

## 第七章证券投资基金的营销第一节、营销与证券投资基金营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/39/2021\\_2022\\_\\_E7\\_AC\\_AC\\_E4\\_B8\\_83\\_E7\\_AB\\_A0\\_E8\\_c33\\_39834.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/39/2021_2022__E7_AC_AC_E4_B8_83_E7_AB_A0_E8_c33_39834.htm)

### (一) 营销的概念

美国营销会的董事会对营销的定义：“为了创造可同时实现个人和企业目标的交易机会，而对想法、物品和服务的构思、定价、促销和分销进行策划和实施的过程。”这一过程包括五个基本要素：

1. 营销的目的是满足客户的需要和要求，同时在这一过程中实现公司的目标。
2. 营销通过交易过程发挥作用，交易过程的各方均从中获益。
3. 营销是策划的过程。营销是一个不断发展的制定策略、执行策略、监控结果以及在必要的时候修订策划以便使其正常运作的过程。
4. 营销需要进行产品构思、定价、促销和分销。便构成了“4个P”，即产品(product)、价格(price)、促销(promotion)和地点(place)。
5. 营销的对象可以是有形的物品，也可以是无形的服务或想法。

### (二) 证券投资基金营销

#### 1. 证券投资基金营销的概念

证券投资基金的营销是指为了创造可同时实现基金管理公司与目标客户的交易机会，而对基金产品的构思、定价、促销用分销进行策划和实施的过程。

#### 2. 证券投资基金营销的特点

证券投资基金属于金融服务行业，其营销又不同于有形产品营销，有其特殊性，具体体现在以下四个方面：

- (1) 无形性：证券投资基金是一种无形的金融产品，对此，营销者必须向客户证明服务质量并在提供服务时向客户说明服务的益处，以便建立可靠的信誉。
- (2) 专业性：要求营销人员广泛了解和掌握股票市

场、债券市场、银行存款、保险等各种金融工具，在营销过程中将有关知识以服务的方式传递给投资人，与一般有形产品的营销相比，对营销人员的专业水平有更高的要求。(3)多样性：开放式基金的销售是通过银行、证券公司以及基金管理公司的营业网点实现的，由于销售机构不同，销售机构本身提供给客户的服务项目、服务内容、服务手段等是各不相同的。(4)易消失性：基金属于服务行业，服务很容易消失，因为服务是不能储存的。

### 3. 证券投资基金市场营销的内容

证券投资基金市场营销涉及的内容包括目标客户确定、营销组合设计、营销过程管理、营销环境分析等四个层次。(1)选择目标市场。目标客户确定是证券投资基金市场营销的中心，基金公司的一切营销活动都围绕这一中心展开。健全的证券投资基金市场营销要求仔细地分析投资者，选择最好的细分市场并制定战略以便以优于竞争对手的方式服务于选定的细分市场。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)