

从圣经看营销--营销漫谈（1）

作者：王德生

~~~~~

~~~~~

一、

创新是我们企业的核心。美国市场营销学家菲利普·科特勒教授早期对市场营销的解释得到了广泛的认同：市场营销是个人或组织通过创造并同他人交换产品和价值以满足需求和欲望的一种社会和管理过程。

创造、交换、满足。根据这一定义，可以将市场营销具体归纳为以下几点：

（1）市场营销的最终目标是“满足需求和欲望”。

（2）交换是市场营销的核心，交换过程是一个主动、积极地寻找机会，满足双方需求和欲望的社会过程和管理过程。

（3）交换过程能否顺利进行，取决于营销者创造的产品和价值满足顾客需求的程度和交换过程管理的水平。

在 2013 年出版的《市场营销原则》（第 15 版）中，菲利普·科特勒教授再次更新了他对市场营销（Marketing）的认识：市场营销是通过为顾客创造价值来构建可获利的顾客关系并从中获取价值回报的过程。简言之，营销就是经营可获利的顾客关系。

市场营销学的研究对象是市场营销活动及其规律，即研究企业如何识别、分析评价、选择和利用市场机会，从满足目标市场顾客需求出发，有计划地组织企业的整体活动，通过交换，将产品从生产者手中转向消费者手中，以实现企业营销目标。

第一个问题:除了企业需要市场营销, 学校, 军队, 医院等非盈利机构需要市场营销吗? (学员: 需要) 那么教会需要市场营销吗? (学员: 也需要)

估计很多牧师都不敢提这个问题, 任何社会组织都必须具有市场营销功能。所以市场营销的定义就不是卖产品和服务。今晚我们从圣经来看市场营销, 很有意思。

~~~~~

~~~~~

二、

问题二:世界上最大的企业是什么呢? (学员: 教会) 对。

那么产品和顾客是什么呢? 教会提供什么产品?这个产品实现什么价值?满足客户的什么价值需求?三一神就是产品和服务, 信徒就是顾客。满足什么价值需求呢? (学员: 1.生命得救; 2.生命的需求; 3.信望爱)

真善美的生命需求。那么顾客付什么价钱呢? 顾客需要付出什么呢? (学员: 1.信心; 2. 情感和时间)

耶稣亲自说过: 舍己, 要把自己的"己"舍去, 要舍己跟从, 这个容易吗? (学员: 不容易) 得到永远的真善美的生命, 却不愿意付款。

大家说说, 以上的讨论有圣经经文支持吗? 四福音书里, 耶稣亲自说了, 告诉门徒需要仔细衡量成本, 大家能找到经文吗? 每一次耶稣呼召门徒, 都清楚交代了代价和获得, 价钱就是要舍己, 获得就是永生。伊甸园一开始就是如此清楚交代的。

今天的教会有 30 多亿基督徒，那么三一神是如何进行市场营销的呢？大家说说看。既然神说，我们要学习神的思考和工作方式，那么自然我们应该学习神的市场营销智慧。（学员：先选了十二个门徒）那是耶稣。

大家说说神的市场营销具有哪些智慧？（学员：有组织）有哪些组成部分？比如，第一个问题，是顾客。（学员：拣选）

如何创造顾客的呢？什么才叫做一个信徒诞生了呢？就是顾客诞生了？（学员：讲道）那么简单？（学员：应该没那么简单）讲道，听道，顾客就会诞生；那么我们就做广告，产品就有人要。

信徒的诞生是一个系统工程首先信徒是什么模样呢？如何创造出顾客呢？顾客就是要愿意舍己的人。

大家说说，就一个顾客，即信徒，天父、圣子、圣灵各做了哪些事情？就是一个人信耶稣需要经过哪些过程？神需要做一些什么事情？（学员：圣父预定，圣子救赎，圣灵施恩感动）

除了这些，教会需要做什么吗？圣父预定、圣子救赎、圣灵施恩感动对应于市场营销的哪些内容？你们需要学会类比推理，否则很难从圣经得祝福的。（学员：顾客，产品，满足需要）

圣父预定顾客的什么呢？（学员：1.需要；2.对市场营销的计划，对计划具体表现，营得顾客）预定顾客即信徒成为什么样子，即具有真善美的人，要成为圣子模样的人，这个是创造顾客。

今天市场营销的创造顾客，如何理解？耶稣的救赎对应于市场营销的哪个视角呢？圣灵的施恩对应于市场营销的哪个视角？根据顾客需求创造产品，叫做创造产品，不是创造顾客。

罪人最先有对耶稣的需求吗？有对真善美的需求吗？（学员：没有）没有需求叫做顾客吗？那么如何才有对真善美的需求呢？特别是对神的需求呢？对神这个产品和服务的需求呢？（学员：有问题了，无助时）圣经说，一个寻求神的都没有。

（学员：建立信望爱）如何建立信望爱呢？（学员：告诉他上帝的真善美）看来你对传福音还是不明白。（学员：圣灵引导罪人到真善美的标杆耶稣面前）建立信望爱 100%是神的功劳，但是 100%是人的工作。（学员：但不是每一个知道上帝的真善美的人，不是上帝拣选的也不会信）所以我们研究人的工作才能得到启发，如何类比去帮助顾客建立对产品和服务的信望爱。

你们知道圣灵是如何工作的吗？你们的圣灵就是一个独自工作的神。（学员：帮助顾客认识真善美）圣灵不是如此工作的。（学员：1.圣灵与与人同在；2.圣灵引导人去做）

你知道你是什么时候开始产生信望爱的吗？如何引导的？你们只是背诵经文，很少思考如何？所以你们的传福音就很少有效果。

（学员：圣灵引导我们认识父，子，圣灵做工离不开圣道）你更加是背诵抽象的经文。（学员：1.神的话语出现在处境时，就按照去做，结果是好的，就建立了信心；2.与人同在，满足罪人的需求）

圣经里有丰富的标杆事迹，就是耶稣的传福音方法，你们应该读福音书至少 100 次，才能真正明白圣灵的工作方式，否则你们就是很有借口。我要等待圣灵的感动，到底是不是圣灵的感动呢？有时你自己都不知道。

今天的人讲圣灵太多，读圣经太少，变成神秘主义，动则就是圣灵感动我，大部分情况是你自己的感动。（学员：生活出来就不神秘了吧）

大家知道无痕教育吗？圣灵使人信主，就是采用无痕教育的，这就是今天网路营销应该采用的方法，无痕教育的目的是隐藏的。

教育方法是知情意三视角的，教育者是多个的，创造各种环境。很多人对顾客的教育方法太单一，有的采用机械灌输法，效果很差。

比如不断地在自己的朋友圈刷屏自己产品，还有的把自己的亲人的产品消费图片刷屏

这都是机械灌入教育法，效果非常差。还有的是在微信群里进行灌输式教育，也是效果很差的。

其实此种方式的顾客教育基本上不可能产生对产品的信望爱的，我们经常反对学校对孩子的灌入式教育，可是经常自己对顾客经常灌入式教育。我比较了西方和东方的产品广告，发现中国的广告灌入式最多。

市场营销的教育视角是指导所有营销活动的，即教育视角是一直需要的，因为顾客对产品的信望爱一直需要。德鲁克第一次提出创造顾客的定义，他说企业的使命是创造顾客，顾客不是自动存在于市场的，顾客必须由企业创造出来的。

其实教会的使命就是创造信徒，所以企业市场营销的本质，即对比视角就是创造顾客，就是确定顾客的价值需求，确定市场细分，还有渠道的确定。

对应于圣父的工作就是计划好

- 1.信徒成为哪种人
- 2.信徒来自哪儿
3. 如何接触信徒

早期的市场营销是从产品找顾客。

(更多精彩待续)

