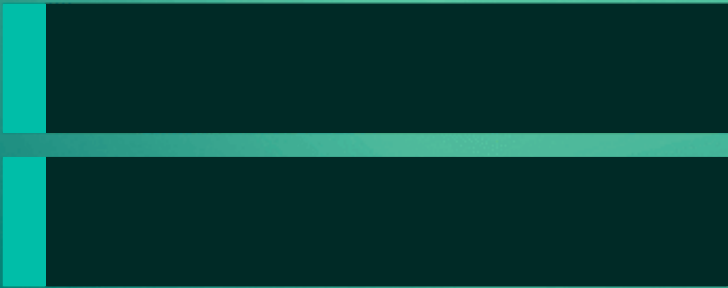


现代市场营销与网络营销ppt课件



| CATALOGUE |

目录

- 现代市场营销概述
- 网络营销概述
- 现代市场营销策略
- 网络营销策略
- 现代市场营销与网络营销的融合
- 案例研究

01

现代市场营销概述





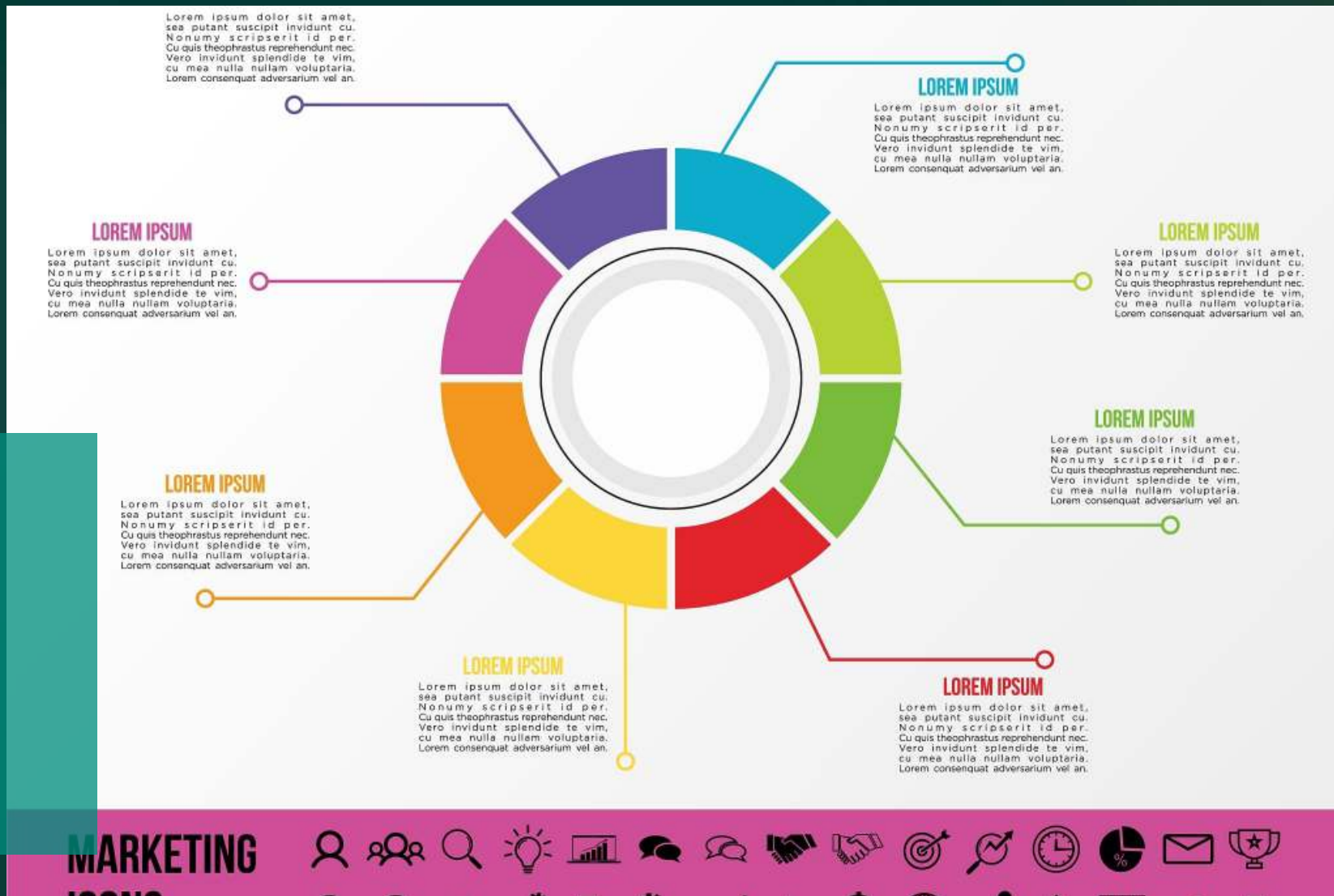
定义与特点

定义

现代市场营销是一种以消费者需求为中心的企业经营活动，通过创造和传递消费者价值，实现企业目标。

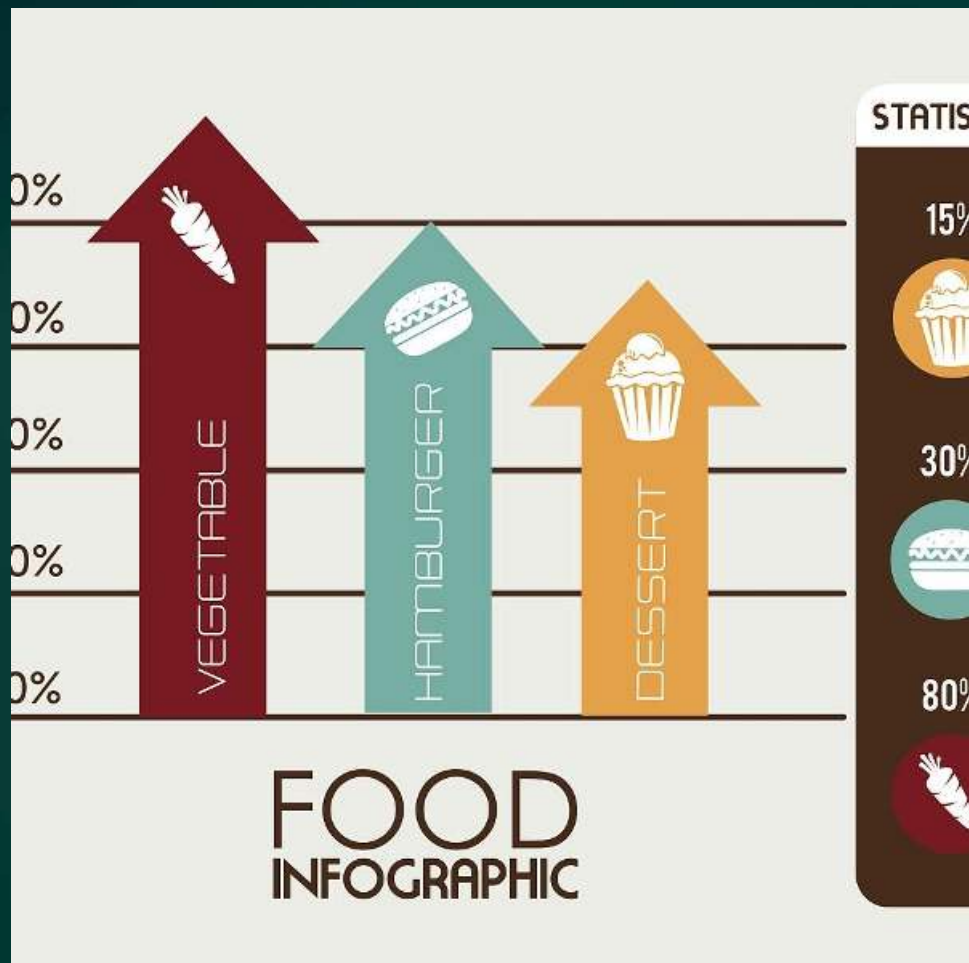
特点

以消费者需求为导向，强调关系营销和价值创造，注重市场调研和数据分析，以及不断创新和适应变化。





市场营销的重要性



满足消费者需求

市场营销以满足消费者需求为核心，通过提供有价值的产品或服务，提高消费者满意度和忠诚度。

创造竞争优势

有效的市场营销可以帮助企业在竞争激烈的市场中脱颖而出，建立品牌形象和差异化竞争优势。

促进企业成长

通过市场营销，企业可以扩大市场份额、提高销售额和利润，从而实现企业成长和发展。



市场营销的历史与发展

市场营销的起源

市场营销起源于19世纪中叶的美国，当时的企业开始将产品销售给更广泛的消费者群体，逐渐形成了以市场需求为导向的经营理念。

市场营销理论的发

展

随着时间的推移，市场营销理论不断发展和完善，包括产品导向、销售导向、市场导向和社会营销导向等不同阶段的理论。

网络营销的兴起

随着互联网的普及和发展，网络营销逐渐成为现代市场营销的重要组成部分，为企业提供了更广阔的市场和更多的营销手段。

02 网络营销概述



定义与特点



定义

网络营销是一种利用互联网技术，通过各种在线渠道进行品牌推广、产品营销和客户关系管理的营销方式。

特点

覆盖面广、传播速度快、互动性强、个性化定制、成本效益高。



网络营销的重要性

01

拓展销售渠道

网络营销能够突破地域限制，拓展新的销售渠道和市场。

02

提高品牌知名度

通过网络广告、社交媒体等途径，提高品牌知名度和美誉度。

03

降低营销成本

网络营销能够降低传统营销方式中的人力、物力和财力成本。

04

提高客户满意度

通过网络互动和个性化服务，提高客户满意度和忠诚度。





网络营销的历史与发展

历史

网络营销起源于20世纪90年代初的电子邮件营销，随后经历了搜索引擎营销、社交媒体营销等阶段。

发展

随着互联网技术的不断发展和消费者行为的变化，网络营销也在不断创新和发展，如移动营销、大数据营销等。



03

现代市场营销策略





产品策略

产品定位

明确产品的目标市场和消费者群体，根据市场需求和竞争情况，制定合适的产品定位策略。

产品创新

不断推陈出新，开发具有差异化竞争优势的新产品，满足消费者日益多样化的需求。

产品质量

注重产品质量，确保产品性能稳定、安全可靠，提高消费者对产品的信任度和忠诚度。



定价策略

01



成本导向定价



根据产品的生产成本、市场需求和竞争状况，制定合理的价格策略。

02



竞争导向定价



根据竞争对手的产品价格和市场份额，制定具有竞争力的价格策略。

03



价值导向定价



根据消费者对产品价值的认知和需求，制定符合消费者心理预期的价格策略。

渠道策略



直接渠道

通过自己的销售团队直接与消费者建立联系，实现产品销售。



间接渠道

通过经销商、代理商等中间商将产品销售给消费者。



线上渠道

利用互联网平台如电商平台、社交媒体等开展线上销售。

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/328061026003006051>