

# 戰略營銷管理的三大步驟

編者按：就市場營銷的經營時間而論，淵與博之間的辯證關係式；沒有博的淵是狹隘的，沒有淵的博是淺薄的，二者皆不可取，唯有兼而有之才符合發展的規律。

隨著市場競爭局面越來越激烈，對於經營管理的大而廣、專而精的論調各說不一。到底在發展上應如何統籌企業的營銷戰略、戰術、應該怎樣引導和適應人文關係與甄別？

## 營銷格局分析

縱觀無論是快消品行業的寶潔公司，還是聯合利華、工業品行業的杜邦還是施耐德，消費品行業的諾基亞還是三星，這些企業品牌普及的背後是由企業高層牽引的多層次、全方位的思想交融與實踐運用。三星公司的 CEO 李健熙秉持“什麼都要變”的信念，身體力行，創造了三星神話是為典型。

表面上看營銷是市場操控的工具，品牌的基礎，業績的展現。實際上我們研究幾乎所有的成功企業發現一個定律，那就是在技術、資源、品牌等優勢基礎上的恰逢其時，幾乎超越同行業經營思想而又能夠實事求是的展示與體現的企業，是不愧為龍頭企業的真真正在者。

以營銷思想為准繩的營銷價值觀的綜合開發與運用，是企業營銷格局的必備條件，是無論任何品牌消費者心智認知的現在和趨勢需

求的表現和引導，這可以讓企業在未來的競爭中引領潮流，關鍵點是能不能做到企業營銷水平環境的內、外部及多環節有效整合與實踐的問題。

## 營銷管控流程

營銷管控的流程是建立和樹立企業營銷價值觀的過程，是企業營銷戰術的具體展現和實操效率與效益。大多數企業經營績效不好，問題點就出在此處。

無論執行力諮詢還是營銷諮詢，怎麼解決企業高層經營思想絕對是前提的，好比任何的諮詢，哪怕是說上天，如果得不到高層、尤其是第一把手的絕對支持，即使諮詢機構、顧問再實戰、再有水平，也是告負的，這就是規律和條件。

營銷管控流程的結果點點，在於充分考慮到現代營銷人價值認同基礎上的激勵舉措，面對當代中西方文化融合的大背景條件下，那個企業能夠更高效的做好軟硬兩者兼顧的執行方式、方法，誰的效果就更好，其產出效率將更高，也是未來衡量組織競爭力最有效的工具。

現代流程管理講求高效的原則

將是結構化 KPI 的管理和經營為准的，抓住重中之重的要務，讓結構化的管理模式更實戰的運用到現代的營銷管理具體事務中，並能夠形成員工的監督、檢查市場文化，對於企業市場營銷的績效成果持續打造太關鍵了。

## 資源怎麼聚焦

資源的聚焦，也是通常大家所談到的專而精及小而深運營思路。這些理解沒有錯，問題在於不能狹隘的理解，而是在廣博的基礎上聚焦，才符合發展的需求，哪怕是我們迎合大多數人的思想局限，用大多數人所能解讀的方式來表述。

在企業市場化的發展階段中，無論是創業期的資源稀缺，還是快速發展期的高效投入，也或者是成熟期和衰退期的資源擴展和資源刪減，國際化還是多元化，都沒有統一的格式可言，有的只是根據自身的背景和優勢有的放矢。就大多數而言，聚焦戰略是適合更多企業發展現狀的，這是以整體運營而言的。

就市場營銷的經營時間而論，淵與博之間的辯證關係式；沒有博的淵是狹隘的，沒有淵的博是淺薄的，二者皆不可取，唯有兼而有之才符

合發展的規律。

大多數企業因為在經營項目上，還是在產品類別上，因為求全責備而使企業的發展受阻，我們的建議的整合經營思想，統籌市場價值觀，樹立品牌的同時，通過定位，確定主營業務，建立拳頭產品，至少是主次鮮明，效果就出來了。

對於大多數的企業來講，面對競爭局面，資源還是非常薄弱的。我們一方面看到民間資本的充裕，找好的項目不到。另一方面是企業沒有融資渠道，發展上的捉襟見肘，缺乏資金，中小企業在抱怨的同時，確沒有找到自身具備的長處。問題焦點還在於，經營層次、對市場營銷理解與運用的水平上的局限，我們得出的結果是：這些企業不是沒有優勢，而是找不到優勢；不是沒有資源，而是無能吸納資源之故。

總之，讓經營與整合聚焦，大與小是相對、辯證而又具體的，關鍵在於把想的邏輯、具體流程做得簡單實效。

作者：余君

摘編源自：成功營銷網



## 網路行銷業績突破法

網路創業要成功，不能只靠資訊網路，而是靠經營技術。

問“你想做多大？”  
如果你要的只是倍數成長，那用些業務手法就可以解決，例如：產品多一點、客服好一點、促銷多一點，這樣就可以達到兩倍這種小目標。我這樣講的前提是基於大部分這類型的網路創業，一個月的利潤大約是三~五萬。但是，如果你想要的是 20 倍的利潤，那就真的要靠行銷與創意的辦法了，最常被推薦的三個方法如下。

一、擴大產品項目：例如你是在網路上賣名牌包的賣家，建議你順便賣包包的保養液。或者是賣手機的，就記得把配件包一起拿來賣。無論是垂直、水平、多角化的擴大，一樣的賣場成本，一樣的產品包裝智慧，多花點時間，多包裝一個產品就是多一個機會。

二、用故事包裝產品：如果你覺得你很會拍照片，產品價格又不貴，卻沒有獲得預期的業績，那請試著用故事賣產品，不要只用產品資料來賣產品。對於消費者來說，產品故事比產品廣告來的有吸引力。也許我們回想一下自己在童年的時候，喜歡看學校課本講得三國歷史，還是三國演義故事書中講的三國故事？一樣的東西，不一樣的描述方法，這個道理其實很簡單的。

三、用部落格輔助賣場：很多人常問為什麼已經在雅虎拍賣、露天拍賣這種地方賣東西，業績卻沒那麼好？原因很簡單，當你還不出名的時候，縱使把你的產品放在雅虎首頁都不見得能賣得好，所以這時候，用部落格、或者一些標籤網站來加速曝光，會有很大的幫助。

作者：本報專欄作家江巨松，創業與行銷管理顧問，台灣網路通科技有限公司負責人，中華軟協網路行銷顧問

## CeBIT 2011 博覽會盛大閉幕 全球 ICT 知名企業 爭奇鬥艷

【本報訊】全球規模最大的 ICT 產業盛會——漢諾威消費電子、資訊及通信博覽會（以下簡稱 CeBIT 2011）在 2011 年 3 月 5 日在德國漢諾威展覽中心盛大閉幕。

來自約 70 個國家的 4200 多家頂尖資訊、通訊、軟體商家攜帶他們的最新產品在本屆會展中亮相，其中包括全球頂端的佳能、愛普生、惠普、摩托羅拉、甲骨文、西門子企業通信公司和施樂公司等。超過 500 家公司的首席信息官親臨本屆博覽會，這些公司的總市值合計超過 500 億歐元。

中國大陸展商華為、漢王、三諾、普聯、惠科等知名企業都亮相展會。台灣廠商共有 217 家參展，包括華碩、宏碁、微星、技嘉、浩鑫、精英、昆盈、合勤、居易、曜越等。台灣廠商的總展出面積達 7000 平方公尺，華碩有 4 款平板推出，宏碁也推出了多款平板電腦搶市。

“越來越多的領先電信供應商發現了 CeBIT 能夠給他們帶來的優勢，並把它們很好地利用了起來。他們在會展中展示了公司產品的最新動向，包括高速 LTE 應用程序、最新智能手機和平板電腦等。報名參加 2012 年 CeBIT 展會的公司也不斷增加。

身為科技創新的推手，ICT 產業始終為優化企業流程及業務成長的關鍵。作為全球規模最大的 ICT 產業展銷平台，CeBIT 2011 將結合專業論壇、社群、國際媒體、企業活動及網路行銷等，打造充分掌握數位世界脈動的展銷中心。

本屆 CeBIT 將時下火熱的“雲計算”作為核心主題，圍繞“以使用者為中心”的基本理念展開。主辦方認為，專業的消費者是電子產業價值鏈上至關重要的組成部分。他們在各自專業領域裏，充當著行業技術創新的開拓者和領路人，推動了無數的技術革新，他們的參與也將豐富展會的內容。

針對來自企業商界、公共事業單位、終端消費者、以及學術機構的不同領域的參觀者，本屆 CeBIT 將展區劃分為 CeBIT pro、CeBIT life、CeBIT gov 和 CeBIT lab 四大板塊，從各個角度表現當今 ICT 行業的根本現狀，為參展商提供更為高效的資訊交流平臺，深入探討和挖掘消費電子領域巨大的技術創新潛力。

CeBIT 展覽會源於 1947 年在德



國漢諾威創立的旨在向國際市場展示德國產品的漢諾威工業展覽會（Hannover Messe）的辦公自動化展區。CeBIT 一詞意為“辦公及資訊技術中心”的德語縮寫，1970 年首次出現在展覽會上。隨著八十年代個人電腦的快速發展，CeBIT 最終脫離漢諾威工業展覽會而成為獨立的 IT 展覽。直到今天，CeBIT 已發展成為全球規模最大的資訊、通信和軟體領域的權威展覽。

## Skype 首推廣告服務 Groupon 和 Visa 搶當廣告主

## 2011 年全球 65% 的公司計劃在電子郵件營銷中增加支出

iResearch 艾瑞諮詢根據 eMarketer 發佈的調查研究報告發現，2011 年，全球 65% 的公司將在電子郵件營銷中增加支出，57% 的公司願意在社會媒體營銷中增加開支；而願意在其他營銷策略增加支出的公司均未超過五成。

艾瑞諮詢認為：電子郵件營銷已成為一種炙手可熱的營銷手段。公司計劃在電子郵件營銷中增加支出其原因主要以下兩點：一是電

子郵件在全球的滲透率不斷提高，為電子郵件營銷提供了可能；二是電子郵件營銷低廉的成本和精準的效果，使電子郵件營銷的優勢凸顯。

作者：么海濤  
源自：艾瑞視點



【《電子商務時報》記者馬千惠報導】3 月 8 日，網絡電話公司 Skype 宣布將與美國 Meeco、英國 Ad2One 和德國 Stroer Interactive 等公司合作，計劃在各國市場增加廣告服務以拓展營收。目前擁有 1.77 億用戶基礎的 Skype 是被各大品牌看好的網絡廣告新血，包括 Groupon、諾基亞 (Nokia)、環球影視 (Universal Pictures) 及 Visa，都是 Skype 的首批廣告客戶。

目前 Skype 提供的廣告規格是圖像式廣告，也允許影片形式，廣告商可在廣告中增加點擊按鈕，

Skype 用戶可將喜愛的廣告分享至 Facebook 和 Twitter 等社交網站。但 Skype 也擔心用戶可能會對廣告反感，在官方部落格上特別聲明，廣告一開始只會在美國、英國與德國的 Skype 首頁上顯示，且出現的頻率不會太高，用戶可自行關閉廣告頁面。

Skype 營銷長 Dough Bewsher 表示，Skype 非常關注用戶體驗，因此積極尋找可以在 Skype 使用環境中提供廣告的最佳方式。推出這種廣告方式對廣告主來說具有價值，同時也不會干擾用戶。而且

Skype 將來可能會利用用戶的地點、性別與年齡等信息，來發表精準廣告，有助於用戶看到更適合的關聯廣告。

廣告主之一的團購網站 Groupon 總裁兼營運長 Rob Solomon 則表示，許多用戶每天登入 Skype，就像是每天都會查看 Groupon 的折扣信息一樣，非常看好 Skype 的廣告方式可幫助網友連接到 Groupon。另一廣告主 Visa 也表示，Skype 的用戶正是 Visa 的目標客戶。

### Digital Ink Pad 美國全方位科技有限公司

真跡數位筆記達人手寫繪圖板 = 數位筆記本 + 手寫繪圖板 + 錄音功能

全美代理熱線: 949-588-8929 (Paul Liu)  
E-mail: paul@tztusa.com Website: av-essential.com

#### 商品特色

- 四合一手寫輸入裝置，除了利用墨水筆書寫數位筆記外，還有一般手寫板功能。
- 不須特殊紙張。
- 充足的 32MB 內建記憶體可記錄約 100 頁數位筆記，支援 SD 卡擴充。
- 適合商務人士會議與教育學習的場所。
- USB 接上 PC 後可做數位筆記的編輯、辨識與電子郵件傳送。
- 支援手寫信件、微軟 Office 文件註解、電子簽章、MSN 手寫即時訊息。

#### Product Features

- 4 in 1 professional Pen-Input device with digital notes taking and tablet features
- No special paper required.
- 32MB memory built-in for around 100 pages stored-up, SD card expandable.
- Perfect assistant for business and learning occasions.
- Transfer digital pages to PC for efficiently editing, recognition, or sharing via E-mail
- Great tool for handwriting mails, Office document annotations, and MSN handwriting chatting

#### Graphics Tablet 繪圖板

無須透過電腦便能同步儲存所有您書寫和繪圖於一般紙張上的資料

#### Quiz Notes 隨堂筆記

可以輕鬆地在 Windows 中編輯與修改與整理

#### Memory Card 外插記憶卡

本身具有儲存能力的獨立裝置 (32MB) 可外接插卡擴充最大支援 2GB 記憶卡

#### Meeting Minutes 會議記錄

四合一手寫輸入裝置，結合墨水筆書寫數位筆記以及一般手寫板功能，即時註解的功能讓會議簡報更生動

不再錯過任何珍貴而重要的手寫文件

現凡零售購買均可獲得 10% 的優惠價格。訂購電話 949-588-8929 (Paul Liu)