



ENTREPRENEUR MANAGEMENT

创业管理学院

 **reamkey**

卓 启 投 资

卓 心 啓 業

養 慧 存 善



**reamkey**  
卓启投资

# 营销与业务

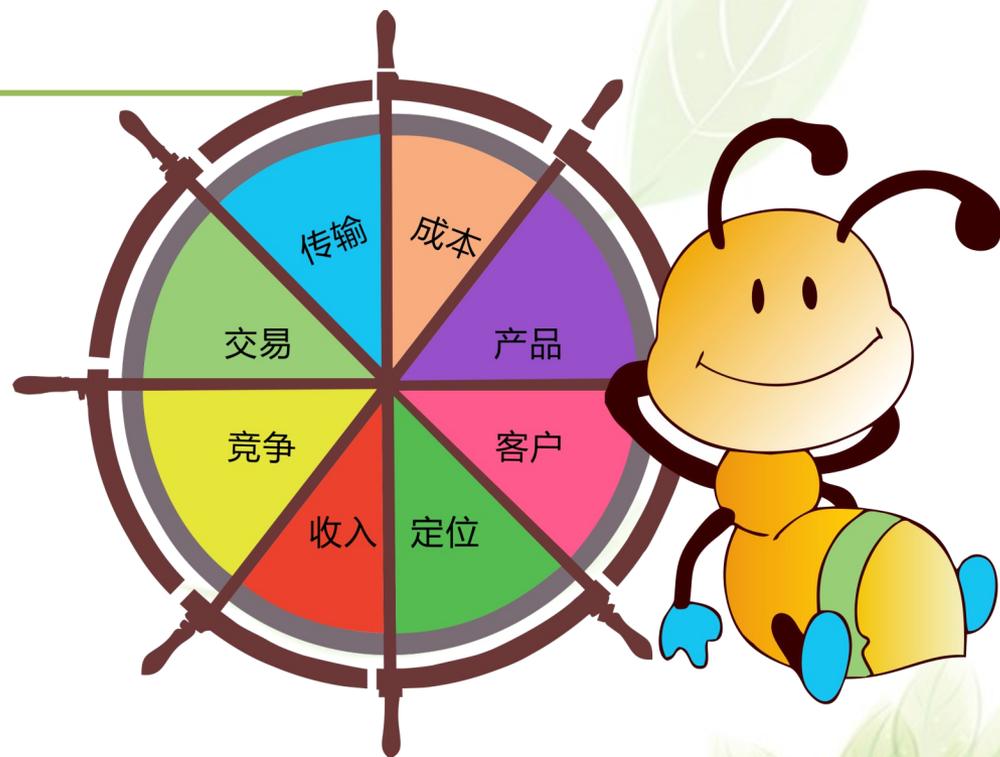
卓心啓業 • 養慧存善

新浪微博: @岭南创业学院

# 营销与业务

## 市场传播

传播：让客户知晓产品的途径；  
运输：将产品送达客户的途径



# 营销与业务的区别



推出价值

获取回报

推 (业  
务)

引 (营  
销)

产品创造价值

品牌塑造价值

渠道传递价值

宣传传播价值

商家

客户

# 营销与业务理论

## 市场营销理论— 4P 理论

理论：“4P理论”也称“4Ps理论”；

时间：1960年；

类别：营销组合的方法（4Cs理论与4Ps理论相对应）

提出者：美国教授—杰罗姆·麦肯锡 (McCarthy)

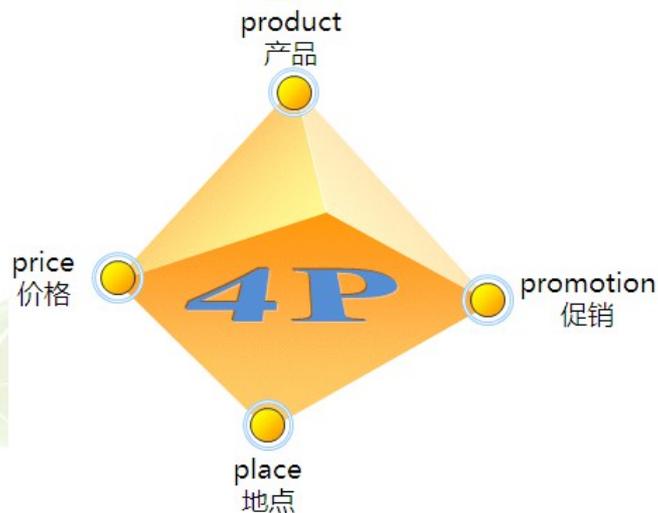


1、产品 (Product)

2、价格 (Price)

3、渠道 (Place)

4、促销 (Promotion)



# 营销与业务理论

## 市场营销理论—4C理论

理论：“4Cs理论”也称“4C理论”；

时间：1990年；

类别：传统营销（4Cs理论与4Ps理论相对应）

提出者：美国学者—罗伯特·劳特朋 (Robert Lauterborn)

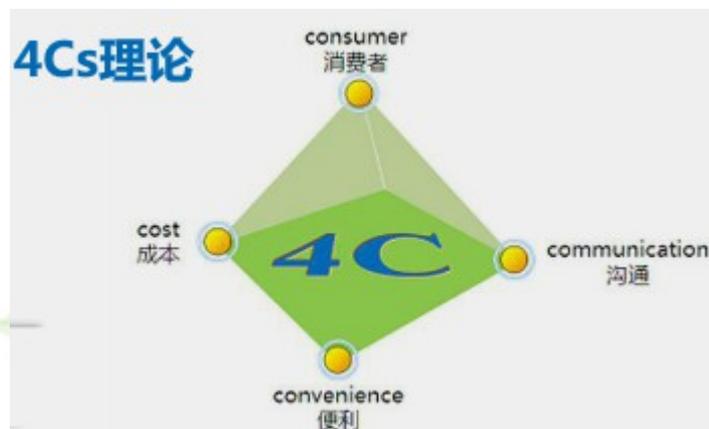


1、顾客 (Customer)

2、成本 (Cost)

3、便利 (Convenience)

4、沟通 (Communication)



# 营销与业务理论

## 市场营销理论— 4I 理论

理论：从“以传者为中心”到“以受众为中心”；

时间：1990年；

类别：网络整合营销

提出者：唐·舒尔茨（Don Schultz）



1、Interesting 趣味原则

2、Interests 利益原则

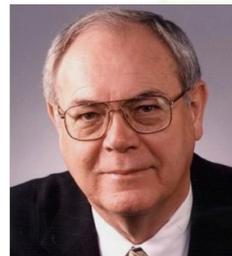
3、Interaction 互动原则

4、Individuality 个性原则

# 营销与业务理论

## 市场营销理论— 4R 理论

理论：以竞争为导向；  
时间：21 世纪；  
类别：新型营销理论  
提出者：唐·舒尔茨（Don Schultz）

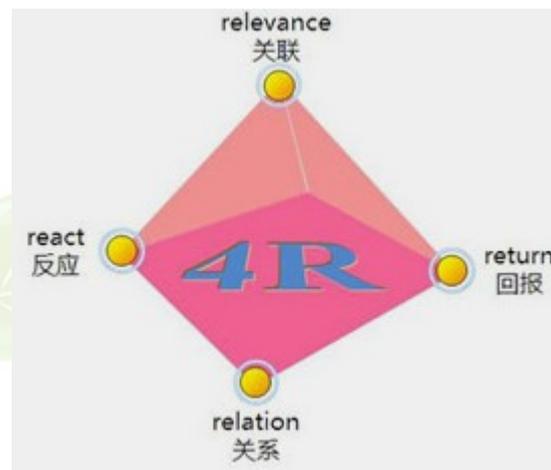


1、关联（Relevance）

2、反应（React）

3、关系（Relation）

4、回报（Return）



# 营销与业务理论

## AIDA 模型

A(Attention)  
)  
引起注意

I (Interest)  
)  
诱发兴趣

D (Desire)  
)  
刺激欲望

A (Action)  
)  
促成购买

让客户注意到  
你，听你讲述

引起客户对产  
品的兴趣

进一步激发想  
要购买的欲望

客户进行购买

请设计些  
能引起客  
户注意的  
开场白？

可从哪些方  
面入手？

如何进一步  
激发？

# 营销与业务理论

## FABE 技巧

F (Features)  
特性、功能

A (Advantages)  
优势

B (Benefits)  
利益

E (Evidence)  
证据

产品的功能特性

相比其他的优势

给客户带来的  
利益

如何证明前面的  
优势、利益

挖掘用户的  
核心需求，有的  
放矢

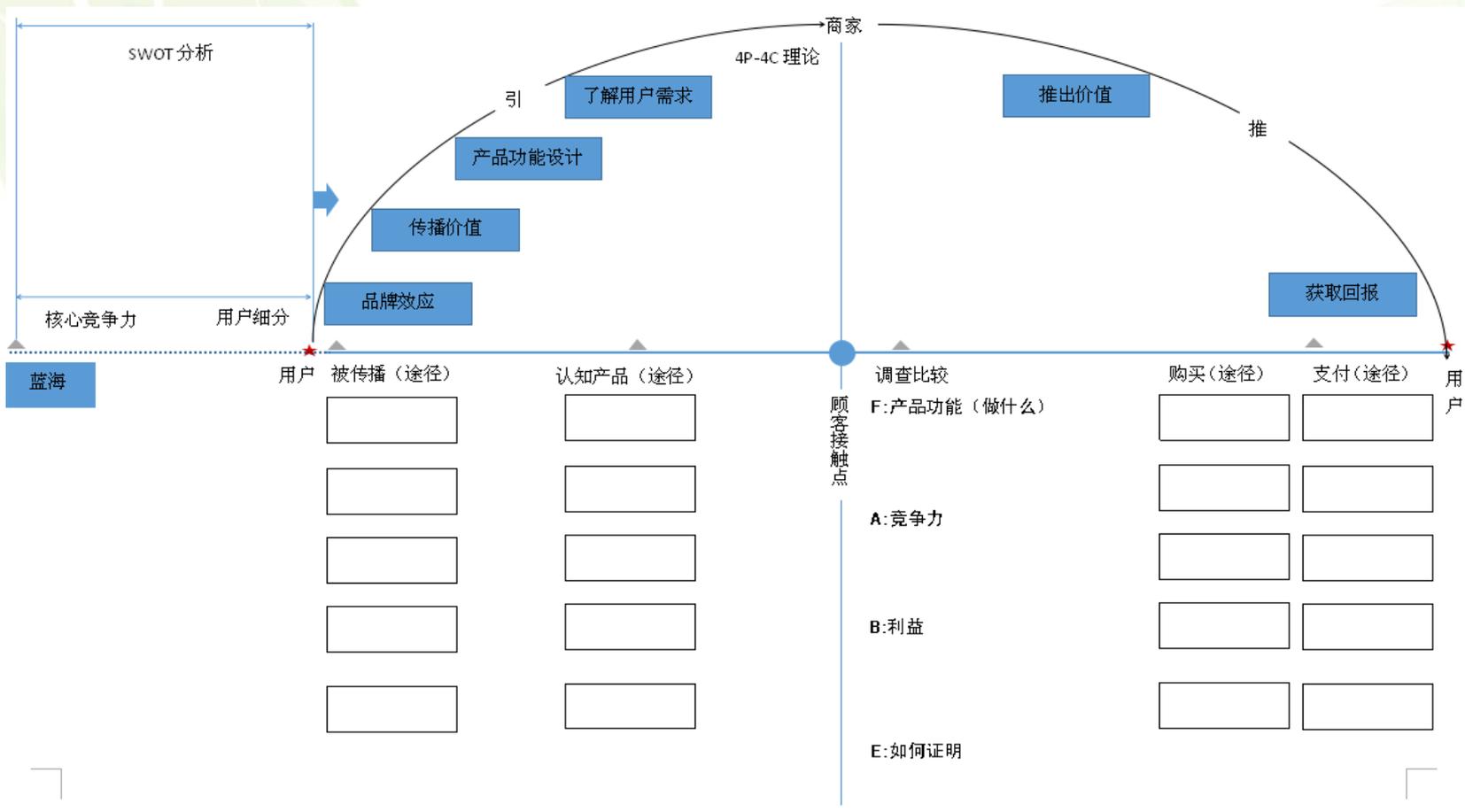
优势要与利  
益相关

尽可能有形

报告、专利  
等

# 画纸说明

## “业务与销售”画纸





做创业人才的孵化乐园

谢谢!

