

XIANDAI XINGXIAO ZHISHI YU JIQIAO

现代营销知识 与技巧

主 编 廖崇文 吴少平

副主编 朱 平 刘跃进

中 国 社 会 出 版 社

序 言

随着社会主义商品经济的发展,近年来有关营销理论和营销方法的译著、专著和教材大量问世,这些书籍大部分内容较深奥,并采取教科书或专论形式;而广大工商企业营销人员由于工作繁忙,没有充裕的时间去阅读并提炼出自己在工作中需要掌握的基本知识和主要技巧,急需一种通俗易懂便于自学的业务书。基于上述情况,北京市第二商业局教育处组织专业人员,在北京经济学院副教授吴少平的主持下,在有关各界的协助下,编写了这本《现代营销知识与技巧》。

《现代营销知识与技巧》依据现代营销理论、吸收国外营销先进成果,分析国内外工商企业营销人员的实践经验,采用问答题的形式,比较系统地阐述了营销基本理论和基础知识,深入浅出地介绍了售货员、推销员销售商品的技巧和方法及营销人员应了解掌握的法律知识,并分析了在营销过程中消费者的心理活动。内容充实,通俗易懂,文字简明。我相信,它的出版,对于提高广大营销人员的业务素质和工作水平,是会有帮助的。

段葆兰

一九九二年六月

目 录

第一章 营销基础概述

1. 现代营销理论的基本内容..... (1)
2. 社会主义企业的营销观念..... (2)
3. 现代营销理论的研究对象..... (3)
4. 现代市场营销的基本任务..... (3)
5. 销售的内涵..... (5)
6. 市场竞争及竞争中的销售策略..... (6)
7. 满意商品与用户需要..... (7)
8. 营销管理人员应具备的特质..... (8)

第二章 市场分类与目标市场

1. 市场..... (9)
2. 现代市场的基本功能..... (9)
3. 市场分类 (10)
4. 消费品按购买特点分类 (14)
5. 消费品按用途分类 (15)
6. 消费品按使用中的消耗特点分类 (16)
7. 最终消费者与工业消费者 (16)
8. 市场细分及企业受益 (16)
9. 市场细分的基本标准 (17)
10. 市场细分的一般步骤..... (19)
11. 目标市场..... (19)
12. 目标市场的营销策略..... (21)

13. 营销目标及其种类	(23)
14. 市场营销环境	(24)
15. 市场信息	(24)

第三章 市场调查与预测

1. 市场调查	(27)
2. 市场调查的主要内容	(27)
3. 市场调查的基本方法	(29)
4. 市场调查的基本步骤	(30)
5. 社会商品购买力和商品可供量调查的必要性	(31)
6. 消费者购物心理调查的必要性	(31)
7. 广告促销效果的调查方法	(32)
8. 新产品市场营销的调查与评价	(33)
9. 市场调查表的结构和设计方法	(34)
10. 设计市场调查表应注意的问题	(35)
11. 市场调查报告的编写方法	(36)
12. 人员访问调查法与邮寄调查法的比较	(37)
13. 市场商品价格和服务收费标准的调查内容	(38)
14. 市场预测	(38)
15. 市场预测的主要内容	(40)
16. 市场预测的基本方法	(40)
17. 市场预测的基本步骤	(42)
18. 市场普查	(42)
19. 典型调查	(43)
20. 抽样调查	(44)
21. 市场预测中的调查法	(44)
22. 市场预测中的时间序列法	(45)
23. 产品生命周期各阶段的市场预测方法	(46)
24. 市场预测中的相关预测法	(47)

25. 市场预测的分类.....	(48)
26. 市场营销决策.....	(49)
27. 市场营销决策的分类.....	(50)
28. 市场营销决策的程序.....	(51)
29. 企业进行市场营销决策应具备的条件.....	(52)
30. 对某超级市场调查的组织与实施.....	(53)
31. 对某旅游市场调查的组织与实施.....	(55)

第四章 促销策略

1. 促销策略	(56)
2. 基本促销手段及其作用	(56)
3. 产品寿命周期与促销手段的关系	(57)
4. 如何根据产品的性质与用途确定促销手段	(57)
5. 营业推广	(58)
6. 营业推广的主要类型	(58)
7. 营业推广的常用方式	(59)
8. 组织营业推广的过程	(60)
9. 广告	(61)
10. 广告的功能.....	(61)
11. 广告的分类.....	(62)
12. 报纸广告.....	(64)
13. 杂志广告.....	(65)
14. 广播广告.....	(66)
15. 电视广告.....	(67)
16. 购物场所广告的类型及其特点.....	(68)
17. 如何选择广告形式.....	(69)
18. 制订广告预算的方法.....	(72)
19. 怎样使广告符合消费者的心理.....	(73)
20. 工商企业公共关系.....	(76)

21. 工商企业公共关系的职能·····	(76)
22. 工商企业如何搞好与顾客的关系·····	(77)
23. 工商企业如何搞好与新闻界的关系·····	(78)
24. 工商企业如何搞好与社区的关系·····	(78)
25. 人员促销·····	(79)
26. 推销人员应具备的条件·····	(79)
27. 如何根据不同的推销对象选用推销员·····	(80)
28. 推销员促成交易成功的七条技巧·····	(80)
29. 推销员应注意的礼仪·····	(81)
30. 如何将推销员的收入与推销效果挂钩·····	(81)

第五章 促销技巧

1. 消费者的购买决策过程·····	(83)
2. 顾客如何做出购物决定·····	(84)
3. 六种常见的顾客购买动机·····	(85)
4. 如何掌握顾客的购买动机·····	(86)
5. 顾客购买行为的若干模式·····	(87)
6. 顾客购买商品的时间规律·····	(88)
7. 顾客购买商品的空间规律·····	(88)
8. 分析购买商品的决策者执行者及使用者的意义·····	(89)
9. 销售人员应掌握的商品知识·····	(89)
10. 掌握商品知识和信息的途径·····	(90)
11. 怎样与顾客打招呼·····	(91)
12. 接近顾客的常用方法·····	(92)
13. 怎样介绍商品·····	(93)
14. 如何根据顾客的需要介绍商品的特点·····	(95)
15. 如何保持顾客对商品的注意力·····	(96)
16. 出示商品的主要技巧·····	(97)
17. 怎样用观察法了解顾客的需求·····	(98)

18. 怎样用推荐商品法了解顾客的需求	(99)
19. 怎样以询问法了解顾客的需求	(100)
20. 怎样倾听顾客的意见	(101)
21. 怎样识别顾客的购买信号	(102)
22. 促使顾客做出购买决定的方法	(102)
23. 如何区别对待不同类型的顾客	(104)
24. 启发顾客购买某种商品的相关商品的技巧	(105)
25. 引导顾客通过购买五阶段的技巧	(106)
26. 回答顾客提问的程序	(107)
27. 回答顾客意见的若干方法	(108)

第六章 营销谈判

1. 何谓谈判	(111)
2. 促使人们进行谈判的动力	(111)
3. 谈判的目的及应遵循的原则	(112)
4. 如何在营销谈判前做到知己知彼	(113)
5. 营销谈判人员应具备的素质	(114)
6. 成功的谈判人员应具备的特征	(115)
7. 营销谈判中应创造的气氛	(118)
8. 谈判人员应采取的态度	(119)
9. 如何制定谈判方案	(120)
10. 谈判方案的提出方式和应注意的问题	(121)
11. 营销谈判中如何听取对方的意见	(123)
12. 营销谈判中如何提问和叙述	(124)
13. 如何从非语言行为中揣摩谈判“对手”	(125)
14. 如何把握营销谈判的时机	(126)
15. 什么是原则性谈判方法	(128)
16. 营销谈判双方建立和谐关系有何意义	(130)
17. 影响谈判双方交流的原因	(130)

18. 如何在营销谈判中打破僵局	(131)
19. 从对方立场上看问题有何好处	(132)
20. 如何在谈判中认定共同利益	(133)
21. 营销谈判中常用的技巧	(134)
22. 营销谈判中说服对方的关键是什么	(135)
23. 遇到非正当谈判行为怎么办	(135)

第七章 营销岗位核算基础

1. 常用货款结算方式	(138)
2. 现金收付范围	(144)
3. 坐支现金	(145)
4. 现金管理规定的七不准	(145)
5. 空头支票	(146)
6. 借用支票	(146)
7. 专控商品	(146)
8. 柜组使用发货票时应注意的问题	(146)
9. 柜组核算员的主要工作	(147)
10. 库存商品清查盘点的主要工作	(147)
11. 商品调价	(147)
12. 商品削价	(147)
13. 批发企业商品交接方式	(148)
14. 经营贵重商品应注意的问题	(148)
15. 门市商品销售与仓库商品销售	(149)
16. 收款员每日营业前及营业终了应做的工作	(149)
17. 营销过程中收款员应注意的事项	(149)
18. 对集体购买的专控商品应注意审核的有关凭证	(150)
19. 零售商业企业商品购进的主要渠道及进货应具备的 原始凭证	(150)
20. 商业企业的财务成果与营业收入	(150)

21. 商品经营利润与纯利润	(151)
22. 商业企业按规定应缴纳的税金	(151)
23. 商业企业税后留利的主要用途	(151)
24. 分析评价商业企业经济效益的财务指标	(152)
25. 发出商品与在途资金的增减变化及其原因	(152)
26. 影响销货款回笼速度的原因	(153)
27. 拖欠、延付、拒付货款的原因	(153)

第八章 商品价格

1. 价格形成的基础	(154)
2. 影响价格形成的因素	(154)
3. 价值构成与价格构成的关系	(156)
4. 成本与价格的关系	(157)
5. 商品价格体系	(158)
6. 商品价格分类	(158)
7. 比价体系	(159)
8. 工农业产品比价	(159)
9. 工业品比价	(160)
10. 差价体系	(163)
11. 购销差价	(163)
12. 地区差价	(163)
13. 批零差价	(164)
14. 季节差价	(165)
15. 质量差价	(166)
16. 价格预测常用方法	(168)
17. 企业定价目标	(168)
18. 影响产品定价的主要因素	(169)
19. 产品定价的常用方法	(170)
20. 工资利润率定价法	(171)

21. 资金利润率定价法	(172)
22. 综合利润率定价法	(173)
23. 产品定价策略	(174)
24. 低价投放策略	(174)
25. 系列产品定价策略	(176)
26. 博弈定价策略	(177)
27. 价格监督	(178)

第九章 商业地理

1. 我国商业中心是怎样形成的	(180)
2. 我国商业中心的分布有哪些特点	(180)
3. 我国粮食作物主要有哪些	(181)
4. 稻谷的产销分布	(181)
5. 小麦的产销分布	(181)
6. 玉米的产销分布	(182)
7. 大豆的产销分布	(182)
8. 棉花的用途及其分布状况	(183)
9. 麻的种类及其分布状况	(183)
10. 蚕茧的种类及其分布状况	(183)
11. 甘蔗的产销分布	(184)
12. 甜菜的产销分布	(184)
13. 茶叶的品种及其分布状况	(184)
14. 烟草的生产分布	(185)
15. 果品的生产分布	(185)
16. 苹果的产销分布	(186)
17. 梨的产销分布	(187)
18. 柑桔的产销分布	(187)
19. 葡萄的产销分布	(188)
20. 龙眼的产销分布	(188)

21. 荔枝的产销分布	(189)
22. 菠萝的产销分布	(189)
23. 香蕉的产销分布	(190)
24. 干果的生产分布	(190)
25. 红枣的产销分布	(191)
26. 核桃与核桃仁的产销分布	(191)
27. 柿饼的产销分布	(192)
28. 板栗的产销分布	(192)
29. 蔬菜的种类有哪些	(193)
30. 白菜类蔬菜的产销分布	(193)
31. 根菜类蔬菜的产销分布	(194)
32. 葱蒜类蔬菜的产销分布	(194)
33. 绿叶菜类蔬菜的产销分布	(195)
34. 薯芋类蔬菜的产销分布	(196)
35. 茄果类蔬菜的产销分布	(196)
36. 瓜菜类蔬菜的产销分布	(197)
37. 豆菜类与水生菜类蔬菜的产销分布	(197)
38. 多年生菜类蔬菜的产销分布	(198)
39. 牛的生产 and 分布	(198)
40. 猪的生产 and 分布	(199)
41. 羊的生产 and 分布	(199)
42. 家禽的生产 and 分布	(200)
43. 蛋品的生产和分布	(200)
44. 海洋水产品的生产和分布	(201)
45. 淡水水产品的生产和分布	(201)
46. 我国有哪些重要渔港和渔区	(202)
47. 食用土特产有哪些种类	(203)
48. 榨菜的产销分布	(203)

49. 金针菜与冬菜的产销分布	(203)
50. 黑木耳与猴头蘑的产销分布	(204)
51. 香菇、蘑菇、草菇的产销分布	(204)
52. 笋干与玉兰片的产销分布	(205)
53. 笋衣与发菜的产销分布	(206)
54. 腐竹与腐衣的产销分布	(206)
55. 八角茴香的产销分布	(206)
56. 花椒的产销分布	(207)
57. 胡椒与桂皮的产销分布	(207)
58. 药材的种类及部分药材的产销分布	(208)
59. 畜产品的产销分布	(209)
60. 其他类土特产的产销分布	(210)
61. 油漆的产销分布	(210)
62. 棉纺织品的产销分布	(211)
63. 麻纺织品的产销分布	(211)
64. 毛织品的产销分布	(212)
65. 丝织品的产销分布	(212)
66. 化纤织品的产销分布	(213)
67. 粮食复制品的产销分布	(213)
68. 食用植物油的产销分布	(214)
69. 酒的种类和用途	(215)
70. 白酒的产销分布	(215)
71. 黄酒的产销分布	(216)
72. 啤酒的产销分布	(217)
73. 果露酒的产销分布	(217)
74. 食糖的产销分布	(218)
75. 罐头的产销分布	(219)
76. 卷烟的产销分布	(219)

77. 茶叶的产销分布	(220)
78. 食盐的产销分布	(221)
79. 糕点的产销分布	(221)
80. 糖果的产销分布	(222)
81. 果脯蜜饯的产销分布	(223)
82. 饮料的产销分布	(223)
83. 乳品的产销分布	(224)
84. 水产加工品的产销分布	(224)
85. 调味品的产销分布	(225)
86. 淀粉的产销分布	(226)
87. 儿童食品的产销分布	(226)
88. 搪瓷品和铝制品的产销分布	(227)
89. 鞋靴的产销分布	(227)
90. 日用塑料制品的产销分布	(228)
91. 自行车的产销分布	(228)
92. 缝纫机的产销分布	(228)
93. 照相器材的产销分布	(229)
94. 钟表的产销分布	(229)
95. 家用电器的产销状况	(230)
96. 电视机的产销分布	(231)
97. 收音机和录音机的产销分布	(231)
98. 电风扇和洗衣机的产销分布	(232)
99. 电冰箱的产销分布	(232)
100. 纸张的产销分布	(232)
101. 笔墨的产销分布	(233)
102. 测绘仪器和乐器的产销分布	(233)
103. 陶瓷品的产销分布	(234)
104. 雕塑工艺品的产销分布	(235)

105. 漆器工艺品的产销分布	(235)
106. 织绣工艺品的产销分布	(235)
107. 金属工艺品的产销分布	(236)
108. 京广铁路干线	(236)
109. 津沪铁路干线	(237)
110. 北同蒲线、太焦线、焦枝线、枝柳线	(237)
111. 宝成一成昆线、成渝—川黔、黔桂线	(238)
112. 哈大线	(238)
113. 京沈—京包—京兰—兰青—青藏线	(238)
114. 陇海—兰新线、石太—石德—胶济线	(239)
115. 沪杭线、浙赣线、湘黔线、贵昆线及台湾铁路	(239)
116. 公路运输主要干线	(239)
117. 内河航运线	(240)
118. 沿海航线	(241)
119. 远洋国际航线	(241)
120. 航空运输	(242)
121. 北京商业中心	(242)
122. 上海商业中心	(243)
123. 天津商业中心	(243)
124. 沈阳商业中心	(244)
125. 武汉商业中心	(244)
126. 广州商业中心	(245)
127. 重庆商业中心	(245)
128. 其他商业中心的分布	(245)
129. 经济特区和沿海开放城市	(246)
130. 沿海的主要港口	(246)

第十章 特殊条件下的市场营销

1. 供应短缺及其种类	(248)
-------------------	-------

2. 提高产品价格——缓解供应短缺与市场需求状况·····	(249)
3. 供应短缺使价格上升,企业所面临的消费要求·····	(250)
4. 供应短缺与产品市场潜量分析·····	(250)
5. 短缺商品与搭配销售·····	(251)
6. 国际营销环境及其特点·····	(252)
7. 国际目标市场的选择程序·····	(254)
8. 对外贸易·····	(254)
9. 自由贸易·····	(254)
10. 保护贸易·····	(254)
11. 间接出口·····	(254)
12. 直接出口·····	(255)
13. 补偿贸易·····	(255)

第十一章 营销法规

1. 营销人员应掌握的主要法律、法规·····	(256)
2. 经济合同法规及其适用范围·····	(256)
3. 订立经济合同的原则·····	(257)
4. 无效经济合同及其处理·····	(257)
5. 违反经济合同应负的责任·····	(258)
6. 经济合同的变更和解除·····	(259)
7. 经济合同中的主要违法行为·····	(260)
8. 经济合同的调解和仲裁·····	(260)
9. 价格法规·····	(261)
10. 制定价格的原则·····	(261)
11. 价格管理的形式·····	(262)
12. 价格监督检查的主要内容·····	(263)
13. 哪些行为属于价格违法行为·····	(263)
14. 商品和收费为什么要明码标价·····	(264)
15. 明码标价规定的主要内容·····	(265)

16. 价格处罚规定的主要内容	(266)
17. 计量法规	(267)
18. 计量器具的管理	(267)
19. 计量违法行为应负的法律責任	(268)
20. 商标法	(268)
21. 商标标识必须符合的规定	(269)
22. 商标禁用条款	(269)
23. 商标侵权行为及其处罚	(270)
24. 《广告管理条例》管理的范围	(270)
25. 广告申请的注意事项	(271)
26. 确定和审查广告内容的基本原则和要求	(271)
27. 广告违法行为及其处罚	(272)
28. 税收法规	(273)
29. 我国税法主要的表现形式	(273)
30. 我国税率的形式	(274)
31. 目前我国开设了多少种税	(274)
32. 营业税及其征收	(275)
33. 产品税及其征收	(275)
34. 集体企业所得税及其征收	(276)
35. 印花税及其征收	(276)
36. 如何处罚漏税、欠税、偷税、抗税行为	(277)
37. 食品卫生法	(277)
38. 食品卫生的要求和规定	(278)
39. 禁止经营和生产的食品	(279)
40. 食品添加剂的卫生要求和规定	(280)
41. 食品容器、包装材料和工具、设备的卫生要求	(280)
42. 食品卫生管理的要求	(280)
43. 违反食品卫生法的处罚	(282)

44. 须持有“健康合格证”方能上岗的人员	(282)
45. 产品经销企业的质量责任	(283)
46. 违反质量法规应承担的法律责任	(283)
47. 标准化法	(284)
48. 强制性标准和推荐性标准	(284)
49. 商业运输的基本原则和条件	(285)
50. 商品运输交接的规定	(286)
51. 商品进、出库的规定	(286)
52. 投机倒把行为的特点和表现	(287)
53. 对投机倒把行为的行政处罚	(288)
54. 商业工作保密的具体范围	(288)
55. 绝密级事项的种类	(289)
56. 机密级事项的种类	(290)
57. 秘密级事项的种类	(290)

附 录

中华人民共和国价格管理条例 (1987年9月11日国务院发布)(节录)	(291)
国家物价局关于价格违法行为的处罚规定 (1988年5月14日国家物价局发布)	(295)
商业部门经济合同管理试行办法 (1987年9月1日商业部发布)	(299)
商业部门经济合同管理试行办法补充规定 (1990年9月17日商业部发布)	(308)
商业经济纠纷调解试行办法 (1989年11月23日商业部发布)	(310)
中华人民共和国计量法实施细则	