

营销学:大市场营销的运用方式和步骤 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E8_90_A5_E9_94_80_E5_AD_A6__c28_33523.htm 一般说来，公司运用大市场营销战略有三种基本方式：1．提供报酬 这种方式应用最广，而且人们已越来越多地采用下列更有效、更巧妙的报酬方式：（1）给予回扣。日本企业就经常在其国际经营活动中采用这种方法，并屡屡获得成功，下面就是一个这方面的例子。早在1963年，日本几家电视机生产厂家共同制订了“控制价格”，即最低出口价格。尽管该控制价格比美国电视机平均便宜40～60%，但没有触犯反倾销法，从而合法地进入了美国市场。当时由于美国企业采取了降低利润、提高劳动生产率、向海外订购部分廉价组件等对策，使日本的“控制价格”还不足以摧毁美国的电视机产业。要把美国企业挤出市场，还得把价格订得更低，但又不能因此触犯反倾销法。于是，日本企业决定采用提供回扣的办法：在美国海关署申报时，报“最低出口价”，私下里则把最低出口价与实际倾销价的差额部分作为回扣提供给美国进口商。日本人很快找到了美国最大的零售经销网西尔斯公司。后来，同意接受日本倾销电视机的美国零售商竟多达80多家。为了给回扣以伪装，三洋公司提出了“忠诚补贴”的方式。1971年，三洋在巴塞尔的瑞士银行开了一个特别户头，每月都开出15万美元以上的支票，两三天后，瑞士银行的纽约分行就给西尔斯开一张面额相同的支票，在美国发出的支票上，绝不写三洋的名字，由三洋派一个秘密使者将支票交到西尔斯，从而转进西尔斯的特别帐户。有的日本企业如东芝做得更直截了当，

如对西尔斯购买其他商品，东芝等企业采用信用赊销的办法，以抵销西尔斯多支付的那部分款额，作为回扣。由于日本产品价格低廉、销量甚大，更主要的还在于能得到大笔回扣，西尔斯逐步扩大了对三洋、东芝的购买量。这样一来，过去一直把大部分产品交给西尔斯包销的美国厂商沃维克公司，销路日益缩小，它的资产终于以破产价格被三洋接收了。

(2) 在协议中提供优惠条款。如美国西方石油公司的哈默1966年去利比亚参加投标。同时参加投标的还有40多家公司。普遍认为，这些实力雄厚的垄断巨头们一举手就可以把西方石油公司推倒。但哈默采取了与众不同的投标方式，他迎合利比亚人的民族意识，在投标书的正文中特别写道：西方石油公司愿从尚未扣除税款的毛利中取出5%供利比亚发展农业之用，西方石油公司将同利比亚政府联合兴建一座制氨厂。揭榜时，哈默竟得到两块租地，使巨头们大吃一惊。

(3) 提供专业知识或信息。具体做法是：若对方予以合作，将向其提供一定的专业知识，技术协助或提供某些特殊的信息。

2. 利用合法权和声望 这种方式是与权力联系在一起的。例如，日本首相要求日本电器公司把摩托罗拉公司列入批准的供应商之一，因为首相有提出这种要求的合法权。利用声望，可以使竞争对手妥协甚至退出竞争。对声望的运用往往以洞察竞争对手的心理状态为前提。堪称世界首富的保罗盖帝就曾因运用“声望”而获得成功。当时，有一块名叫“南西泰勒份地”的石油开采权状准备公开拍卖，由于蕴藏量丰富，吸引了很多资金雄厚的竞争对手。人们预测，拍卖价一定会超过15,000美元。保罗请了一位在一家重要银行当副总经理的朋友参加拍卖会，让他为保罗出价，但不说明是代

表他。看到这位银行家出现在拍买会场，其他的人不自觉地联想到：“这位银行家可能代表某家主要的石油公司，他出的价一定会高于别人。”这样一来，别人就根本不想再出价了。结果，保罗竟以令人惊讶的500美元的低价，买到了石油开采权状。 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