

IPMP|华鼎维赢—经典案例|项目经理对营销的思考

产品名称	IPMP 华鼎维赢—经典案例 项目经理对营销的思考
公司名称	华鼎维赢（北京）项目管理咨询有限公司
价格	1.00/1
规格参数	1:1 1:1 1:1
公司地址	北京市海淀区中关村南大街1号北京友谊宾馆
联系电话	13671081718

产品详情

项目经理对营销的认识一直比较模糊，往往把营销（marketing）等同于销售。项目经理通常强调的是生产最终产品，而不是销售产品；他（她）得到的报酬也取决于产品。作为项目经理，小编也是认为责任重大，需要认清自己的职责，分清楚什么是营销和销售，从而更好的管理团队，做好项目经理应该负的责任。

项目经理对营销的认识一直比较模糊，往往把营销（marketing）等同于销售（sales）。项目经理通常强调的是生产最终产品，而不是销售产品；他（她）得到的报酬也取决于产品，如果需要销售某一项目的成果，这就是其他人的事情，对产品的设计往往是以将要销售什么这一假设为基础，一个隐含的假设通常是“我们制造出来，他们就会买”，然而，事实证明，这一假设通常是错误的。Iridium项目就是一个由此导致失败的例子。该项目的原初目的是运用卫星技术提供全球电话服务。尽管导致这一项目失败的原因很多，Loha（2000）认为，根本问题在于“Iridium过时的心理”——开发出来我们就能让人们使用它，无论如何，这样都会有市场——事实恰恰相反。

当许多项目都证明了“实施这一项目就会取得成功”这一假设是错误后，对于营销我们应当给与更多的思考，这一点已经很明显了。最早的一种做法是项目组中吸收营销人员。这对于拓宽项目组成员的知识面、了解顾客与市场问题的确起到一定作用。然而，由于营销过程与项目成果的联系如此紧密，营销的结果对于我们在新的意义上断定项目是否成功如此重要，因此，项目经理也必须对营销有更深入的理解。

这并不意味着项目经理应当承担与项目成果相关的所有的营销工作，而是意味着项目经理应当履行那些我们先前已经断定的对于项目经理至关重要的营销职能：判断顾客与最终用户真正想要什么、了解竞争状况、在产品特色与产品价格或成本之间进行权衡、选择项目完成（产品进入市场）的时机。项目经理必须理解上述职责，因为在项目实施的过程中，项目组必须在这些方面作出决策，并且这些决策将影响项目产出的成功。

为了我们进一步的讨论，我们将营销界定为帮助项目经理熟悉市场的过程。市场包括那些可能购买终产品的顾客、使用产品的最终用户、这些人试图解决的问题以及那些为上述顾客和最终用户提供解决上述问题的相同方案的竞争者。营销过程提高了项目经理精心设计项目成果的能力、从而比竞争对手的产品更好地解决顾客面临的问题。如果能够做到这一点，项目最终成果将产生竞争优势，这一竞争优势将提高项目成果的销量和使用量。

营销对于各种类型的项目都是必要的，在新产品开发项目中，这种必要性可能最明显。然而，对于客户承诺项目来说，营销知识有助于确保终产品满足客户群体中的最终用户的需求。客户如何使用产品不再是“他们的问题”，而是“您的问题”。对于内部项目来说，营销过程有助于确保在企业内部采纳并利用项目成果。从广义上说，良好的营销有助于使客户承诺项目和内部项目把重点放在最终市场及其竞争方面，这将有助于客户反过来以其最好的回报支持企业的竞争优势，确保企业的内部项目使其更具有竞争力。

总之，营销头脑对于项目经理来说非常重要，因为：

- 销售和现金来源是用于断定项目是否成功的重要因素。
- 不久的将来（如果现在还没有的话），在对项目经理进行评价的时候，就会考虑到市场绩效。
- 营销知识有助于在项目实施过程作出决策；可以根据市场的考虑以及有可能对现金流产生影响的特征来评价潜在的产品特色
- 营销知识能够提高项目团队的运作水平，因为项目组成员明白顾客将如何使用产品
- 如果项目经理能够证明项目成果的市场潜力巨大，就有可能吸引更多的资源
- 市场知识有助于确定产品质量；对顾客期望的了解有助于项目经理辨别那些对项目成果质量不利的决策，并向高层管理者提出异议

END

华鼎维赢IPMP目前认证培训工作已经走向了海外，2018年伴随国家一带一路政策的支持，我们已经在泰国及安哥拉两个国家开班，2019年将在赤几、肯尼亚、埃塞、印尼、越南等12个国家开班。