

市场营销核心技能 强化训练

SHICHANG YINGXIAO HEXIN JINENG
QIANGHUA XUNLIAN 赵柳村 胡志权 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

市场营销核心技能 强化训练

SHICHANG YINGXIAO HEXIN JINENG
QIANGHUA XUNLIAN

编著◎ 赵柳村 胡志权
参编◎ 李 敏 陈荣卿 黄陵临



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

市场营销核心技能强化训练 / 赵柳村, 胡志权编著. —广州: 暨南大学出版社, 2011. 9

ISBN 978 - 7 - 81135 - 955 - 8

I. ①市… II. ①赵… ②胡… III. ①市场营销学—高等职业教育—教材
IV. ①F713. 50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 167881 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州市天河星辰文化发展部照排中心

印 刷: 广州市怡升印刷有限公司

开 本: 787mm × 960mm 1/16

印 张: 14.5

字 数: 280 千

版 次: 2011 年 9 月第 1 版

印 次: 2011 年 9 月第 1 次

印 数: 1—2000 册

定 价: 26.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

前 言

随着我国市场经济的不断发展和完善，特别是近几年来，我国的国内市场无论是市场的总量规模，还是市场结构都已发生了翻天覆地的变化。这既对我国的营销人才提出了新的要求和挑战，同时也为各类营销人才，特别是基层操作层面的技能型人才提供了施展才华的巨大舞台。为适应这种新形势的要求，以培养高级技能型人才为己任的高职院校自然当仁不让。然而，如何选择培养途径，使得培养出来的学生能够适应市场的需要，则是每所高职院校正在探索的课题。如何合理构建实践教学体系？怎样设计和组织实践教学项目？这一直是我们在多年的办学实践中不断思考和探索的问题。本书正是在这一背景下诞生的，它是罗定职业技术学院的教师们在总结多年市场营销专业实践教学方面的经验，参考了相关理论文献，并借鉴省内外同行的宝贵经验后形成的一项成果。尽管还不够成熟，但毕竟迈出了勇敢的第一步，也凝聚了罗定职院营销团队教师们的心血。

本书总体上按照高职院校营销专业面向的就业岗位（群）对专业能力、知识、素质的要求来构建与设计，遵照“有所为，有所不为”的原则，突出重点，追求实效，强调技能培养。全书由市场调研训练、目标市场选择与定位训练、促销策划训练、推销与谈判训练、营销综合技能训练、营销师考证辅导六个模块构成，具体包括 18 个训练项目。

项目设计形式多样，以真实项目为载体，以实战演练为主要手段，综合运用角色模拟、趣味游戏、辩论、演讲、讨论等形式，寓知识性和趣味性为一体。每一个项目包括训练目的、训练类型、学时建议、训练准备、训练内容、训练方案、知识点拨、实训表格、实例参考等栏目内容。既让学生明确每个训练项目的内容和具体要求，又提供了完成该项目的知识要点提示，而且，每一项目都精选了一个或多个参考实例，便于训练者模仿学习。

本书由罗定职业技术学院赵柳村副教授负责总体框架和编写体例的策划与设计，并亲自参加编写工作，同时负责书稿的审定。罗定职业技术学院的胡志权老师参与编写并协助组稿和审稿，参加本书编写的还有罗定职业技术学院的李敏、陈荣卿、黄陵临三位老师。

在本书的编写过程中，我们参阅了相关图书资料，访问了许多网站，因版面



限制，编者在书末以参考文献形式列出了其中的一部分，在此向提供这些资料的作者表示衷心的感谢！暨南大学出版社参与本书策划和编辑的同志付出了大量劳动，在此一并向他们表示诚挚的谢意！

尽管我们一直在努力，希望为高职院校营销专业实践教学提供一本高效、实用的综合性教材，也为其他高职院校专业实践教学提供一定的借鉴，但我们深知，学生才是我们真正的上帝，只有学生在使用该书时，其专业技能和专业素养得到切实的提高，才能充分体现该书的价值。目前，关于高职营销类综合实训教材还很少，做这项工作缺乏现成的资料可供借鉴，加上编写经验不足，书中疏漏之处肯定不少，恳请广大教师多提宝贵意见，以便修订时做得更好。

编者

2011年7月于广东罗定

目 录

前 言	1
模块一 市场调查训练	1
1.1 问卷设计训练	1
1.2 撰写调查报告训练	9
模块二 目标市场选择与定位训练	20
2.1 市场细分训练	20
2.2 目标市场选择训练	26
2.3 市场定位训练	33
模块三 促销策划训练	38
3.1 营业推广策划训练	38
3.2 广告文案策划训练	46
3.3 公关专题策划训练	58
模块四 推销与谈判训练	68
4.1 推销礼仪训练	68
4.2 接触顾客训练	76
4.3 异议处理训练	90
4.4 促成交易训练	98
4.5 业务洽谈训练	105
4.6 电话营销训练	113
模块五 营销综合技能训练	122

模块六 营销师考证辅导	144
6.1 营销师近年考试特点分析	144
6.2 营销师考试理论知识串讲与训练	149
6.3 营销师技能考核辅导与训练	173
附录 1:《营销师国家职业标准》	190
附录 2: 职业资格鉴定国家题库营销师 国家职业资格三级理论试题 (2008 年 5 月)	207
附录 3: 职业技能鉴定国家题库营销师 三级操作技能试卷 (2008 年 5 月)	223
参考文献	227

模块一 市场调查训练

1.1 问卷设计训练

一、训练目的

通过本项目的训练，使学生认识到调查问卷在市场调查中的重要作用，使学生能够根据调查自己设计一份调查问卷，掌握问卷设计步骤、内容、质量要求等技能。

二、训练类型

小组讨论，独立设计

三、学时建议

2 学时

四、训练准备

各人准备笔、一张 A4 纸和若干草稿纸。

五、训练内容

1. 认识调查问卷在市场调研中的作用。
2. 掌握问卷设计步骤、内容、质量要求。
3. 本实训任务全部结束后，交回问卷。

六、训练方案

（一）小组讨论

任务背景：“碧绿园”房地产开发股份有限公司某分公司计划投资 3 000 万元在当地（罗定）开发一座楼盘，假设你是该分公司的经理，为充分了解市场环境，找准市场目标，你打算要取得哪些资料？假定公司决定采用问卷调查的方式收集相关信息，请设计恰当的调查问卷。

将受训学生分为若干组，每组成员 4~8 人，选定一位小组长。每组围绕调查目的和调查对象，相互讨论确定需要获取哪些调查项目，明确问卷设计的思路和初步框架。

（二）独立设计

每位成员根据小组讨论已经确定的调查项目分别设计出相应的问卷问题，要求不少于 10 项。将这些问题整理在问卷内，要求具备完整的问卷内容，并注意问卷的质量要求。

（三）组长总结

由每组的小组长总结本小组的问卷设计步骤和思路。

（四）交问卷作品

每位同学的作品签名后上交汇总成册。

（五）实施调查

各小组在教师的指导下，利用业余时间（一周内）完成实地调查，为下一项撰写调查报告训练作准备。

成绩评定表

第__小组

姓名：_____

学号：_____

等级	评价标准	成绩
优秀	1. 态度端正，积极参与，富有团队协作精神。 2. (准备充分，调查项目定位准确，问卷问题设计合理，问卷内容完整，问卷设计步骤和思路陈述清楚，作业上交及时) 具备括号内 4 个亮点以上。	
良好	1. 态度端正，积极参与，富有团队协作精神。 2. (准备充分，调查项目定位准确，问卷问题设计合理，问卷内容完整，问卷设计步骤和思路陈述清楚，作业上交及时) 具备括号内 3 个亮点以上。	
及格	1. 态度端正，积极参与，富有团队协作精神。 2. (准备充分，调查项目定位准确，问卷问题设计合理，问卷内容完整，问卷设计步骤和思路陈述清楚，作业上交及时) 具备括号内 2 个亮点以上。	
不及格	1. 态度不端正，参与积极性不高，有迟到、早退现象。 2. (准备充分，调查项目定位准确，问卷问题设计合理，问卷内容完整，问卷设计步骤和思路陈述清楚，作业上交及时) 具备括号内 2 个亮点以下。 3. 无故缺课，没有参与本次训练。	

(考核时间：201 年 月 日)

七、知识点拨

(一) 问卷设计的原则

1. 有明确的主题

根据调查主题，从实际出发拟题，问题目的明确，重点突出，没有可有可无的问题。

2. 结构合理、逻辑性强

问题的排列应有一定的逻辑顺序，符合应答者的思维程序。一般是先易后难、先简后繁、先具体后抽象。

3. 通俗易懂

问卷应使应答者一目了然，并愿意如实回答。问卷中语气要亲切，符合应答



者的理解能力和认识能力，避免使用专业术语。对敏感性问题采取一定的调查技巧，使问卷具有合理性和可答性，避免主观性和暗示性，以免答案失真。

4. 控制问卷的长度

回答问卷的时间控制在 20 分钟左右，问卷中既不浪费一个问句，也不遗漏一个问题。

（二）问卷的结构和内容

问卷的一般结构有标题、说明、主题、编码号、致谢语和实验记录等六项。

1. 标题

每份问卷都有一个调查主题。研究者应开宗明义定个题目，反映这个研究主题，使人一目了然，增强填答者的兴趣和责任感。例如，“厂级干部推荐表”这个问卷的标题，把该厂人事部门的调查内容和范围反映出来了。

2. 说明

问卷前面应有一个说明。这个说明可以是一封告调查对象的信，也可以是指导语，说明这个调查的目的意义，填答问卷的要求和注意事项，下面同时附上调查单位名称和时间。

3. 主体

主体是研究主题的具体化，是问卷的核心部分。问题和答案是问卷的主体。从形式上看，问题可分为开放式和封闭式两种；从内容上看，可以分为事实性问题、意见性问题、断定性问题、假设性问题和敏感性问题等。

4. 致谢语

为了表示对调查对象真诚合作的协议，研究者应当在问卷的末端写上感谢的话。如果前面的说明已经有表示感谢的话语，那末端可以不用。

5. 实验记录

实验记录的作用是用以记录调查完成的情况和需要复查、校订的问题，格式和要求都比较灵活，调查访问员和检查者均在上面签写姓名和日期。

以上问卷的基本项目，是要求比较完整的问卷所应有的结构内容。但通常使用的如征询意见及一般调查问卷可以简单些，只要有一个标题、主题内容和致谢语以及调查研究单位就可以了。

（三）问卷设计应注意的问题

1. 问卷的开场白

问卷的开场白，必须慎重对待，要以亲切的口吻询问，措词仔细推敲，做到言简意赅，亲切诚恳，使被调查者自愿与之合作，认真填好问卷。

2. 问题的字眼（语言）

由于不同的字眼会对被调查者产生不同的影响，因此往往看起来差不多相同的问题，会因所用字眼不同，而使应答者作出不同的反应，从而作出不同的回答。故问题所用的字眼必须恰当，以免影响答案的准确性。一般来说，在设计问题时应注意以下两个原则：

（1）避免一般性问题。如果问题的本来目的是在获取某种特定资料，但由于问题过于一般化，会使应答者所提供的答案资料无太大意义。

例如：某酒店想了解旅客对该酒店房租与服务是否满意，因而作以下询问：“你对本酒店是否感到满意？”

这样的问题，显然有欠具体。由于所需资料牵涉到房租与服务两个问题，故应分别询问，以免混乱。例如，你对本酒店的房租是否满意？你对本酒店的服务是否满意？

（2）问卷的语言要口语化，符合人们交谈的习惯，避免书面化和文人腔调。

3. 问题的选择及顺序

通常问卷的前几个问题可采用开放式问题，旨在使应答者多讲话，多发表意见，使应答者感到十分自在，不受拘束，能充分表达自己的见解。当应答者话题多，其与调查者之间的陌生距离自然缩短。不过要注意的是，最初安排的开放式问题必须较易回答，不可具有高敏感性，如困窘性问题，否则一开始就被拒绝回答的话，以后的问题就很难继续。因此问题应是容易回答且具有趣味性，旨在提高应答者的兴趣。核心问题往往置于问卷的中间部分，分类性问题如收入、职业、年龄通常置于问卷之末。

问卷中问题的顺序一般按以下规则排列：

（1）容易回答的问题放前面，较难回答的问题稍放后，困窘性问题放后面，个人资料的事实性问题放卷尾。

（2）封闭式问题放前面，自由式问题放后面。由于自由式问题往往需要时间来考虑答案和组织语言，放在前面会引起应答者的厌烦情绪。

（3）要注意问题的逻辑顺序，按时间顺序、类别顺序等合理排列。

八、实训表格

1. 实训成绩登记表；2. 实训报告（参考格式附后）

附表 1: 实训成绩登记表

实训成绩登记表

任务名称: 1.1 问卷设计训练

时间：_____年____月____日

[illegible]

说明: 1. 本项实训任务总成绩计算办法: 得两个优秀的小组, 总成绩记“优秀”; 得一个优秀, 且无不及格者, 总成绩记“良好”; 第一项未得优秀, 且第二项为“不及格”者, 总成绩记“不及格”; 其余总成绩记“及格”。2. 实训项目结束, 当场宣布小组及个人成绩。

附表 2：实训报告

实训报告

专业：_____ 班级：_____ 第_____实训小组 日期：201__年__月__日

教师 评语				成绩	
				教师 签字	
小组名单					
任务编号		任务名称		学时	
使用教材					
一、实训任务 二、实训目的 三、步骤与内容 四、实训总结（主要写收获与不足、感想或建议，字数 500 字左右）					

（注：本表内容多时可另附页）



九、实例参考

××大学食堂顾客信息调查问卷

档案编号：_____ 访问日期：_____年____月____日 星期：____ 访问时间：_____

我们正在进行一项调查问卷，希望借这次调查问卷能给您提供更好、更完善、更全面、更具体的服务，借用几分钟的时间请教您几个问题，请您认真填写，您将有机会得到意外的奖励！

1. 您多久来我们这个食堂一次？
☐每天来 ☐一周两次 ☐每周三次 ☐每周四次 ☐每周五次
☐第一次来
2. 和您一起来的一般有（多少）_____人。
3. 您来就餐的主要原因及您最在意的是什么？
☐服务质量 ☐饭菜多样化 ☐方便 ☐食物的品质、口味 ☐用餐器皿
☐气氛 ☐快速 ☐环境 ☐价格 ☐每份餐点分量足 ☐干净 ☐其他
4. 您的平均消费是？
☐3元以下 ☐3~5元 ☐5~10元 ☐10元以上
5. 您认为我们的饭菜质量如何？
☐很好 ☐一般 ☐较差 ☐很差
6. 您认为我们的饭菜价格如何？
☐很高 ☐较高但能接受 ☐较高但物有所值 ☐一般
7. 您上课地点在哪里？_____ 您是几年级的学生？_____
8. 您的宿舍在校园什么方位（几号楼）？_____
9. 您的宿舍有多少位舍友？_____
10. 您认为本食堂的整体环境如何？
☐很好 ☐一般 ☐较差 ☐很差
11. 您在就餐时最喜欢收看的电视频道有哪些？_____
12. 您认为本食堂的经营户服务态度如何？
☐很好 ☐一般 ☐较差 ☐很差
13. 您最满意的窗口是：_____ 您最不满意的窗口是：_____
您最喜欢的饭菜口味（菜系）是_____

14. 您还希望在本食堂吃到什么美食（现在没有的）？
15. 您认为我们有哪些需要改进的地方？
16. 您经常在外面用餐的地方还有哪些？
17. 本食堂将在本学期增设早餐，您认为营业时间定在什么时间段最合适？
18. 您认为早餐的品种应该有哪些（您比较喜欢的早餐品种）？

我们真诚感谢您的参与，谢谢您今天接受我们的调查问卷！请您在交调查问卷表时到主席台免费领取精美礼品一份！

1.2 撰写调查报告训练

一、训练目的

通过本次实训，使学生掌握市场调查报告撰写的一般过程，熟悉调查报告的结构，能掌握市场调查报告的写作技巧，并学会分析和认识各种经济现象、独立思考问题和解决问题。

二、训练类型

分组交流，独立撰写

三、学时建议

2 学时

四、训练准备

学生先回收上一次实训项目中所取得的调查问卷。

五、训练内容

1. 认识到撰写市场调查报告的作用及其重要性。
2. 重点掌握调查报告的结构及写作技巧。
3. 撰写调查报告时应注意的问题。
4. 实训结束后，每人上交一份市场调查报告。

六、训练方案

(一) 写作过程要求

写调查报告前，应认真整理调查问卷并形成综合数据，在写作过程中必须根据调查整理后的资料来写调查报告，一切结论要产生于调查整理后的数据。

第一步：对问卷中的每一个问题进行审查，若有某个对调查结果很关键的问题没有回答，要再一次收集信息。

第二步：审查问卷答案的可靠性、准确性。

第三步：对回答进行编码。

第四步：制表。

第五步：项目组将分析处理后的结果，综合行业、消费者状况。

第六步：总结消费者及市场特点。

第七步：提出对企业营销策略等的建议。

第八步：阅读市场调研报告模板。

第九步：仿照模板，确定市场调研报告题目。

第十步：撰写市场调研报告的内容提要。

第十一步：撰写目录。

第十二步：撰写调研报告正文。

第十三步：列出参考资料。

第十四步：添加附录。

(二) 交调查报告作品

每位同学将作品签名后上交汇总成册。