

## 《因纳特市场营销沙盘演练软件》简介

随着市场竞争格局、市场环境、消费者思想和行为的变化，营销理念也随之在变，各种理论推陈出新。从以满足市场需求为目标的 4P 理论，到以追求顾客满意为目标的 4C 理论和强调从消费者需求出发的 4S 理论等。本软件以 4P 理论、4C 理论、4S 理论为依据，让学生在理论上进行实践的沙盘演练。

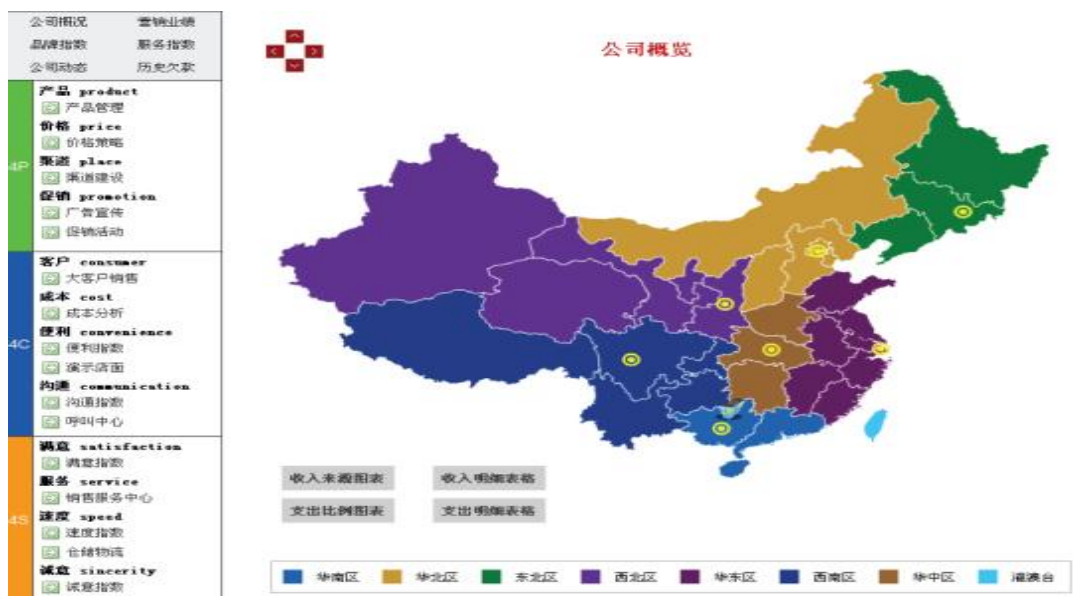
《因纳特市场营销沙盘演练软件》让学生掌握营销战略的基本知识、基本原理，将 4P 理论、4C 理论、4S 理论的营销方法，合理融入到软件当中，从而使学生熟悉基本的战略分析方法和工具，并形成系统的知识体系，锻炼学生战略思维模式，灵活运用所学的战略理论和工具，形成基本的营销能力。

### 一、竞争、分析、决策的营销沙盘

《因纳特市场营销沙盘演练软件》让学生在竞争的环境下进行分析和决策，获得多种竞争形势下的宝贵市场经验；学习制定以市场为导向的业务战略计划，认识营销战略对于经营业绩的决定性作用，体验内部营销和外部营销的关系，深刻领悟企业综合竞争能力的根源。本软件在竞争、分析、决策方面有效结合，为学生实训提供一个全新的平台。

1、本软件把全国市场分为华南、华北、华中、华东、东北、西北、西南七大片区。

2、公司之间互相竞争，在全国不同的区域内进行营销活动，制定自己的市场计划，公司需要寻求最大市场份额和实际销售数量之间的最佳平衡点。

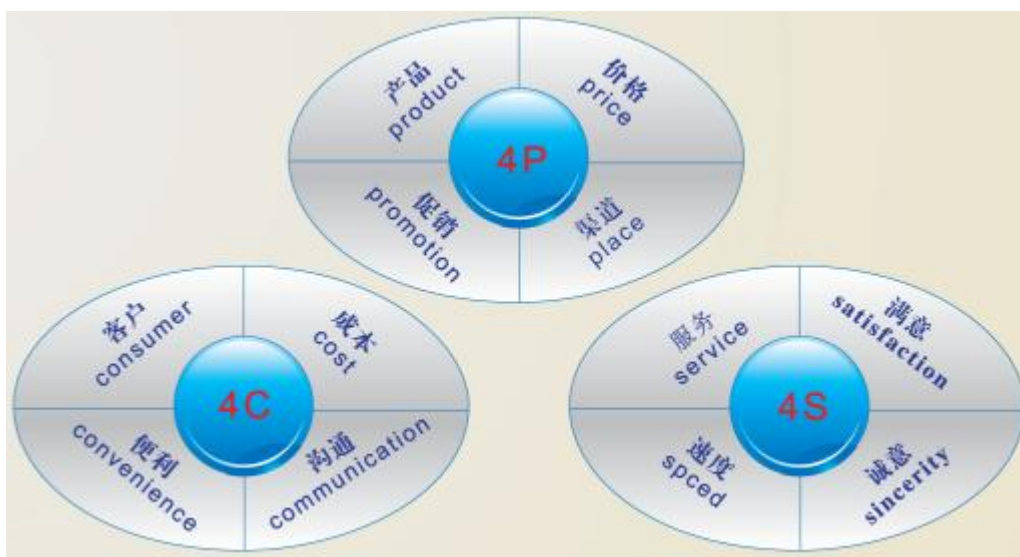


3、寻求在营销设施、宣传策略等方面最小投入让市场份额最大，4P、4C、4S 营销策略的多种组合获得最大利润。

4、在销售途径上，系统提供了与渠道合作、促销、大客户销售和招投标的方式，增强实验的竞争性。

## 二、4PCS 有机结合的营销沙盘

《因纳特市场营销沙盘演练软件》让学生学习处理企业、顾客、社会三者之间的利益关系，对市场营销学有一个整体认识，了解市场营销活动的基本程序和方法，培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的能力，以使具有明确的营销意识。本套软件是市场营销理论4P、4C、4S有效结合的实训沙盘演练软件。



1、4P 即产品(Product)、价格(Price)、渠道(Place)和促销(Promotion)。一次成功和完整的市场营销活动，意味着以适当的产品、适当的价格、适当的渠道和适当的促销手段，将适当的产品和服务投放到特定市场的行为。

2、4C 即消费者(Consumer)、成本(Cost)、便利(Convenience)和沟通(Communication)。它强调企业首先应该把追求顾客满意放在第一位，其次是努力降低顾客的购买成本，不再仅从企业的角度来决定销售渠道策略，最后还应以消费者为中心实施有效的营销沟通。

3、4S 即满意(satisfaction)、服务(service)、速度(speed)和诚意(sincerity)。它强调从消费者需求出发，建立起一种“消费者占有”的导向。它要求企业针对消费者的满意程度对产品、服务、品牌不断进行改进，从而达到企业服务品质最优化，使消费者满意度最大化，进而提升消费者对企业产品的忠诚度。

### 三、软件功能模块

1、**经营数据**：对公司的经营状况等数据进行汇总，不同的数据会以图表或柱状图等效果展示出来，学生可对公司的经营情况及时了解并做出分析，为公司的营销决策提供全面的分析数据。经营数据主要功能包括下面四个方面。

公司概况	营销业绩	品牌指数	服务指数
------	------	------	------

2、**4P**：产品(Product)、价格(Price)、渠道(Place)和促销(Promotion)，主要功能如下：

产品 Product	价格 Price	渠道 Place	促销 Promotion
产品管理	价格策略	渠道建设	促销活动

1) **产品**：选择自己所要营销的区域（单个或多个），进行购买产品，并管理不同区域内的库存情况。

2) **价格**：在明确成本价格等因素的前提下，对不同的区域进行定价，在市场变化的情况下，可对价格做出相应的调整。

3) **渠道**：在各个区域内发展自己的代理商，发展卖场，扩大销售网络。

4) **促销**：促销包括广告宣传和促销优惠活动。广告宣传可以选择不同的媒体投放；提高品牌指数；针对渠道可以选择不同的促销方案，通过促销，可提高渠道销售能力。

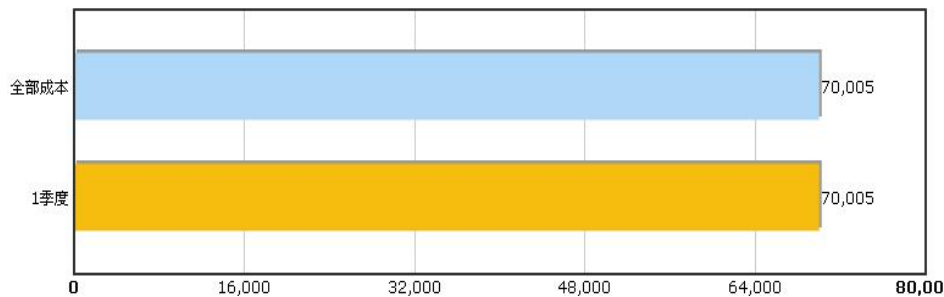
3、**4C**：消费者(Consumer)、成本(Cost)、便利(Convenience)和沟通(Communication)，主要功能如下：

客户 Consumer	成本 Cost	便利 Convenience	沟通 Communication
大客户销售	成本分析	便利指数	沟通指数
		演示店面	呼叫中心

1) **客户**：大客户销售包括不同行业的客户群，系统提供如金融、汽车、通讯等行业的客户，学生对自己跟进的客户进行发掘、跟踪，客户分为潜在客户，目标客户，竞标客户，学生需要通过电话联系，上门拜访等行为，对客户进行跟进，最终与对手竞争客户采购标的。

2) **成本**：对不同季度的成本进行查看分析，为如何减少运营成本提供数据支持。如图：

成本构成图表



(图) 成本分析

3) **便利指数**：便利指数可反映各区域的营销便利程度，它和区域内的服务设施、物流、渠道有着密切关系，它是评价公司服务的一项重要指标。可以在自己营销的区域创建演示店面、呼叫中心等设施来提高便利指数。

区域	演示店面	销售服务中心	呼叫中心	仓储物流	渠道销售	便利指数
华北地区	✘	✘	✔	✘	✘	2
东北地区	✘	✘	✔	✘	✘	2

4) **沟通指数**：。

4、4S：满意 (satisfaction)、服务 (service)、速度 (speed) 和诚意 (sincerity)，

主要功能如下：



1) **满意指数**：满意指数涉及到品牌满意、价格满意、服务满意、物流满意等因素，它是评价公司服务的又一项重要指标。软件通过科学合理的算法来评估客户对于模拟公司各方面的满意程度，才能更好的与客户合作。

区域	品牌满意	价格满意	服务满意	物流满意	满意指数
华北地区					6
东北地区					4

2) **销售服务中心**：学生可以在自己所营销的区域建立销售服务中心，销售服务中心的建立，对便利、沟通、满意等指数起到提升的作用，需要付出一定的资金成本。

3) **速度指数**：速度指数的提高，涉及到售后、呼叫中心、仓储、渠道等因素。学生可以在营销区域建立自己的仓储物流中心，提升运速、节省运输成本，管理物流配送。速度指数也是客户评价营销公司服务的一项重要指标。

4) **诚意指数**：诚意指数涉及到促销诚意、价格诚意、服务诚意等因素，诚意指数也是客户评价销售公司服务的一项重要指标，服务评价的好坏在招投标竞争中会体现出来。

## 四、软件功能特点

- \*全面营销技能、营销思想的训练
- \*角色模拟的竞争性实验
- \*营销策略效果量化，合理的实验数据
- \*多厂商、多品牌的竞争实验模拟环境
- \*强大的教师调控能力

## 五、产品价格

项目名称	单位	版本号	出货标准	价格
因纳特市场营销沙盘演练软件	套	V4.00	使用手册 实验指导书 安装光盘	联系我司

## 六、服务及其它

(一) 我们将提供以下资料和服务，以方便老师使用：

- 1、实验指导书；
- 2、完整的实验数据；
- 3、软件使用手册和操作指南

(二) 若需要了解更多，可从联系我们或访问公司网站获取更多资料！

如果您需要试用本软件，请联系我们，我们将为您开通远程访问权限试用软件！

## 七、联系我们：

深圳市因纳特科技有限公司

地址：市南山区科技园深南花园裙楼 C 座 423      邮编：518057

电话：0755-26951051/1061/1071 转业务部

邮件：yntsoft@yntsoft.com      szhuq@126.com

网站：www.yntsoft.com