

《市场传输与交易结构》授课说明

上课形式：分班； 课时：2-2 课时； 是否需要打分：否

作业内容及要求：“市场传输与交易结构①”画纸，“成本图”，“市场传输与交易结构②”画纸

知识要点	内容演绎	形式	参考资料	时间分配	备注
第一节课					
传输概念	1、用实例演示传输的概念	教师讲解	PPT	15 分钟	
<p>【说明】 老师提前准备某家咖啡店的宣传单。上课时为学生发放传单，可提问：发放传单的目的地是什么？从而引出传播的概念。 传播：让客户知晓产品或服务的途径。 当你知晓我的产品并且比较感兴趣，你是否愿意再主动进行更多的了解，引导出认知产品的概念。 认知产品：客户进一步主动了解商家产品的途径（如官网、操作手册） 客户进行购买，接下来就是我怎么将咖啡给你，可能是直接门店服务，可能是外卖送货上门，而这些方式就是我们所说的运输。 运输：将产品送达客户手里的途径。</p>					
4P 理论、4C 理论、4I、4R 理论	2、教师引导回顾 4P、4C 理论 市场营销课应该比较深入的讲解过 4P、4C 理论，所以着重讲解 4I、4R 理论	教师引导回顾		10 分钟	该内容市场营销课会深入讲过
<p>【说明】 4P、4C 理论应该在市场营销课进行过深入的讲解，因此该课将重点放在 4I、4R 理论上。（老师依据具体情况选择性讲解） 着重讲解 4I 理论。</p>					
4I 理论	3、4R 理论或是 4I 理论讲解	教师讲解	PPT	20 分钟	
<p>【说明】 4I 理论： 网络整合营销 4I 原则：Interesting 趣味原则、Interests 利益原则、Interaction 互动原则、Individuality 个性原则。 Interesting 趣味原则：现在营销方式会越来越注重的趣味性。比如：中国互联网的实质是娱乐属性的，在互联网这个“娱乐圈”中混，广告、营销也必须是娱乐化、趣味性的。制造一些趣味、娱乐的“糖衣”的香饵，将营销信息的鱼钩巧妙包裹在趣味的情节当中，是吸引鱼儿们上钩的有效方式。【此处可以播放一些趣味性的广告，日本的寿司广告】 Interests 利益原则：营销的目的是利益，获取利润。营销过程中将自己变身一个消费者，设身处地、扪心自问一句，“我要参加这个营销活动，为什么呢？噫！” Interaction 互动原则：网络媒体区别于传统媒体的另一个重要的特征是其互动性。网络媒体在传播层面上失去了传统媒体的“强制性”，如此的“扬短避长”，单向布告式的营销，肯定不是网络营销的前途所在，只有充分挖掘网络的交互性，充分地利用网络的特性与消费者交流，才能扬长避短，让网络营销的功能发挥至极致。 Individuality 个性原则：个性化的营销，让消费者心理产生“焦点关注”的满足感，个性化营销更能投消费者所好，更容易引发互动与购买行动。但是在传统营</p>					

销环境中，做到“个性化营销”成本非常之高，因此很难推而广之，仅仅是极少数品牌品尝极少次的豪门盛宴。但在网络媒体中，数字流的特征让这一切变得简单、便宜，细分出一小类人，甚至一个人，做到一对一行销都成为可能。

4R理论：

1. 紧密联系顾客

企业必须通过某些有效的方式在业务、需求等方面与顾客建立关联，形成一种互助、互求、互需的关系，把顾客与企业联系在一起，减少顾客的流失，以此来提高顾客的忠诚度，赢得长期而稳定的市场。

2. 提高对市场的反应速度

多数公司倾向于说给顾客听，却往往忽略了倾听的重要性。在相互渗透、相互影响的市场中，对企业来说最现实的问题不在于如何制定、实施计划和控制，而在于如何及时地倾听顾客的希望、渴望和需求，并及时做出反应来满足顾客的需求。这样才利于市场的发展。

3. 重视与顾客的互动关系

4R营销理论认为，如今抢占市场的关键已转变为与顾客建立长期而稳固的关系，把交易转变成一种责任，建立起和顾客的互动关系。而沟通是建立这种互动关系的重要手段。

4. 回报是营销的源泉

由于营销目标必须注重产出，注重企业在营销活动中的回报，所以企业要满足客户需求，为客户提供价值，不能做无用的事情。一方面，回报是维持市场关系的必要条件；另一方面，追求回报是营销发展的动力，营销的最终价值在于其是否给企业带来短期或长期的收入能力。

第二节课

画纸说明	1、“市场传输与交易结构①”画纸第一部分内容说明	教师讲解	“市场传输与交易结构①”画纸说明	10分钟	
------	--------------------------	------	------------------	------	--

【说明】

用彩色笔从客户知道产品、认知了解产品以及获得产品的过程将商家与客户来接起来（将最适合自己的都写出来）这里老师要强调最适合，而不是所有的。

团队讨论	2、“市场传输与交易结构①”画纸第一部分内容讨论；	团队讨论	“市场传输与交易结构①”画纸第一部分内容	30分钟	提前准备彩笔与签字笔
作业收取	3、教师收取作业	作业收取	\	5分钟	

知识要点	内容演绎	形式	参考资料	时间分配	备注
第三节课					
画纸说明	1、“市场传输与交易结构①”画纸第二部分内容说明	教师讲解	教师讲解	10分钟	

画纸讨论	2、“市场传输与交易结构①”画纸第二部分内容讨论	学生讨论	“市场传输与交易结构①”画纸	20分钟	
<p>【说明】 针对产品填写毛利润表 月销售量：一个月销售该产品的数量；单位产品销售价格：一个产品卖给顾客的价格；月销售收入：月销售量×单位产品销售价格；单位产品的成本：主要包括传播成本、运输成本、原材料成本与人工成本；</p>					
4步动作框架	3、重温太阳马戏团案例	教师引导	“太阳马戏团案例”大画纸	5分钟	
	4、4步动作框架讲解：剔除、减少、增加、创新	教师讲解		10分钟	
第四节课					
4步动作框架	5、4步动作框架讲解：剔除、减少、增加、创新	教师讲解	“太阳马戏团案例”大画纸	10分钟	结合太阳马戏团的案例
<p>【说明】 剔除：价值发生变化，直接去除，从无到有。比如太阳马戏团的明星表演与动物表演。或者比如以前做日用清洁产品，但是随着市场变化，洗衣粉的价值已经发生了变化，你可以选择直接剔除该产品； 减少：价值发生变化，削弱该产品的力度。比如太阳马戏团的流动商贩，或者比如以前做日用清洁产品，但是随着市场变化，洗衣粉的价值已经发生了变化，又想留住仍然习惯用洗衣液的用户，你可以选择减少该产品；比如农夫山泉的东方树叶。 增加：与减少相对应。加大该产品的力度。比如以前做日用清洁产品，但是随着市场变化，洗衣液的价值已经发生了变化，你可以选择增加该产品的力度； 创新：与剔除相对应，从无到有。如太阳马戏团的戏剧表演，音乐剧表演。创新部分往往是一个项目的蓝海部分。</p> <p>【强调】 之前的四步动作框架是从产品的价值主张，为客户解决什么痛点，创造什么收益来进行四步行动，这次课则是从成本角度来进行四步动作。</p>					
画纸说明	6、“成本图”画纸说明 7、“市场传输与交易结构②”画纸	教师讲解	“成本图”画纸	5分钟	
<p>【说明】 “成本图”画纸从两个维度进行成本计算，一个维度是以单位产品来计算，一个是以单个成本类别为单位计算。最后从该画纸中能看出各个单位产品的成本以及各个成本类别在该项目中的消耗 “市场传输与交易结构②”画纸是建立在“成本图”画纸输出结果基础上去做的。通过观察各个维度的成本来进行4步动作的执行。比如发现快递费在成本结构中消耗最多，就可以思考是否可以有其他方式来替代进行成本的降低，比如请兼职的大学生等，比如某款产品成本较高，利润单薄，销售量较少，可以思考是否可以剔除以降低成本。</p>					
画纸讨论	8、团队讨论完成画纸	团队讨论	“成本图”	30分钟	

			“市场传输与交易结构②”		
--	--	--	--------------	--	--

第五一六节课（路演）

团队路演	1、自愿团队在黑板大白纸上进行路演； 2、团队成员进行路演问题记录	团队路演	“市场传输与交易结构①” 画纸； “成本图”； “市场传输与交易结构②”	90分钟	提前准备大白纸、彩色笔与磁铁
------	--------------------------------------	------	---	------	----------------

【说明】

路演过程也是学生积攒虚拟币的过程，每个团队有10分虚拟币，可以投给你所支持的任一路演团队（除自身团队）
团队要对路演问题记录单进行解决与反馈，最终交给老师