关系的活动。

直复营销的主要方式包括：

③电视直复营销，即通过电视向目标顾客销售产品，如电视直销广告、家庭电视购物频道等。

④网络直复营销，即通过互联网向目标顾客销售产品。



第三节 市场营销组合策略

【单选】某企业在知名网络平台开设直播间，面向普通消费者销售产品，这种促销策略属于（ ）。

- A. 广告促销
- B. 销售促进
- C. 直复营销
- D. 公共关系

答案：C

解析：直复营销是指企业不通过中间商而是直接与目标顾客接触，网络直复营销，即通过互联网向目标顾客销售产品。故选 C。



第三节 市场营销组合策略

【小结】

产品策略	①产品组合策略（扩大、缩小、延伸、现代化） ②包装策略（8种） ③新产品开发（新产品分类3种；新产品开发策略分类3大类：方式、革新程度、时机）
定价策略	①定价方法 成本导向定价法（成本加成定价法、目标利润定价法） 需求导向定价法（认知价值定价法、需求差别定价法） 竞争导向定价法（随行就市、竞争价格、密封投标） ②新产品定价策略（撇脂定价策略、市场渗透定价策略、温和定价策略） ③产品组合定价策略（产品线定价、备选产品定价、附属产品定价、副产品定价、产品束定价）
渠道策略	——
促销策略	促销组合、广告、人员推销、销售促进、公共关系、直复营销