

考试科目：营销管理体制

得分：_____

专 业：企业管理

一、论述（每题 20 分，共 80 分）

- 1、消费品生命周期成长期阶段的基本特征及其相应的营销策略。
- 2、企业进入国际市场的主要动因。
- 3、社会市场营销观念的内容、产生的历史背景及其现实意义。
- 4、在市场竞争日趋激烈的态势下，企业如何提高顾客满意度？

二、案例分析（20 分）

炎热的夏天，对肯德基炸鸡而言，是销售淡季，对濒临赤道的热带国家委内瑞拉来说，

肯德基炸鸡，在夏季更是乏人问津。

然而，1988 年的夏天，委内瑞拉的肯德基公司，却创造了空前的销售热潮。直到目前为止，尚没有任何其他国家超过其“每店每日平均来客数”的最高纪录。

1988 年，当炎热的夏天逼近时，肯德基公司以迅雷不及掩耳之势，密集而猛烈地在传播媒体上展开了凌厉的广告攻势：“即日起到肯德基用餐超过 50 美元时，只要再加付 10 美元就可以购买一只市价需要 25 美元的冰桶（注：据有关资料，冰桶两侧印上可口可乐的醒目商标），冰桶内并且加满整桶 5 公升的可口可乐，另外再送 10 张 5 公升的可口可乐‘续桶卷’。在夏季里，顾客可凭卷在肯德基用餐，若消费金额超过 15 美元时，可免费在冰桶中继续加满 5 公升的可口可乐。”

活动一开展，肯德基公司门庭若市，委内瑞拉人纷纷到肯德基炸鸡店消费并购买冰桶，不出 3 个星期，肯德基公司创造了前所未有的夏季销售高潮，高潮竟持续了整整一个夏季，因为拥有冰桶的顾客一再光临肯德基炸鸡店消费，以便注满整桶的可口可乐。

由于冰桶订贷数量剧增，肯德基公司要求冰桶供应商降低价格，由原先的每只 10 美元降到 8 美元。肯德基公司再将每只冰桶省下的 2 美元用在广告预算上。结果在这一高潮时期，广告的出现率比平常高出 31 倍左右。

通过这次轰轰烈烈的活动，肯德基公司变淡季为旺季，创造了空前的销售业绩，甚至连人们消费观念也发生了变化：“滚烫的炸鸡加冷冻可乐也许是最美味的佳肴。”肯德基炸鸡公司生意兴隆。

根据以上资料，请用市场营销学原理解释肯德基炸鸡公司获得成功的原因。