# 市场营销核心概念

aRNoLD
BizEdu.NET

# 市场营销

- MARKETING

is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and exchanging products of value with others.

# 需要、欲望、需求

- A human need is a state of deprivation of some basic satisfaction.
- Wants are desires for specific satisfiers of needs.
- Demands are wants for specific products that are backed by an ability and willingness to buy them.

# 需要、欲望、需求

- 人的需要是他们基本的满足被剥夺后的状态。人的需要种类少，如食欲、性欲等，均源自天生，营销者不可能“创造”人的需要。
- 欲望是对基本需要的具体满足的形式。同一种需要可产生不同的欲望，如食欲可产生出对米饭的欲望，亦可产生对汉堡包的欲望，甚至对吃人肉的欲望。
- 当人的欲望可载于某一具体的产品上并由购买力来实现时，即产生了对该产品的有效需求。

# 产品

- 产品的概念在营销中可分为三个层次，分别是：
  - 实体产品
  - 服务
  - 思想

其中实体产品是物质承载物，服务则是用以满足消费感受的部分，而思想则随同使用过程灌输给消费者。

# 价值、成本和满意

满意度由产品提供给用户的价值减去为获得该产品的总成本得到

此处成本包括转换成本(switch cost)及机会成本(opportunity cost)

# 交换与交易

- 交换与交易的区别
- 交换达成的五大先决要素

1. There are at least two parties
2. Each party has something of value to the other party
3. Each party is capable of communication and delivery.
4. Each party is free to accept or reject the offer.
5. Each party believes it is appropriate or desirable to deal with the other party.

# 市场

- 营销学中市场的定义
- 市场的规模取决于潜在的、对产品有兴趣、愿意并有能力购买的客户数。
- 市场中营销方与购买方的判定

# 关于BizEdu.NET

- BizEdu.NET是一个讨论商务培训与教育数字化的非营利性网站，也是美国麻省理工学院开放式课程（斯隆管理学院《营销管理》与《营销导论》）中文化及应用推广的支持站点。
- 更多营销类开放式课程请至BizEdu.NET
- 欢迎使用及传播！