

不要幻想把你的产品卖给所有的人：分众行销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/33/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_8D\\_E8\\_A6\\_81\\_E5\\_B9\\_BB\\_E6\\_c28\\_33863.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/33/2021_2022__E4_B8_8D_E8_A6_81_E5_B9_BB_E6_c28_33863.htm) 猫食广告没有必要对20

万人做，不是所有的人都有猫，这时候你需要进行分众行销。作为营销新利器分众行销的涵义有两个方面：一是不要幻想把你的产品卖给所有的人；二是要对你的目标消费者了如指掌。分众行销要求针对不断细分的市场，将产品信息精确地传达到目标消费者，从而和消费者建立良性互动的牢固关系。分众行销：让每位客户都感到自己与众不同 分众行销的核心理念就是面向一个特定的、有清晰特征的人群，而这个人群恰恰是某些商品与品牌的主力或重度消费群。通过分众行销，企业和商家能让广告最精准和有效地击中目标受众，并因此来达成销售的稳定增长。而吸引正确的顾客、有效建立顾客关系，使企业有机会能不断开发出顾客的长期价值，是分众行销的必须步骤。随着调研及科技的进步，企业和商家已经能够掌握越来越精细的分众群资料，并利用一些新兴的媒体或渠道，跟这些分众沟通。亚马逊(Amazon.com)甚至利用资料库技术记录每一位顾客在其网站里的行为，从而进行个体量身的行销。更有人在超市记录消费者的一举一动，从而对其进行量身促销。分众行销需要在产品设计阶段就充分考虑目标消费者的独特要求，让每位客户都感到自己与众不同。福特公司的“风之星”家庭轿车在产品蓝图阶段就吸收了一些女性参加设计小组。这是福特公司为了确保在设计汽车时能够最大程度地集思广益的策略之一。其他策略还包括网罗一批拥有各种背景的人以及开展名为“带着孩子们上

班”的活动。“风之星”取得成功的原因是因为在设计上增添了许多特色。其中一例就是顶灯的“婴儿睡眠状态”。有了这个功能，就可以在车门被打开的时候只有脚灯才亮，因为顶灯可能惊醒熟睡的婴儿。分众行销要善于营造一种独特的行销氛围，最好在专业出版物上刊登广告，好让每位读者感觉到产品就是针对他个人的。美国有家“玩具熊制造工场”的商店，孩子们可以在店里制作自己的玩具熊或其他软式玩具。先是挑选到一台机器上(在店员的指导下)进行填充。接着从一个盒子里拿出一个心形的小布包，按店员教的那样抚摸并亲吻一下，然后许个愿，再把那颗心放到玩具里缝好。孩子们还得为小动物填写一张出生登记表，并给它起个名字，也可以在带回家之前给它买件小衣服和别的饰物。给小动物起名字、填写出生记录、按自己的喜好给它穿衣服……专门针对孩子们的服务使“玩具熊制造工场”大获成功。

分众营销的工具：数据库营销 所谓数据库营销，就是利用企业经营过程中收集、形成的各种顾客资料，经分析整理后作为制定营销策略的依据，并借助于IT和Internet技术，通过电子刊物发送、产品与服务信息传递、用户满意调研、在线销售服务等多种方式来提供企业的市场营销能力和水平，并作为保持现有顾客资源的重要手段。数据库营销的目的在于发现潜在的顾客，通过数据管理系统收集他们的信息，然后一对一地展开针对性沟通。通过公关活动、销售终端、社会调查、展览促销等现场活动或互联网等各类途径发现顾客，并收集他们的资料。将他们的信息归类整理在消费者数据库中，然后通过电话方式进一步将消费者区分，针对他们感兴趣的程度和个人的具体状况进行传播。数据库营销的目的在于提

高营销效率，使消费者与企业结成牢不可破的品牌忠诚。纽约大都会歌剧院设立一个可容纳150万人以上的歌迷资料的数据库，歌剧院运用电脑分析各种类型消费者的特点，找出潜在的顾客，然后用直接通讯的方式宣传推销歌剧票，结果在歌剧票正式公开发售之前，70%以上的入场券就已经利用数据库销售出去了。厂家对自己推销的每一产品都要进行市场跟踪，在长期的营销积累中通过电脑管理，建立用户案库，以便进行长期的消费者追踪、售后服务和产品的升级换代。保时捷(PORSCHE)公司为推销其新款汽车向每位车主都寄发一张独特的海报，画面上是一部保时捷新车，车牌上印有车主的名字。车主们收到这一海报十分惊喜，因为这是完全属于他自己的礼品。保时捷公司绝妙地执行了一个犀利的消费者导向策略，由寄发个人海报为起点。保时捷公司利用赛车活动，电视、杂志广告和报纸附页，进行了一系列的整合广告活动，其中一项活动是将购保时捷汽车车主的姓名铭刻在保时捷车内的底盘上，甚至向车主赠送有其姓名的车牌。这一系列的活动牢牢地将车主和保时捷联系在一起，并极大地发掘了潜在消费者。在网络营销环境中，顾客数据在增加要方便得多，而且往往是顾客自愿加入网站的数据库。最新的调查表明，为了获得个性化服务或获得有价值的信息，有超过50%的顾客愿意提供自己的部分个人信息，这对于网络营销人员来说，无疑是一个好消息。

**分众行销：发掘客户的终身价值**

企业要想真正了解客户，就要对客户价值进行系统的分析，谁给企业带来的利润最多，评价客户的终身价值，如何开展建立客户忠诚度的市场活动等，通过价值分析，企业可以建立一个高质量的客户价值数据库，还可以通过分析找

出最有效的市场营销及产品销售手段。最能让公司获利的20%的客户，贡献了公司总利润的80%。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)