Mục tiêu

- Hiểu bản chất của hoạt động Quản trị Marketing trong doanh nghiệp.
- Hiểu các bước của một qui trình quản trị Marketing cần thực hiện trong thực tế.
- Biết cách lập kế hoạch Marketing.

www.dinhtienminh.net

2

Nội dung

1. Bản chất Marketing
2. Qui trình quản trị Marketing
3. Qui trình lập kế hoạch Marketing

www.dinhtienminh.net

3

1. Bản chất Marketing

Theo Anh (Chị), mục tiêu cuối cùng trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp là gì?

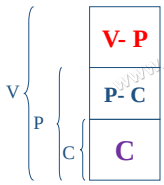
www.dinhtienminh.net

4

1. Bản chất Marketing (tt)

❖ **Mục tiêu hoạt động Marketing:**

- Thỏa mãn khách hàng (hài lòng, trung thành, lôi kéo).
- Chiến thắng trong cạnh tranh trên thị trường.
- Lợi nhuận lâu dài.



V: Giá trị dành cho khách hàng
P: Giá cả
C: Chi phí SX
V- P: Lợi ích khách hàng
P- C: Lợi nhuận biên

www.dinhtienminh.net

5

1. Bản chất Marketing (tt)

Theo Anh (Chị), người phụ trách Marketing trong doanh nghiệp làm gì?

www.dinhtienminh.net

6

1. Bản chất Marketing (tt)

More than Selling and Advertising

7

1. Bản chất Marketing (tt)

- Analyze Needs
- Predict Wants
- Estimate Demand
- Predict When
- Determine Where
- Estimate Price
- Decide Promotion
- Estimate Competition
- **Provide Service**

Things a Firm Should Do in Producing a Bike

8

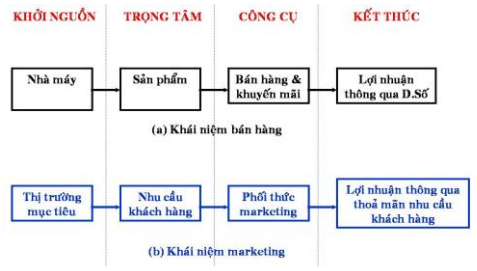
1. Bản chất Marketing (tt)

Theo Anh (Chị), người bán hàng khác người làm Marketing ở điểm nào?

www.dinhtienminh.vn

9

1. Bản chất Marketing (tt)



Source: *Marketing managament - An Asian Perspective - p21.*

10

1. Bản chất Marketing (tt)

- **Kết luận:** Nguyên nhân sâu xa để Marketing ra đời và phát triển là để giải quyết các mâu thuẫn của nền SXHH và nguyên nhân trực tiếp là để giải quyết những khó khăn phức tạp trong quá trình tiêu thụ hàng hóa.

11

1. Bản chất Marketing (tt)

- Marketing là quá trình quản trị nhằm nhận biết, dự đoán và đáp ứng những yêu cầu của khách hàng một cách hiệu quả và có lợi.

(UK chartered Institute of Marketing)

- Marketing là tiến trình qua đó cá nhân và tổ chức có thể thỏa mãn được nhu cầu và mong muốn thông qua việc sáng tạo, trao đổi sản phẩm và giá trị giữa các bên.

(Philip Kotler - Principle of Marketing, 2007)

12

1. Bản chất Marketing (tt)

❖**Một số khái niệm mở rộng Marketing:**

13

2. Qui trình quản trị Marketing

❖**Khái niệm quản trị Marketing:** là *"sự phân tích, kế hoạch hóa, thực hiện và điều khiển các chiến lược và chương trình Marketing nhằm thực hiện các trao đổi mong muốn với thị trường mục tiêu để đạt được các mục tiêu của doanh nghiệp"*.

(Trương Đình Chiến (2011), *Quản trị Marketing*, NXB ĐHKTQD, 23-24)

14

2. Qui trình quản trị Marketing (tt)

(B1) R --> (B2) S.T.P Strategy --> (B3) M.M Strategies/ Tactics --> (B4) I --> (B5) C

R: Research
S: Segmentation
T: Targeting
P: Positioning
MM: Marketing mix (4P/ 3P/ 12P)
I: Implementation
C: Controlling

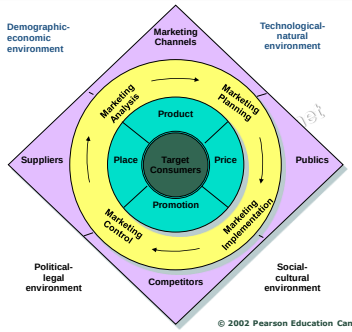
15

2. Qui trình quản trị Marketing (tt)

- **Jerome Mc Cathy (1964):**
  - Product/ Price/ Place/ Promotion.
- **Anne L. Borden (1965):**
  - Product/ Pricing/ Branding/ Channels of distribution/ Personal selling/ Advertising/ Sales Promotion/ Packaging/ Display/ Servicing/ Physical handling/ Fact finding & analysis.
- **Bernard H. Blooms & Mary J. Bitner (1984):**
  Extended Marketing Mix in Service field
  - Adding: People/ Physical Evidence/ Process.

16

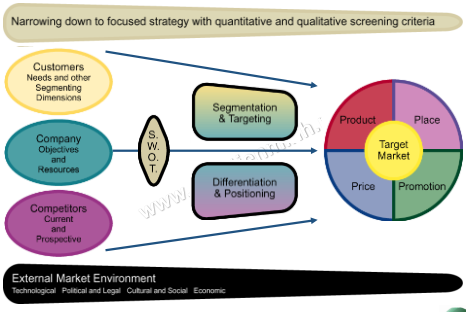
2. Qui trình quản trị Marketing (tt)



© 2002 Pearson Education Canada Inc.

18

2. Qui trình quản trị Marketing (tt)



© 2002 Pearson Education Canada Inc.

19

Minh họa: Vấn đề tại American Express

20

Nguồn: Charles D. Schewe & Alexander Hiam (2007), trang 45

2. Qui trình quản trị Marketing (tt)

❖**Đặc điểm quản trị Marketing:**

- Là quá trình gồm các giai đoạn kế tiếp nhau liên tục.
- Là quá trình hoạt động quản trị theo mục tiêu.
- Là quá trình quản trị khách hàng và nhu cầu thị trường.
- Là quá trình bao trùm tất cả các quan hệ của doanh nghiệp với các đối tác.
- Là quá trình quản trị bao gồm một tập hợp các hoạt động chức năng khác của doanh nghiệp.
- Quản trị Marketing đòi hỏi phải có đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp và bộ máy hợp lý.

21

2. Qui trình quản trị Marketing (tt)

❖**Nhiệm vụ chủ yếu của quản trị Marketing:**

- Xây dựng, quản lý và khai thác M.I.S
- NCTT phục vụ các quyết định Marketing.
- Xây dựng các chiến lược và kế hoạch Marketing.
- Tổ chức thực hiện, điều chỉnh các biện pháp Marketing.
- Giám sát và kiểm tra tình hình thực hiện chiến lược.
- Xây dựng ngân sách và đề xuất sử dụng ngân sách.
- Đảm bảo phối hợp với các bộ phận chức năng khác.

22

3. Qui trình lập kế hoạch Marketing

❖ **Lập Kế hoạch Marketing:**

- Là một kế hoạch chức năng, là công cụ để điều hành hoạt động Marketing của doanh nghiệp.
- Lập kế hoạch là giai đoạn đầu tiên của quá trình quản trị Marketing của doanh nghiệp.
- Kế hoạch Marketing có thể được xây dựng cho các đối tượng khác nhau: sản phẩm, thương hiệu, thị trường…

Trương Đình Chiến (2011), 61-79.

23

3. Qui trình lập kế hoạch Marketing (tt)

24