

2009年经济师《初级工商专业》市场营销讲义(3)经济师考试  
PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/645/2021\\_2022\\_2009\\_E5\\_B9\\_B4\\_E7\\_BB\\_8F\\_c49\\_645947.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E7_BB_8F_c49_645947.htm) 文章讲解了市场营销者与潜在顾客，以及市场营销的管理过程。

5.市场——掌握 市场是由一切具有特定需求或欲望，而且愿意并能够通过交换来满足这种需求和欲望的全部潜在顾客组成。 市场三要素：顾客、购买欲望和购买力。

6.关系与网络——掌握 建立关系是企业向顾客作出各种承诺。保持关系的前提是企业履行承诺。发展或加强关系是企业履行以前所作的承诺后，向顾客做出一系列新的承诺，以保持老顾客，形成顾客的忠诚度。 市场营销网络是指企业及其与之建立起牢固的相互信赖的商业关系的其他企业所构成的网络。

7.市场营销者与潜在顾客——掌握 在交换双方中，如果一方比另一方更主动、更积极地寻求交换，更主动方是市场营销者，被动者是潜在顾客。 市场营销者是指希望从别人那里取得资源并愿意以某种有价值物作为交换的人，可以是买者，也可以是卖者。

例题3-8 (单选，习题5)企业保持与顾客关系的前提是( )。 A.履行承诺 B.提供服务 C.提供产品 D.市场营销网络 答案：A 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)