



HAF



哈佛震撼心灵培养社会精英的方式

HAFOZHENHANXINLINGPEIYANGSHEHUIJINGYINGDEFANGSHI

称雄美国商界
CHENGXIONG
MEIGUO
SHANGJIE

哈佛

市场营销学

[美]吉米·伍德/编著

Meiguo

经典珍藏版



北京燕山出版社

HAFO



哈佛

市场营销学

Meiguo

在美国东北部的马萨诸塞州，有一座古色古香、幽静、典雅的小城——坎布里奇，清澈透底的查尔斯河，在那里静静地流淌着。在查尔斯河南岸，矗立着一处爬满青藤的红砖建筑群，里面林木茂密，绿草如茵，这就是享誉全球的王牌学府——哈佛大学。

ISBN 978-7-5402-0870-7



9 787540 208707

02>



定价：29.80 元



HARVARD



哈佛震撼心灵培养社会精英的方式

HAFOZHENHANXINLINGPEIYANGSHEHUIJINGYINGDEFANGSHI

哈佛

市场营销学

[美]吉米·伍德/编著



北京燕山出版社

图书在版编目(CIP)数据

哈佛市场营销学/刘振明 编著. 北京:北京燕山出版社,1997.5
(2008年10月重印)

ISBN 978-7-5402-0870-7

I. 哈… II. 刘… III. 市场营销学 IV. F713.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 04929 号

责任编辑:里 功

版式设计:梁 艳

封面设计:李晓伟

北京燕山出版社出版发行

北京市宣武区陶然亭路 53 号 100054

新华书店经销

北京市顺义区康华福利印刷厂印刷

880×1230 毫米 开本 1/32 印张 11 230 千字

2008 年 6 月第 3 版 2008 年 10 月第 4 次印刷

定价:29.80 元

前 言

哈佛大学是美国最古老的高等学府,也是美国和世界最负盛誉的名牌大学之一。三百年来,哈佛大学人才辈出,有从政的美国总统,也有获得诺贝尔奖金的学者,但更多的则是大财团中的决策者。《哈佛市场营销学》主要介绍了深受人们欢迎的哈佛营销学课程的内容,以及哈佛学子在市场营销方面所取得的巨大成就,系统地分析了哈佛弟子们在企业管理策略、商场营销秘诀、为人处世艺术等方面的成功经验,它不但是初涉商界者的经典,也是经理们营销的至理名言。



CATALOGUE

目 录

第一章 哈佛市场营销策略

抛砖引玉在谈判中常被运用,理由很简单,谈判中谁都不能说服对方,只得寻找一个讨巧的方式,抓漏、散打或引对方上钩,以显示己方的优势,捅了对方的漏洞,从而占据主动权。

一、具有神奇色彩的哈佛大学\2

二、哈佛的商场营销经验\8

三、怎样当好推销员\21

四、如何进行商场谈判\32

五、哈佛的营销分析技巧\44

第二章 哈佛市场推销艺术

如果你在自己的营销活动中,没有与购买者相约时间,在营销中等待你的不是成功,那将是失败,请你注意时间的关键。假使偶尔成功,那便是一个黄色的预警灯,即使这方面自己做得不坏也应该“加固”一下这个观念。

- 一、哈佛的经营谋略\58
- 二、商业关系面面观\74
- 三、哈佛的营销效率观\83
- 四、商业交谈中所应注意的问题\102
- 五、推销的基本途径\112

第三章 哈佛营销成功之道

没有干过企业的人,大概也能够对企业的形象描绘出个一来,但是,怎样迅速地、敏捷地掌握市场因素的变化而引起的经营状况的变化,并作出根本的、重要的分析。就必须经过实践模拟训练和实习,就必须有一定的经验。

- 一、成功者的三大技能\126
- 二、知己知彼,百战不殆\139
- 三、在营销中不断充实自己\157
- 四、尽全力战胜对方\167

第四章 哈佛的营销决策学

有些人订做的衬衫上绣上自己名字的英文缩写,也有些人要带镶有名字缩写的项链,这不是怕和别人的东西混淆,或是怕失窃,而是为了表示自己名字的重要。

- 一、决策的主要方法\184
- 二、零销与分销\192
- 三、对推销者的组织安排\196
- 四、推销必须有的放矢\214
- 五、哈佛的商用口才\224



第五章 哈佛的营销竞争术

在商海横流,潮起潮落中,如果只能被时代造就,那就是弱者;如果敢于创造时代,那就是强者。这就是人类进化过程中所产生的问题。弱者常常被一叶障目,而看不见泰山;强者纵然是面对大山,也要搬掉。历史本来是公正无私的,但是它也难以把每一个人都造就成强者。这就是只有强者才能抓住机缘。

一、营销与市场竞争\238

二、在超越自我的基础上超越他人\250

三、怎样才能俘获客户\262

四、营销财务管理\275

第六章 哈佛营销管理学

哈佛商场分销策略是市场营销组合策略中的重要组成部分。企业除了重视产品策略、定价策略及促销策略外,合理制定分销策略,选择中间商及有效地安排商品的实体分配,也是企业市场营销的一项重要任务,是提高企业营销效益的重要方面。而分销策略又是个较复杂的问题,企业一旦选定中间商后,一般难于经常改变,因此,企业在制定分销策略时必须十分慎重。

一、营销中的用人技巧\292

二、营销中的管理技巧\301

三、营销中的组织技巧\315

四、营销中的分工、合作技巧\330



第一章

哈佛市场营销策略

抛砖引玉在谈判中常被采用,理由很简单,谈判中谁都不能说服对方,只得寻找一个讨巧的方式,抓漏、散打或引对方上钩,以显示己方的优势,捅了对方的漏洞,从而占据主动权。

一、具有神奇色彩的哈佛大学

哈佛大学是美国历史最悠久的大学。300 多年来,美国有 6 位总统,32 位诺贝尔奖金获得者,美国 500 家大财团中三分之二的决策经理们,都是从这里走出来的。

美国最古老的高等学府就是哈佛大学,它也是美国和世界最享有盛名的名牌大学之一。它建于 1636 年。当时,马萨诸塞海湾殖民地成立才 6 年,移民组织为了保存欧洲的传统文化,决定建立一所培养牧师为宗旨的学校。在英国剑桥大学受过教育的 70 人组成建校委员,所以就把这所学校取名“剑桥”。而它的所在地的地名,称作坎布里奇了。两年后,一位名叫约翰·哈佛的建校委员捐给学校一个图书馆和他拥有财产的一半。哈佛学院便由此而来。至今,在哈佛校园内,仍端坐着手捧书本的约翰·哈佛铜像。

一座拥有 10 万多人口的坎布里奇小城,座落在查尔斯河畔,与马萨诸塞州的首府波士顿隔河相望,就像一个城市一样。本来人们讲起哈佛大学,都说是在波士顿,因为坎布里奇是属于大波士顿区的。坎布里奇比起波士顿来,更显得古老苍翠,幽静典雅。它与美国独立革命的历史紧密相连,1775 年 7 月 3 日,在这里就任大陆革命军总司令的就是乔治·华盛顿将军,他发动了美国独立战争的第一个战役。在市内的民众公园里,还保留有当年作战的大炮,高耸着和平纪念碑。停泊在查尔斯河畔的“宪法号”军舰,现已成为博物馆,陈设着 52 门大炮及各种文物和资料,舰上挂着 15 颗星的美国旗,象征着当时组成美国的 15 个州。

坎布里奇市,是一座学术气氛极为浓厚的小城。这里除了哈佛大学之外,还有另一所名牌大学——麻省理工学院,这两所大学使它形成了一个大学王国。坎布里奇由此颇有名气,成为无人不知,无人不晓的城市。市内的商场、餐馆、书店等,几乎都是为大学而存在的。美国的大学,自己一般不办服务,而让社会自愿地为它服务。不是“大学办社会”,而是“社会办大学”。

哈佛校园里的教学楼、宿舍、图书馆、博物馆等建筑物,命名大多是用捐献者的名字。一幢幢红砖建筑,墙上爬满了常春藤。茂密的林



木,如茵的草坪,整洁的林荫路,衬托出一幅古老高等学府的图画。从而又显示出哈佛大学的典雅幽静,给人以美的享受。美国著名的“常春藤联盟大学”的首领是哈佛大学。常春藤联盟,是美国东北部8所历史最悠久的名牌大学。因校园内建筑物的墙上爬满了常春藤,名称便由此产生。这8所大学分别是:哈佛、耶鲁、普林斯顿、哥伦比亚、布朗、达特默思、宾法尼亚、康乃尔。它们举行的校际体育联赛,也叫做“常春藤联盟大学”联赛。

哈佛学院改名为哈佛大学是在1780年。自1865年起,学校逐步脱离了教会和政府的控制,在行政和财政上实行独立自主。学校的领导机构,是校友大会选出的由6名成员组成的董事会。哈佛像美国私立大学一样,不仅是一个学府,也是一个企业,它的财产和基金达14亿美元,经营投资和股票生意。它成了一个自主经营,自负盈亏的企业单位。它的年度报告,首先是讲财政收入,其次才讲教学和科研情况。近几年的年度预算总额,平均在5亿多美元。其中经营和利息收入约占21%,学费收入约占29%,捐赠约占14%,举办体育比赛和出版物的收入约占12%,联邦政府资助的奖学金和研究费约占24%。

300多年来,哈佛大学为美国培养了无数的政治家、科学家等一些其他方面的人才。到目前为止,有6位美国总统出身哈佛,他们是约翰·亚当斯、约翰·昆西·亚当斯、拉瑟福德·海斯、西奥多·罗斯福、富兰克林·罗斯福、约翰·肯尼迪。哈佛出身的著名人文学家、作家、历史学家有亨利·亚当斯、约翰·帕索斯·拉多夫·爱默生、亨利·梭罗、亨利·詹姆斯;心理学家威廉·詹姆斯;新闻记者沃尔特·李普曼和约瑟夫·艾尔索普等。著名科学家有:天文学家本杰明·皮尔斯、化学家西奥多·理查兹、地质学家纳萨尼尔·谢勒等。迄今为止,已有3名哈佛毕业生是诺贝尔科学奖金获得者。不算亨利·基辛格在内,因为他获得的是诺贝尔和平奖金,记入了政府官员的史册。仅美国总统里根内阁成员,就有国防部长温伯格、财政部长里甘、交通部长刘易斯,是哈佛大学的毕业生。哈佛大学的伟大业绩来自于教授们和学员们的一致努力。

哈佛大学现有12个学院。有教师4000多人,学生约3万人。外国留学生有1500多人,其中90%是研究生。12个学院,有8个学院(哈佛学院、拉德克利夫学院、文理学院、法学院、教育学院、设计学院、

肯尼迪政治学院、神学院)在坎布里奇。4 个学院(医学院、牙医学院、公共卫生学院、企业管理学院)在波士顿。哈佛学校的优美设施给学生们提供了一个良好的学习环境。

(1)哈佛学院 1638 年建立。是一个只招收男生的本科学院。毕业时可授予文学士或理学士学位。现有学生约 5000 名。招生条件较高,考生在高中学过一下课程方可报考四个学分英语,四个学分外语,四个学分数学,两个学分历史(包括一个学分美国史),一个学分实验科学,一个学分音乐或美术。考生要通过美国“教育测验服务部”主持的“学能测验”,学校的录取委员会还要对考生口头提问三至四次。它不仅重视考生的学业成绩,更注重考察考生是否有培养前途。看考生的意志、进取心、竞争和独立工作的能力等等。

该大学实行课程选修制教学。学生的必修课,包括自然科学、社会科学和人文科学三大类。学生可以从规定的 40 个领域中选择主修课,选修课占 60%。学习成绩优秀的学生,可以选修研究院和麻省理工学院的课程。欲取得学士学位者,要学 16 门课,其中 10 门课的成绩,须在 60 分以上,共取得 28 个学分,还要住校两年。本科生毕业后,有 60% 左右进研究院继续深造。其中大约有 18% 进医学院,20% 进法学院,20% 进经理学院。

(2)拉德克利夫学院 创建于 1879 年。只招收本科女生。是美国著名的“七姊妹女子学院”之一。它在行政管理和财政上具有一定的独立性。它按同样条件与哈佛学院联合招生,课程也大同小异,两校学生合并上课。它的毕业生,有 50% 左右进研究院继续深造。其中 17% 左右进医学院,20% 左右进法学院,10% 左右进经理学院。该院现有学生 1800 多人,其中黑人约占 10% 左右。学生大部分都住学校宿舍。

(3)文理学院 1872 年建立。是一个研究生院。可修文、理、工程硕士和哲学博士学位。现有研究生约 3000 名。该院共设有 30 个系:天文系、化学系、生物系、解剖学系、细菌学系、森林科学系、地质学系、数学系、环境科学系、统计学系、物理系、生物化学系、人类学系、历史系、心理学系、社会学系、科学史系、药理学系、美术系、英美语言文学系、凯尔特语言文学系、梵语和印地语言系、工程和应用物理学系、美国黑人研究系、经济学系、行政管理学系。



文理学院还与法学院联合开设法学博士学位课程;与教育学院合开文科教育硕士学位课程;与经理学院合开商业经济学博士学位课程。

(4) 教育学院 1920 年建立。现有学生近千人,女生约占一半。该院开设的主要课程有:数学、美术、自然科学、历史教育学、英语、教育行政管理学、教育史和教育理论、教育和社会政策、古典文学、现代外国文学、教育规划学、学习环境学、临床心理学等。有一些课程与文理学院、法学院、公共卫生学院等合开。教育学院可颁授以下学位:教育学硕士、人文科学教育学硕士、教育学博士等。

教育学院设有教育政策研究中心和教育发展研究中心。

(5) 设计学院 1874 年建立。设有建筑学系、城市规划系、园林技术系、区域规划系、都市设计系。该院主要颁授硕士学位。

设计学院设有环境设计中心、电脑图解和空间设计实验室、木工造型艺术研究室等一切高难度科研攻关项目。

(6) 约翰·菲·肯尼迪政治学院 1935 年建立。现有研究生 100 多人。该院颁授公共事务管理,公共政策的硕士和博士学位。

(7) 法学院 1817 年建立。现有研究生 1800 多人。法学院有“美国律师的摇篮”的美称,在美国和世界都享有盛名。进法学院必须有学士学位。学习三年,可获得法学博士学位。该院开设课程有:宪法、行政法、商业法、公司法、税法、法哲学、法律史、比较法、联合国法等一些其他学科。学生在律师工会会员指导下,到法院或法律扶助会参加审判或辩护学习。高材生可取得学生主办的“哈佛法学杂志”编委的职务,被认为是最高的荣誉。

(8) 经理学院 1908 年建立。现有教授约 100 人,学生 2000 人。绝大部分是研究生,约 1700 人。哈佛经理学院的影响在美国和世界上都是很大的。研究生的入学条件规定是须有学士学位和两年以上的工作经历。完成两年学习计划,可获得企业管理硕士学位。如欲继续修企业管理博士学位,需再学两年。哈佛的企业管理硕士,在美国企业界比其他学科博士要热门得多。

(9) 牙医学院 1867 年建立。招生条件是拥有学士学位,并通过统一的“牙医学院入学考试”。前两年为基础课程,有人体解剖、细胞生物学、统计学、细菌学、生物化学、病理学、生理学、药理学、内分泌学

等。后两年为临床课程,有口腔组织学、口腔病理和内科诊断、营养学、环境卫生学、消毒法、X 光学、口腔外科、小儿齿科、整形学、牙周病学、齿科材料学、牙齿解剖学等一些其他学科,哈佛牙医学院为四年学制,1980 年起改为五年学制。最后一年学生选修公共卫生学院、企业管理学院肯尼迪政治学院的课程。五年毕业,可获得牙医学博士学位。牙医学院每年仅录取学生 20 人。

(10) 神学院 1816 年建立。主要培养宗教领袖人物,研究世界各种宗教。可颁授神学博士学位。

(11) 公共卫生学院 哈佛医学院自 1909 年设立预防医学和卫生学系。1911 年首次颁授公共卫生博士学位。1922 年从医学院分出来,成立了公共卫生学院。它的教学和研究范围除疾病防治方面外,还有卫生服务系统的计划与管理方面。热带公共卫生系,以研究热带病而闻名世界。获得了诺贝尔奖金的韦勒教授担任系主任。现在该系重点研究在寄生虫单克隆抗体,将近代分子生物学应用于人体寄生虫。生理系的毒理学实验室,是一个有毒物质生物研究中心。研究化学毒物、放射线和某些病毒的促癌致癌作用。

该院开设下列课程:行为科学、生物统计学、传染病学、微生物学、环境卫生学、营养学、生理学、人口学、放射生物学、毒理学、热带公共卫生学、职业卫生学、卫生政策学、卫生管理学等一些学科。

公共卫生学院颁授的学位有:公共卫生硕士和博士、卫生政策与管理硕士、工业卫生硕士等一些其他学位。

(12) 医学院 1782 年建立。是哈佛大学最早建立的专业学院。也是美国最有盛名的医学院。它在免疫遗传、流行病、病毒致癌等方面的研究上,居于美国领先地位。在每年美国医学院的教学和科研评比中,它差不多总是名列第一。

该院的入学条件是:通过全国统一的“医学院入学考试”,经过大学医预科教育,享有学士学位医预科教育,就是在大学一般课程之外,要修一些医学基础课程,如动物生理学、生理学、胚胎学、细菌学、遗传学、比较解剖学等。四年毕业取得学士学位。这在美国一般的综合性大学都有开设。医学院四年制教育,也称医本科教育。前两年课程为基础医学,包括人体解剖、组织学、神经解剖学、生物化学、微生物学、病理学等一些学科。后两年的课程为临床医学,包括内科学、外科学、



骨科学、耳鼻喉科学、眼科学、泌尿科学、妇产科学、小儿科学、皮肤科学、麻醉学、神经科学、精神病科学、家庭医学、公共卫生学、放射学等一些其他的学科。在后两年期间,需在医院实习,取得7个部门的临床经验。第二年学习结束,要经过全国性的临床医学考试。美国大多数医学院采用此种考试成绩,作为决定学生升级、毕业的依据。在医学院修完四年课程,经过各种考试合格后,方能取得医学博士学位。

哈佛医学院还与其他专业学院联合开设一些修两个学位的课程。它与公共卫生学院合开的课程,可在五至六年内修得医学博士和公共卫生硕士学位等学位。与文理学院合开的课程,可在六至八年内修得医学博士和哲学博士学位。它与肯尼迪政治学院合开的课程,可在五年内修得医学博士和公共事务政策硕士学位。

除教学服务外做独立研究工作的单位——哈佛大学诸研究中心。这些研究中心有:国际事务研究中心、美洲史研究中心、中世纪研究中心、古希腊研究中心、文艺复兴研究中心、俄罗斯研究中心研究中心等一些其他的研究中心。此外,还有2个天文台、7个植物园和60多个科技方面实验室。燕京研究所是专门研究中国问题的。由美国著名的中国专家费正清长期主持工作。哈佛还与麻省理工学院合营城市研究中心和电子加速器。

该大学拥有规模庞大的图书资料系统。以怀德纳图书馆为中心,期刊6万多种,藏书800万余册,缩微胶片资料75万套。中文图书33万余册,仅次于国会图书馆,在美国大学中居第一位。几十个专业图书馆和资料中心有数十个,分布全校各学院。另外还有一些其他的图书馆,以供学生阅览。

哈佛大学还拥有为数众多的专业博物馆,一般大学很少有的。贮存有:考古地质博物馆、植物博物馆、地理博物馆、动物博物馆、矿物博物馆、皮博迪人类学博物馆、福格艺术博物馆、布希—雷星基德国文化博物馆等。植物博物馆中陈列数千种花,五彩缤纷、巧夺天工、连绵不断的玻璃花,被誉为哈佛的一大宝藏。这是由德国艺术家和博物学家布拉斯卡父子,花了半个多世纪的工夫,才精心制作出来的。展览厅中有两行大字:“科学中艺术的奇迹,艺术中科学的奇迹”。每年有两、三万人从世界各地到哈佛来欣赏玻璃花。

二、哈佛的商场营销经验

一名毕业于哈佛商学院对商场营销尤其精通的商场营销专家,曾经总结出这样一个秘诀:

精通商品广结客缘

随时推销善用技巧

在当今竞争日益加剧,快节奏的国际经济大环境中,这 16 字销售要诀仍不失启迪营销人员的新意。要诀应用得恰当,销售就会呈现出美好的前景,将使你称心如意。

(1) **精通商品**。不仅是需要你了解经销的商品性能、质量、包装等一些情况,在现在行业竞争激烈的形势下,仅了解上面几点是远远不够的。更重要的是,要熟悉你这一行,必须要掌握其竞争者以及市场的态势、价格的走向等一些其他方面的有关问题。现在世界信息产业传播媒体十分快捷,顾客不论是买烤箱或微波炉、汽车,或是计算机主机,都会货比三家。丁是丁卯是卯要仔细的观察对比,若你熟悉行情,为顾客提供周到详尽的商品性能和可信的询价服务,必然会赢得顾客的信任和感谢。

但是作为一名营销人员首先应对自己的产品充满信心,相信在竞争中,哪怕最后只有两个人,那么最后一个就是你。这是当好一名营销人员必备的心理素质,因为营销人员与商品之间是密切相关,缺一不可的。

(2) **广结客缘**。这是一个十分中肯的诚挚的建议。客缘广,生意隆。但是广结客缘并非仅仅是追求客户的多少,广种薄收不可取。主张薄利多销,服务态度应和气、周到,视顾客为第一亲人。如果要专访客户,一定要研究此客户的特点,周密计划营销的策略,何时拜访最佳,以期求得最有成效的收获。否则,匆忙应付,不但浪费自己的时间,同时浪费别人的时间。专访的时间要恰到好处“时机”。

(3) **随时推销**。这是人们赞赏的营销方式。从常理看,随时推销 90% 是会成功的。随时推销可以缩短资金的周转周期,从而获得较好的经济效益。但是要认真地把握好推销的温度,否则会被误解为任意打扰别人,显得缺乏修养,不成熟,给人以咄咄逼人的压迫感。



(4)善用技巧。推销本是一门艺术,是一门综合各种知识的艺术。搞营销必须懂得这一点。但在社会上,相当多的人则知其然不知其所以然。只知其一,不知其二,闹出许多不该有的笑话。他们往往在周末下午五点时,还要去拜见重要的客户,并且在当客户对自己毫无兴趣的情形下,仍要将自己的全套计划滔滔不绝的托出,大有话不说完誓不罢休的劲头。殊不知,这正是缺乏营销艺术知识的表现。

俗语有“欢喜不知愁来到”之说。具备这些常识是十分有益的,尤其在你事业顺利,生意兴隆,胜券在握时,要考虑各种因素的变化,对市场状况等方面都必须及时考虑。在1985年的秋天,一位房地产经纪人为此失去一笔获利颇丰的买卖。

那天A先生去拜见MPS公司的总裁,正巧这位衣冠楚楚的房地产经纪人带着所有的文件,要与这位公司总裁签约。由于A和公司总裁已是几十年的朋友,而且这笔交易洽商已近完成,总裁也已同意,只待签名租约便成。面对着胜券在握的交易,这位房地产经纪人有些飘飘然,竟然犯一个大忌。他话锋一转,喋喋不休地谈起前不久他刚与MPS公司的对手签订的租房契约,极力地赞叹该对手的精明远见,以图证明MPS公司的总裁同样明智有眼力地租用了他的房产。可是这时公司总裁早已站起来,将要签的文件送还给他,礼貌地对他说,谢谢你的来访,我们现在并不想立刻租房了。在送这位尚未回过神来的房地产经纪人出门时,总裁则说:“我们公司长期以来就是以富有远见、开拓、创新精神在商战中立足发展,这条道路并不是靠跟在别人的步伐后开创出来的。”这个例子,生动地告诉大家,房地产经纪人一味地只顾陶醉在即将到手的交易,却忽略顾及顾客自主抉择的自尊。

由上可知,技巧被A先生和MPS公司掌握,房地产经营人都大失所望。

哈佛商场营销学认为,当一名优秀的营销员起码应具备以下五种素质:

- 1)对自己的商品充满信心;
- 2)对自己充满信心;
- 3)有较强的时间观念;
- 4)有幽默感;
- 5)要懂得顾客并不一定将他所想买的全都告诉你。