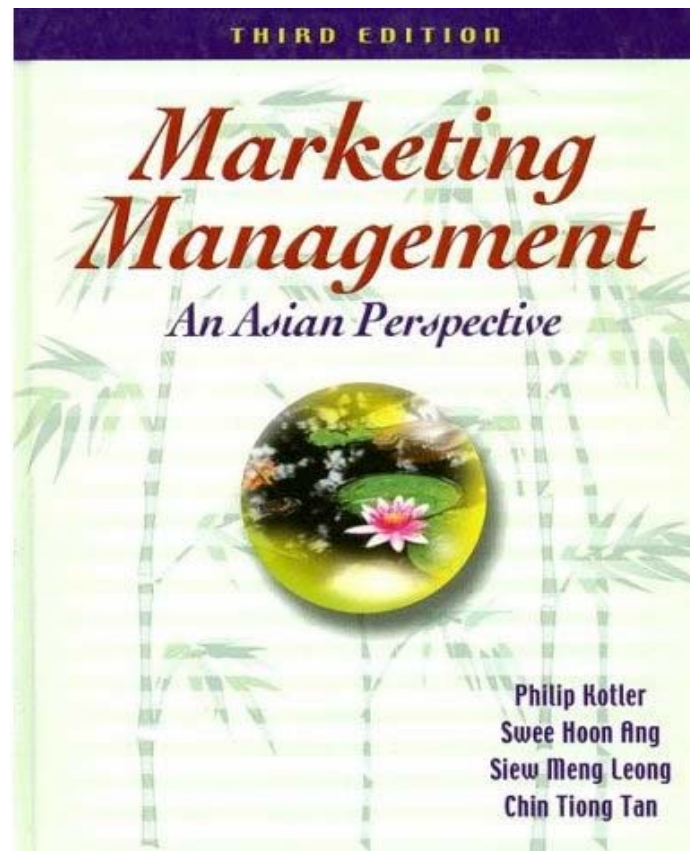


Chapter 1: Defining Marketing for the 21st Century

Tiếp thị trong thế kỷ 21

Philip Kotler



Powerpoint slides prepared by
NMDUC 2008

Nội dung chương

- What are the tasks of marketing?
Các nhiệm vụ của marketing
- What are the major concepts and tools of marketing?
Khái niệm và công cụ của marketing
- What orientations do companies exhibit in the marketplace?
Các công ty sẽ phải biểu hiện những khuynh hướng nào trên thị trường
- How are companies and marketers responding to the new challenges?
Các công ty và nhà tiếp thị hành động như thế nào để thích ứng với những thách thức mới

The New Economy

- Sức mua gia tăng
- Hàng hóa phong phú
- Thông tin tràn ngập
- Giao dịch dễ dàng
- Lựa chọn thuận tiện



Marketing Task



- Ten rules of radical marketing

Mười qui luật của marketing toàn diện

- The CEO must own the marketing function.

Giám Đốc Điều Hành phải nắm các hoạt động marketing

- Make sure the marketing department starts small and flat and stays small and flat.

GĐĐH không được để cho mức độ quản lý quá rối rắm đến mức xa rời thị trường

- Get face to face with the people who matter most – the customers.

Càng tiếp xúc trực tiếp với khách hàng càng tốt

- Use market research cautiously.

Sử dụng nghiên cứu thị trường một cách cẩn thận

- Hire only passionate missionaries.

Chỉ tuyển những người đam mê sứ mạng của công ty

Powerpoint slides prepared by

NMDUC 2008

Marketing Task

- Ten rules of radical marketing

Mười qui luật của marketing toàn diện

- Love and respect your customers.
Yêu thương và tôn trọng khách hàng
- Create a community of consumers.
Công ty và khách hàng là một cộng đồng
- Rethink the marketing mix.
Thận trọng với hỗn hợp tiếp thị
- Celebrate common sense.
Xây dựng tiếng nói chung cho công ty, nhà phân phối và khách hàng
- Be true to the brand.
Tạo nên một thương hiệu thật, thương hiệu mà chính nó có thể bán nó

Phạm vi của marketing

- Marketing: typically seen as the task of creating, promoting, and delivering goods and services to consumers and businesses.

Marketing được xem như có các nhiệm vụ tạo ra, thúc đẩy và chuyển giao hàng hóa, dịch vụ đến người tiêu dùng và các doanh nghiệp

- Goods
- Services
- Experiences
- Events
- Persons
- Places
- Properties
- Organizations
- Information
- Ideas

Các nhà tiếp thị quyết định cái gì?

- Consumer Markets
- Business Markets
- Global Markets
- Nonprofit and Governmental Markets



Khái niệm và các công cụ marketing

- Marketing
- Marketing management
- Target Markets and Segmentation



Figure 1-1: A Simple Marketing System



Khái niệm và các công cụ marketing

- Marketers and Prospects
- Needs, Wants, and Demands
- Product, Offering, and Brand
- Value and Satisfaction
 - Customer value triad
 - Value

Value = Benefits / Costs =

(Functional benefits + Emotional benefits) /

(Monetary costs + Time costs + Energy costs + Psychic costs)



Khái niệm và các công cụ marketing

– Exchange and Transactions

- Exchange
- Transaction
- Barter
- Transfer
- Behavioral response



Khái niệm và các công cụ marketing

- Relationships and Networks
 - Relationship marketing
 - Marketing network
- Marketing Channels
- Supply Chain
- Competition



Khái niệm và các công cụ marketing

- Brand competition
- Industry competition
- Form competition
- Generic competition
- Marketing environment
 - Task environment
 - Broad environment
- Marketing Program
 - Marketing program
 - Marketing mix



Định hướng doanh nghiệp

- Production Concept
- Product concept
- Selling Concept
- Marketing Concept



Định hướng doanh nghiệp

- Target Market
- Customer Needs
 - Stated needs
- Real needs
 - Unstated needs
 - Delight needs
 - Secret needs



Định hướng doanh nghiệp

- Integrated Marketing
 - External marketing
 - Internal marketing



Định hướng doanh nghiệp

– Profitability

- Sales decline
- Slow growth
- Changing buying patterns
- Increasing competition
- Increasing marketing expenditures



Định hướng doanh nghiệp

- Societal Marketing Concept
 - Cause-related marketing



Kinh doanh và tiếp thị đang thay đổi như thế nào?

- Customers
- Brand manufacturers
- Store-based retailers



Kinh doanh và tiếp thị đang thay đổi như thế nào?

- Company responses and adjustments
 - Reengineering
 - Outsourcing
 - E-commerce
 - Benchmarking
 - Alliances
 - **Partner-suppliers**
 - **Market-centered**
 - **Global and local**
 - **Decentralized**



Kinh doanh và tiếp thị đang thay đổi như thế nào?

- Marketer Responses and Adjustments

- Customer relationship marketing
- Customer lifetime value
- Customer share
- Target marketing
- Customization
- Customer database

- **Integrated marketing communications**
- **Channels as partners**
- **Every employee a marketer**
- **Model-based decision making**

