

3.1

Q1: 请问主要是线上和线下自身的冲突还是两者之间的冲突?

A1: 线上市场占大比例, 是主要客户, 无经销商。主要问题是受抵触和无法覆盖所有区域。线下冲突主要是串货和低价竞争。

Q2: 请问什么是会议营销?

A2: 公司每季度召开行销大会, 销售超过一定限额才能参加。该会议为经销商提供优惠、培训、辅导等。

修改建议: 1. 题目思考不够, 重点是整合还是方式; 2. 中英文多处不符, 前后不一致; 3. 应该增加整合步骤, 可用概括性图表; 4. 文献部分有冲突; 5. 第四章相关性不大; 6. Market channel 不合适, 可改为 distribution channel。

结论: 通过硕士学位论文答辩, 但需部分修改论文并通过指导教师认定

3.2

Q1: 公司的特点是技术还是能力?

A1: 我认为既有技术也有渠道。

Q2: 你认为营销理论与 STP 不同之处何在?

A2: 我觉得 STP 是营销理论的基础。

修改意见: 1. 用 SWOP 分析了公式竞争的优劣之处, 但在营销组合中没有回应; 2. 中英文不符; 3. “用.....理论分析”不能做标题; 4. 表达多处冗余。

结论: 通过硕士学位论文答辩

3.3

Q1: 目标是中小企业, 并提供 2-2-4-8 的高质量服务, 那么请问公司利润何来?

A1: 公司提供办公用品租赁及售后服务, 售后主要是 25 人, 其中 10 人是学徒, 工资不高, 人力成本较低。而且公司的网点通过合作建立, 人员统一调度, 并做一些京东的售后服务, 以降低成本。

Q2: 请问公司的核心竞争力是什么?

A2: 收购了一家 IT 公司, 研发信息化平台。

修改建议: 1. 没有客户分析; 2. 太多内容放在一起; 3. 标题用太多“和”、“及”; 4. 论文写作重点不突出, 相关关系复杂, 看不出态度, 分不清哪个是主导; 5. 论文答辩不是企业规划, 不要讲太多企业以后的战略。

结论: 通过硕士学位论文答辩, 但需部分修改论文并通过指导教师认定

3.4

Q1: 你是怎么研究市场的?

A1: 通过问卷调查, 有第三方在深圳散发 500 份调查, 来研究顾客需要。

Q2: 公司是冰淇淋配料公司研究终端客户对冰淇淋的喜好有用吗?

A2: 通过终端顾客了解我们的客户所需。

Q3: 调差结果如何?

A3: 调查结果显示竞争对手主要是 D 公司, 占市场份额 60%。通过对比 G 和 D 公司的产品和渠道, 发现 G 公司产品口感更好, 但销售渠道不够完善。

修改意见: 1. 图表显示 G、D 公司定位不够, 还需其他图表增加价格以外的差异性; 2. 问卷关系不大, 可删掉; 3. 论文分析太多, 策略部分太少; 4. 4.4 可单独为一章。

结论: 通过硕士学位论文答辩, 但需部分修改论文并通过指导教师认定

3.5

Q1: 分析的三条理由是造成城市差异的原因吗?

A1: 通过分析麦肯锡提供的数据所得出的。

Q2: 麦肯锡提供的数据的话, 你的贡献何在?

A2: 麦肯锡并不是很了解我国的市场, 我们更熟悉。

修改意见: 1. 文献部分增加细分的定义, 去掉消费者细分、市场细分; 2. 可以不提麦肯锡; 3. 5.3 有争议, 应尽量将各点归入 4C 中; 3. 论文两级标题不能一样; 4. 标题不能用问句; 5. 文献需重新整理。

结论: 通过硕士学位论文答辩, 但需部分修改论文并通过指导教师认定

3.6

Q1: 你提供的解决方案是什么?

A1: 重新做目标细分。

Q2: 请问你的问卷在哪? 做了多少份?

A2: 没有问卷, 只是通过阅读相关文献, 分析得出的。

修改建议: 1. 可将标题修改为“以细分为基础的营销策略”, 将细分变为前提; 2. 文献去掉本体细分, 增加营销策略; 3. 可将竞争对手的策略用在论文中。

结论: 通过硕士学位论文答辩, 但需部分修改论文并通过指导教师认定

3.7

Q1: 很多公司都在做这个, 你们公司出了资金优势外还有什么优势?

A1: 我们募集资金的速度较快。我们公司虽然名称是小额贷款, 其实也有做大额的。

Q2: 请问你们怎么规避风险?

A2: 我们的核心抵押品是流通股, 流通股具有三个优势 1) 得到市场认可; 2) 流动性较好; 3) 可拆分。

修改意见: 1. 增加多种分析工具; 2. 4.1.3 战略分析前提, 不应放在创新部分; 3. 第五章说清是针对什么提的建议。

结论: 通过硕士学位论文答辩, 但需部分修改论文并通过指导教师认定