



项目一 市场营销策划认知

项目描述

- **1.项目背景**
- **21世纪被称为新经济时代，要适应这个时代，唯有“学习”与“创新”。将创新付诸行动的主要行为之一就是策划，于是**一个闪亮的名词“策划”，一种新兴的职业“策划业”便出现、推广、普及。而当代企业要想在迅速变化的市场环境和日趋激烈的竞争中求生存、谋发展，必须对其营销行为进行超前规划，也就是要做好营销策划工作，因此，营销策划已被很多企业视为竞争取胜的法宝和企业营销活动的高招。

项目描述

○ 2.项目目标

- 本项目目标要求学生理解市场营销策划的含义；了解市场营销策划所包含的内容；掌握市场营销策划过程中的典型工作任务；了解从事营销策划应具备的知识、素质和能力，从而轻松迈入营销策划学习的大门。

○ 3.项目目标及任务流程图 ([图1-1](#))

任务实施

○ 案例赏析

“超女”：营销策划创造的青春偶像与营销神话

- 从**2005**年开始，一个娱乐节目引起了全国亿万观众，尤其受到青少年的关注、参与和追捧，这就是湖南卫视携手蒙牛集团推出的“超级女声”。无门槛的各地海选吸引了无数追求梦想的女性积极报名参与，即使是没有参加比赛的观众，也可以通过发送手机短信支持自己喜欢的选手；多层次的晋级赛更是万众瞩目。最终，“超级女声”节目赢得了**15**万报名选手，更有每周超过**2000**万名观众的热切关注，决赛阶段的收视率更是疯狂飙升。海选、PK、玉米、凉粉等也成为新的流行语；李宇春、张靓颖、何洁、周笔畅等一批由观众自己“选秀”出来的女孩一夜成名，变身成为家喻户晓的青春偶像，李宇春还登上了美国《时代周刊》亚洲版的封面。

任务实施

- “超级女声”创造了李宇春等青春偶像，也创造了蒙牛酸酸乳的营销神话。对蒙牛集团、湖南卫视、天娱传媒有限公司、电信运营商以及掌上灵通公司来讲，“超级女声”也是“财神女”。“超级女声”的热播，吸引了无数人的眼球，成就了不少有明星梦的年轻人，同时也让蒙牛集团、湖南卫视、手机短信运营商等财源广进。尤其是赞助商蒙牛集团，其产品酸酸乳的一切活动皆与“超级女声”挂钩。产品包装、海报，以及所有电视广告、网络广告、广播广告都打上了“超级女声”的标志，广为传播、随处可见，一时蒙牛酸酸乳品牌变得与“超级女声”密不可分，其销量激增。据AC·尼尔森的调查结果显示，**2005年6月**，蒙牛酸酸乳在广州、上海、北京、成都**4**城市的销售超过**1**亿升，是**2004**年同期的**5**倍。**2005**年，蒙牛酸酸乳的销售额达到**27**亿元，湖南卫视的广告收益达**1**亿多元，短信收益也达到了**3000**万元。

任务实施

- 这场让亿万中国人兴奋不已的娱乐盛宴背后，是蒙牛集团和天娱传媒周密有序的营销策划。正是营销策划创造了“超级女声”青春偶像和蒙牛营销神话。从蒙牛集团确定酸酸乳的目标市场，到选择与“超级女声”合作，到不花钱用**2004**年“超级女声”亚军张含韵作为形象代言人，到在长沙、成都、郑州、广州、杭州，而不在北京和上海进行海选，再到酸酸乳的铺货和促销，整个过程聚焦于**13~20**岁女孩的需求，将娱乐与营销整合成一体，全过程不断地“爆料”、炒作，尽现营销策划之能事。“超级女声”营销策划紧扣目标顾客的心理，让电视观众每周一次，惯例式参加节日般的体验，观众不再是“沙发上的土豆”，而是互动营销的参与者，是他们设计出了自己的青春偶像。

任务实施

- 因此，“超级女声”的成功不仅在于电视节目和宣传形式的新颖，更在于它的联盟合作、互动炒作的整合营销策划模式，才带来了轰动效应，创造了企业、电视台、移动运营商共赢的局面，实现了营销与娱乐的完美结合。“超级女声”策划被众多媒体和专业机构评为**2005**年最佳营销策划案例之一。而且，随着**2006**年的“超级女声”继续热播，这个神话还在继续……
- 一、什么是市场营销策划
- 市场营销策划简称营销策划，是市场营销策划活动的主体，根据企业的整体战略，在企业内部条件和外部环境分析的基础上，设定预期的营销目标，并精心构思、设计和组合营销因素，从而高效率地将产品或服务推向目标市场的操作程序。营销策划有以下特点：

任务实施

- **1.具有创新思维性**
- 营销策划是从新的视角，用辩证的、动态的、系统的和发散的思维来整合营销策划对象所占有和可利用的各类显性资源和隐性资源，在新的排列组合方法指导下，使各种生产要素在生产经营的投入、产出过程中，形成最大的经济效益。
- **2.一项系统工程**
- 营销策划实质上是运用企业市场营销过程中所拥有的资源和可利用的资源构造一个新的营销系统工程，并对系统中的各个方面，根据新的经营哲学和经营理念进行轻重缓急的排列组合。

任务实施

- **3. 一门可操作的实践学科**
- 营销策划就是在创新思维的指导下，为企业的市场营销拟定具有现实可操作性的营销策划方案，提出开拓市场和营造市场的时间、地点、步骤及系统性的策略和措施，而且还必须具有特定资源约束条件下的高度可行性。
- **二、市场营销策划的作用**
- **1. 利于塑造市场导向型企业**
- 营销策划的实质是对顾客需求的策划，直接结果是让产品畅销，而长期性的营销策划，则是通过营销策划的谋略和执行，建立起一个能够以市场为导向，创新性地综合应用营销多种手段的营销型企业。养生堂、农夫山泉、朵而等产品通过营销策划塑造出一个市场导向型企业，从而推出的每个产品在市场上都获得了很大的成功。

任务实施

- **2.利于产品销量的提高**
- 通过营销策划，企业能够认真分析企业所处的营销环境，辨明市场机会和竞争威胁，找到一个能够显示企业竞争优势的市场位置，引起消费者的关注和兴趣，从而激发消费者的购买欲望。即使一些消费者对脑白金的广告产生反感，但脑白金仍然是一个通过营销策划有力地推动产品销售的很好例子。
- **3.利于企业形象的提升**
- 营销策划不仅是为了产品销量的迅速提高，也需要长远考虑企业形象、企业核心竞争力的提升。
- **实例**
- **2004**年中石化集团花费**8**亿元人民币获得**F1**的冠名权；**2006**年，其又获得润滑油产品**2008**年北京奥运会赞助的唯一资格，扩大了中石化在全球的知名度，提升了企业形象。

任务实施

- 三、市场营销策划的内容及典型工作任务分析
- 市场营销策划工作流程如[图1-2](#)所示；市场营销策划的内容如[图1-3](#)所示。
- 1.市场调研
- 市场调研是营销策划的前提。在此工作阶段，调研的内容有：
①市场形势了解；②产品情况了解；③竞争形势了解；④分销情况了解；⑤宏观环境了解。以上是整个营销策划的基础，只有充分掌握了企业、产品的情况，才能为后面的策划打下稳固的基础。

任务实施

- **2.SWOT**分析
- **SWOT**分析是营销策划的基础。在市场调研客观全面地分析企业市场情况的基础上，对特定企业进行**SWOT**分析，包括优势与劣势、机会与威胁分析。并对结果进行综合分析，提交报告，为制定营销目标、营销战略与营销组合策略及措施等打好基础。
- **3.目标与定位**
- 目标与定位是营销策划的核心。在此阶段，通过市场细分、确定目标市场和市场定位，制定企业整体目标与营销目标及定位，为拟定行动方案提供基础。

任务实施

- **4.策略与组合**
- 策略与组合是营销策划的关键。根据企业营销战略的要求，对各种可控因素加以整合策划。其可控因素分为**4P**与**4C**，**4P**：产品（**Product**）、价格（**Price**）、渠道（**Place**）和促销（**Promotion**）；**4C**：顾客（**Consumer**）、成本（**Cost**）、方便（**Convenience**）、沟通（**Communication**）。
- **5.创意与方案**
- 方案撰写是营销策划的最后一个步骤。就是将营销策划的最终成果整理成书面材料，即撰写营销策划书，也叫企划方案，方案主体部分包括现状或背景介绍、分析、营销策划的目标、战略、策略、计划与控制。

任务实施

- **6.管理与评估**
- 管理与评估是营销策划的保证，有三个阶段，①调整。按照企业要求对存在分歧的问题进行分析研究，提出具有可选择性的解决建议，并随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。
- ②执行。根据营销策划书的要求，实施各项推广方案及措施。
- ③评估。方案实施后，其效果如何，要用特定的标准、方法及报告来进行检测和评价，并随时反馈评估结果。
- **举例与实践**
- ××汽车销售企业营销策划工作流程及任务 ([图1-4](#))

任务实施

○ 四、营销策划组织结构及工作特点

○ （一）营销策划的组织

○ 1.单部门营销策划

- 单部门营销策划的一般程序是：根据企业最高决策层规定的营销任务、总目标、战略方向，营销部门经过充分的调查、分析、策划后，制定出某项具体营销活动的计划方案，并将该计划方案（可以同时提出几套方案）送交决策层审核。决策层可以批准这个方案，也可以提出新的指导原则将计划退回，营销部门则重新按照策划过程进行修订，直至上下都满意的方案出现为止。修订方案的原因可能有两种情况：营销部门所策划的方案不符合企业总体营销目标的要求；营销部门所策划的方案使企业决策层改变了原先的初步设想和战略，如**图1-5**所示。

任务实施

- **2.多部门营销策划**
- 多部门营销策划的一般程序是：企业设立代表决策层的战略计划部门，负责听取营销部门及其他职能部门的意见，然后对企业的市场营销活动进行战略计划分析，规定在企业总体营销策划中各部门的任务与必须达到的目标，并承担对企业营销策划实施的评价与控制。营销部门和各职能部门则根据自己应该承担的任务和规定目标，制定各自具体的营销计划方案，经确定后执行并随时接受相关部门的评价与控制，如**图1-6**所示。

任务实施

- **3.借用“外脑”营销策划**
- 企业还可聘请专业营销咨询公司的营销顾问协助自己企业进行策划；也有些企业将一些技术性较强的营销实务的策划，如市场调研、预测、广告项目的策划等，委托营销咨询公司进行，即借用“外脑”。借用“外脑”进行营销策划的一般程序是：营销咨询公司根据企业委托的咨询项目内容，或授予的顾问权限进行营销策划。策划方案得到企业认可后，营销咨询公司按规定收取咨询服务费。

任务实施

- 举例与实践
- 世界著名策划机构
- 跨国智囊团——国际应用系统分析研究所、“世界脑库”的杰出代表——美国兰德公司、现代咨询业的巨人——美国麦肯锡管理咨询公司、现代咨询领域的多面手——美国斯坦福国际咨询研究所、追赶兰德的脑库——日本野村综合研究所、战略问题的高手——德国罗兰贝格公司。
- 中国策划机构或网站
- 中国策划研究院、中国策划协会、中国策划专家网、中国策划网、中国策划创新网、中华策划网、中国策划师网、中国注册策划师网、中国营销策划师网、中国策划人才网、中国商务策划师网、中国营销策划网等。

任务实施

- (二) 营销策划工作的特点
- **1.项目小组制**
- 项目小组制又称专项工作小组制。营销策划公司开展业务活动大多采用扁平式的管理模式和运行机制，主要以专项营销策划工作任务（如某项产品或服务、某个事件、某种活动等）为中心，组成项目小组，每个项目小组自成系统，既可独立运作完成某一项目，又可协同工作，共享公司信息、技术、人力资源。
- **2.团队合作化**
- 营销活动的综合性、跨界性特点决定了策划的整体协作，包括项目确立、目标定位行动方案等工作，必须在团队合作的前提下才能顺利实施。因此，每个项目组成员必须具备整体观念与合作意识，形成优化的工作结构和系统化的分工。

任务实施

- **3.创意新颖性**
- 营销策划的灵魂是创意。创意承载思想，将新理念、新思维、新战略、新策略、新方法、新技术引入营销活动，整合资源，以最小的投入获取最大的效果。虽然我们可以人为地将营销策划工作流程分为市场调研、**SWOT**分析、目标与定位、创意与方案、策略与组合、管理与评估等六个典型工作步骤，但事实上，营销策划是一个有机的整体，在每一个工作步骤中都隐藏着“创意的踪影”。一个好的创意可以大大地缩短产品与消费者的距离。从这个意义上说创意是整个营销策划中的核心和灵魂所在，如[图1-7](#)所示。

任务实施

○ 实例

Beijing2008：同一个世界，同一个梦想

- **2008年8月8日晚8时**，历史将永远铭记这一时刻——灿烂的焰火给古老的北京城带来了火树银花的不夜天，第**29**届奥林匹克运动会开幕式在国家体育场隆重举行。全球超过**40**亿人通过电视和网络目睹了这一伟大的时刻，分享了奥林匹克的荣耀与梦想。
- **1.最经典的创意：29个焰火大脚印幻化为“奥运五环”**
- 焰火营造的**29**个空中大脚印之创意可谓前无古人，它将整个北京城变成了一个大舞台，**29**个大脚印极富空间想象力。一步步地迈向开幕式主会场——鸟巢。这不得不让人佩服策划设计师的广阔视野。

任务实施

- **2.最独特的创意：缶阵倒计时震惊全世界**
- 缶阵不仅声音震撼世界，而且其变幻出的倒计时图案与文字不得不让人惊叹。特别是最后**10**秒钟的倒计时变幻，上方是汉字，下方是阿拉伯数字，将中西方数字同时呈现，加上全场齐声的倒计时呐喊声，**9、8、7、6、5、4、3、2、1**字样，的确让全世界震撼。
- **3.最文化的创意：惊世画卷凸显中国古老文化**
- 在运动场中央展开一幅画卷本来就是一个绝无仅有的最大的创意，加上两边多媒体天衣无缝的配合，中间画面的制作过程堪称一个字：**绝！**用充满中国特色的方式，向全世界观众介绍四大发明、飞天、丝绸之路、音乐、汉字、书法等中国灿烂的古代文化。

任务实施

- **4.最新颖的创意：艺术手法放飞“和平鸽”**
- 选择了由**100**位身着素装的少女在放飞和平鸽的音乐声中，和着歌曲的节奏，交叉着双臂，挥动双手，像鸽子一样舞动着翅膀。**1**万多名现场的运动员、体育场内**9**万多名现场观众，每一个人都发自内心地举起手，放飞自己心中的和平鸽。这是奥林匹克历史上最简单、最独特、参与人数最多的一次放飞和平鸽活动。
- **5.最得意的创意：“我们一起走”贯穿始终**
- 从最初由演员用形体绘出的水墨画、来自五大洲的孩子们在现场绘出的儿童画，到运动员入场时来自全球各地的运动员在**1**小时**40**分左右的入场仪式中，先后走过铺在体育场内的这幅“画”，用五颜六色的脚印绘成的色彩斑斓的画卷，构成了一副全新的动人画卷。

任务实施

- **6.最喜欢的创意：绝世太极演绎自然**
- 太极拳表演不仅表现出了刚柔相济的效果，其不断快速变化的阵形与几位单独表演者表演时的光影衬托，都全新演绎了中国太极“天人合一”的意境，表现了中国古代哲学关于人与自然关系的思想，体现了传统与未来的交融，展现了人与自然的和谐相处。
- **7.最有效的创意：同一个地球演绎梦想**
- 同一个地球就是最简单、最直接、最有效的载体。同一个地球的创意不仅在于星球表面的电视屏幕及其变幻的不同地球景象，还在于其上不断奔跑的人所表现出的我们对生存的星球的热爱与编织的梦想。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/686155154033010051>