

2009年国际商务师考试辅导：整合营销传播商务师考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/544/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_9B_BD_c29_544816.htm 整合营销传播（一）

4Ps/4Cs/5Rs 1、4Ps产品、价格、渠道、促销 2、4Cs消费者、成本、便利性、沟通 3、5Rs关联、感受、反应、关系、回报
（1）强调长期拥有客户（2）重视长期利益（3）建立友好合作关系（4）以产品或服务给客户带来的利益为核心（5）高度承诺（二）整合营销传播理论的概念 1、整合营销传播以消费者为中心，建立在对传播对象的深入了解基础上的一种传播方式，它将所有的营销传播手段协调、统一起来，向目标受众传递统一的说服性信息，在企业与消费者间建立一种独特的关系，从而达到企业的目标。 2、整合营销传播的四个层次：（1）形象的整合（2）持续一致的声音（3）良好的倾听者（4）世界级的公民（三）整合营销传播战略 1、整合营销传播的运作特征（1）以资料库为运作基础（2）整合各种传播手段塑造一致性“心像”（3）以关系营销为目的（4）以循环为本质 2、成功开发整合营销传播战略的必须要素（1）充分理解利益相关者（2）积累广泛的资料库（3）组织的有力支援（4）接受革新带来的变动（5）系统的整合营销传播战略建立程序（6）创造性的构思 3、整合营销传播战略开发的程序（1）SWOT分析（2）分析目标与关系（3）决定营销传播的目标（4）决定策略并进行论证（5）决定预算（6）确定时间表（7）检验营销传播组合（8）评估效果（四）整合营销传播战术 1、整合营销传播战术的“9S”（1）利益相关者的洞察（2）利益相关者

信息的留存 (3) 细分利益相关者 (4) 战略竞争优势 (5) 调整计划的战略性 (6) 持续的改进 (7) 战略性传播组合 (8) 系统控制 (9) 共享企业价值 欢迎进入：2009年国际商务师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题国际商务师、百考试题论坛国际商务师"#F8F8F8" 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