

# 《因纳特市场营销模拟平台软件》V4.01 介绍

## 一、软件总体功能介绍

本软件结合互联网络通讯技术和计算机系统的强大处理能力，构造一个竞争和协作的虚拟营销环境，让参与者扮演公司营销总负责人角色，从不同角度全面了解和执行营销决策；并且通过优化计算模式，以市场开拓度、市场最大份额、实际销售额、利润率和总资本的形式反映营销策略的差距。一个班的学生实验时，学生扮演营销总负责人角色，每人分配相同的资本（不同实验产品不同资金）开始进行模拟实验，实验结束时根据利润的多少来衡量学生的模拟成绩。

**战略分析：**学生掌握战略管理的基本知识、基本原理，熟悉基本的战略分析、制定、实施等方法 and 工具，并形成系统的知识体系，锻炼学生以战略的思维模式，灵活运用所学的战略理论和工具，形成基本的战略管理的分析能力。

**营销实战：**全国市场分为华南、华北、华中、华东、东北、西北、西南七大片区。公司之间互相竞争，在全国不同的区域内进行营销活动，制定自己的市场开拓计划，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，寻求在产品品质、宣传策略等方面最小投入让市场份额最大，可实际模拟价格、数量等最大化多种组合获得最大利润；在销售途径上，系统提供了与渠道合作、促销、交易洽谈和招投标的方式，增加实验的竞争性。

本软件采用 JAVA 技术开发，分层结构开发模式，系统后台数据设置灵活，老师可完全重新设置新的模拟实验数据。按照全国七大区域划分进行营销策略模拟和演练，量化营销实验效果、充满竞争和互动性、灵活的后台控制能力、寓教于乐的开发设计，以及真正实现营销的各种组合模拟是本软件的最大特色。下图为整个系统功能结构框架示意图：



## 二、软件包含模块

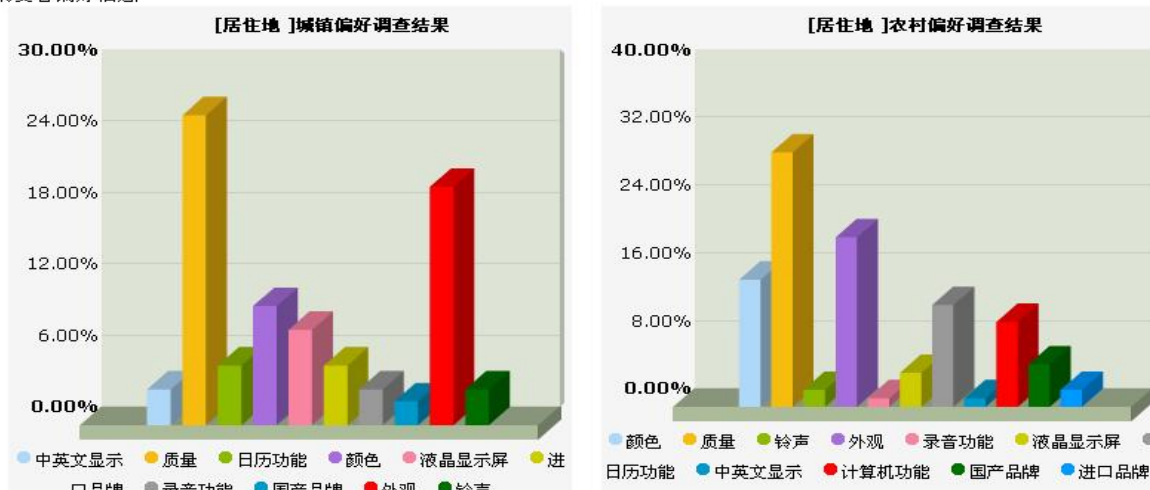


### 三、软件功能特点

#### 1、贴近现实的战略分析演练

学生从市场调查、市场细分、SWOT 分析、竞争战略分析等方向，深入对市场的各个层面进行有目的的，有选择性的调查，锻炼学生分析市场，挖掘数据的能力，为后期的营销实战提供指导思想。调查结果系统以 FIASH 展示。

消费者偏好信息



#### 2、角色模拟的竞争性实验

学生扮演公司营销负责人的角色，确定该产品的产品策略、价格策略、宣传策略、渠道策略和其它策略，在自己的区域内实现市场占有率的最大。让学生全面了解市场营销的宣传与销售的有效配合，并参与投标，利用系统提供的交易洽谈功能，使该角色学生学会把握交易洽谈的技巧和实际销售策略。下图为学生的操作界面



区域	开拓程度	市场份额	目标市场
华北地区	1.0	0	⊗
东北地区	1.0	0	⊗
华东地区	1.0	0	⊗
华南地区	1.0	0	⊗
西北地区	1.0	0	⊗
西南地区	1.0	0	⊗
华中地区	1.0	0	⊗

版权所有：深圳市因纳特科技有限公司 (YntSoft.com) All Right Reserved 建议使用1024\*768分辨率浏览效果最佳

### 3、营销策略效果量化

系统根据学生的宣传策略计算市场份额，在本系统中的最大可能市场份额和最大销售数量；系统可以计算真实的营销策略量化数据以及销售的实际数量，学生需要从中寻求最合理的组合，找到最有效的营销策略。

### 4、销售数量具体化

学生可选择系统设定的超市、商场作为自己的渠道，也可以参与招标；还可在已经合作的渠道中实行降价和其他策略，这些活动直接影响学生的实际销售数量。通过交易中心和招投标中心确定产品销售的实际销售数量。使学生的营销策略和销售成果数量化，增加学生实验的兴趣。

### 4、多厂商、多品牌的竞争实验模拟环境

在本系统中存在多个运营公司，利用网络环境构建了竞争和协作的市场经营环境。学生通过对本区域的营销活动、通过营销策略的竞争以获取最大利润。真实的商务谈判过程，竞争与协作的教学环境，给学生一种真实的营销氛围。

### 5、交易系统和招投标系统贴近真实

本系统构建了交易洽谈系统，使用者可利用系统的即时交互系统进行贴近真实的商业谈判，并最终签订合同和买卖商品；系统还模拟了现实商业中的投标系统，与现实招投标系统一样，投标人需要达到一定的品牌知名度和信用等级才能参与投标，并缴纳投标保证金、履约保证金等；老师还可在招投标系统中设置批发货，强化学生资金利用的概念。

### 6、寓教于乐的开发设计

学生根据系统和老师提供的运作规则制定产品策略、价格策略、渠道策略和营销策略等，并在系统模型中运营；随着时间的推移，市场和经营环境在不断变化，公司的产品质量、品牌知名度、市场占有率都在发生变化……学生在数字游戏的娱乐中，掌握了营销知识和销售技巧。系统提供了交易洽谈功能，让学生在模拟中真实感受和体验商务谈判过程；并提供了市场分析功能、各种策略报告模板、利润计算表格等，帮助学生学习市场营销的相关知识。**数据量化，具有实战性、寓教于乐是软件的最大特色。**

### 7、强大的教师调控能力

教师在后台可随时添加宏观政策、市场资讯和市场行情等各种信息，修改和制定包装价格、产品定价等各种营销规则，包括产品投入（包装、研发、生产能力等投入）、宣传费用（电视媒体、纸面媒体、户外广告、网络营销、促销活动、直邮等）、渠道建设（超市、商场）所需费用，并可随时查看学生的经营报告和利润表等。

### 8、后台设置灵活，购买一套软件可添加多套模拟数据。

软件采用 J2EE 分层开发技术，学生操作端和老师后台控制完全分开，老师可在后台控制学生模拟数据，并可完全重新设置新的模拟数据。系统已经设置了洗发水和电话机的实验数据，老师还可设置新的实验数据，相当于购买一套软件不受限制的可设置多套企业市场营销模拟的数据，下图是老师对实验产品的管理：

因纳特市场营销模拟平台软件 V4.01  
YNT Marketing Simulation Platform Software

实验产品管理

找到4条记录, 显示 1 到 4

序号	名称	成本价格	当前实验产品	实验产品切换
1	电话机	62.00	<input type="radio"/>	切换为当前产品
2	手机	980.00	<input checked="" type="radio"/>	正在实验此产品
3	传真机	700.00	<input type="radio"/>	切换为当前产品
4	电风扇	90.00	<input type="radio"/>	切换为当前产品

说明

- 当前各班级只能有一个产品在进行实验
- 如果您准备切换实验产品，请保证当前学生都已经停止了操作！
- 每完成一个产品实验，请在实验报告中将本班级实验记录打印保存。
- 完成某产品实验后，转换到下一产品将清空上一实验产品的学生公司数据，学生需要重新登记公司。

## 四、软件优势

- 系统独特的产品竞争力指数、价格竞争力指数和营销竞争力指数让学生的各种策略效果数量化，与现在的很多市场营销模拟软件只是文字游戏不同，它能真实地计算出学生的实际经营效果。
- 一个学生经营一个公司，并创建自己的品牌，可以极大地发挥学生的主观能动性；
- 可以丰富教学的手段，给学生的学习过程带来更多的体验，而不仅是简单的讨论；
- 在现实中需要几年的决策实践过程可以压缩在几个星期甚至于几天来完成；

- 学生们通过模拟过程提高自主意识，帮助学生实践和体验竞争的环境；
- 可以在很大程度上减轻老师的授课负担。

## 五、实验安排

- 实验一 软件内容和实验思路讲解
- 实验二 确定区域，进行市场开拓
- 实验三 厂商超市、商场的合作
- 实验四 营销过程中的辅助工作
- 实验五 单一档次产品，同一区域的营销
- 实验六 多档次产品，同区域的营销
- 实验七 单一档次产品，不同区域的营销
- 实验八 多档次产品，不同区域的营销
- 实验九 指定产品综合实验，追求利润最大化
- 实验十 综合实验考试

## 六 市场价格

软件名称	版本号	市场价	备注
《因纳特市场营销模拟平台软件》	V4.00	联系我司	B/S 结构

## 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：0755-26951051/1061/1071/1055 转业务部

邮件：[yntsoft@yntsoft.com](mailto:yntsoft@yntsoft.com) [szhug@126.com](mailto:szhug@126.com)

网站：[www.yntsoft.com](http://www.yntsoft.com)