

中国特色的关系营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/108/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_AD\\_E5\\_9B\\_BD\\_E7\\_89\\_B9\\_E8\\_c71\\_108863.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/108/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E7_89_B9_E8_c71_108863.htm) 关系营

销(Relationship Marketing)在最近十年大行其道，其衍生出来的客户关系管理(CRM)也在最近几年得到广泛的关注及应用。什么是关系营销呢？不同的市场部经理会给你不同的答案。比较简短的定义是“透过针对性的行销传播策略，与利益关系人建立长久及互惠的关系”。其中“利益关系人”不单包括客户，更包括了与企业利益有关的群体；如政府、员工、经销商、供应商等。但今天要探讨的不是西方社会的关系营销。因为你随便在任何一家书店都可以找到有关这个题目的书籍。今天要探讨的是：在中国做关系营销需要注意的地方。中国特色在中国的商务人士,都非常了解关系营销,在中国毋庸置疑的首要位置。这就好像中医对脉络,气血的看重一样。在西方人的商务人士,会更先关注事情本身的处理,及双方利益的得失,等最显著的事情.就象西医,先解决病痛,再来调理。西方的关系营销可以从CRM的典型代表性来看,,基本思想是更以结果为导向。与客户沟通无论从话题还是形式，均严格围绕商业结果进行。在西方文化中,更为注重团队的参与，同时将沟通尽量限制在商业层面。但在东方文化背景下，人们的评价,衡量,判断一个产品或企业的利弊,常常以双方相互之间的情感交流和文化融合为核心。比如在东方,商业沟通常常在杯酒饭桌上，并常常涉及诸如家庭、朋友、经历等西方文化中比较私人的话题。再比如,在中国，如果你要解决一个难题，你第一个想法并不是去想出解决问题的具体方法；

你会去想能通过什么关系能把难题解决。这和西方的思维方式截然不同。同时,为了建立关系,在工作上,你会预留一定的预算用作送礼。送礼的范围包括所有关键的利益关系人。在生活上,你都会提醒你的小孩在节日给老师送礼。以上行为都可以用“关系”两个字概括。虽然所有人都知道关系在中国的重要性的。但关系到底指的是什么?如果真的要为中国特色的关系下个定义,可能会是:“为了得到个人或商业上的好处,从而接近对你有实际或潜在利益的人群”。“拉关系”或“走关系”背后总会有个目的,虽然很多时候这个目的在开始的时候并不一定很清楚;就好像去读EMBA,你也不确定将会碰到那些有影响力的同学,但“我现在对你好,希望以后有一天你也对我好”这个理念已经深入人心,所以弄到今天人人都讲关系,连在中国的老外也知道什么是

“Guanxi”。变化趋势 中国人重感情,有些时候拉拉关系并不一定想得到什么具体的利益,得到的可能是双方感情的增进。但是随着改革开放的深化、法规的完善,关系营销在作法上,也越来越要符合国际规范。从前很多关系营销的手法,在法律上应该是没有问题的,但在今天一个不小心便会变成贿赂。所以在今天的企业,一定要先定下一些大原则,来规范关系营销的度,比如说:应该为单项的关系营销费用定一个上限,避免用巨额的金钱来买关系。避免牵涉到股权的交易。在过去,很多企业会把公司股份送给利益关系人。但这种做法明显违背了全球的审计规章如Sarbanes-Oxley法案。一些关系营销的“策略”也应该小心处理。比如说,在国内很多企业都会雇佣利益关系人的亲属、同学、朋友作为员工,来把关系拉近。但这样做长期来说是有潜在问题的,企业应该

谨慎处理。此外，作为一家企业，关系营销的目的的一定要在开始的时候尽量弄清楚。当然，弄清楚目的并不代表要把这个目的大声的说给所有人听，但在心中不可以没有一个目的。因为“为关系而关系”的活动不单劳民，更伤财。除非你纯粹只想多交一个朋友，而没有其他目的。关系营销一般在服务性行业应用得比较多，如在保险、银行、咨询等行业。最近一两年中国移动全球通的关系营销就做得不错，很多“钻金”的VIP客户，不但在重要节日收到意想不到的礼物、更可以在飞机场到全球通的休息室上网等等，都反映出全球通在关系营销所下的功夫。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)