

营销认识实训报告 总结与反思



汇报人：XXX

2024-01-18



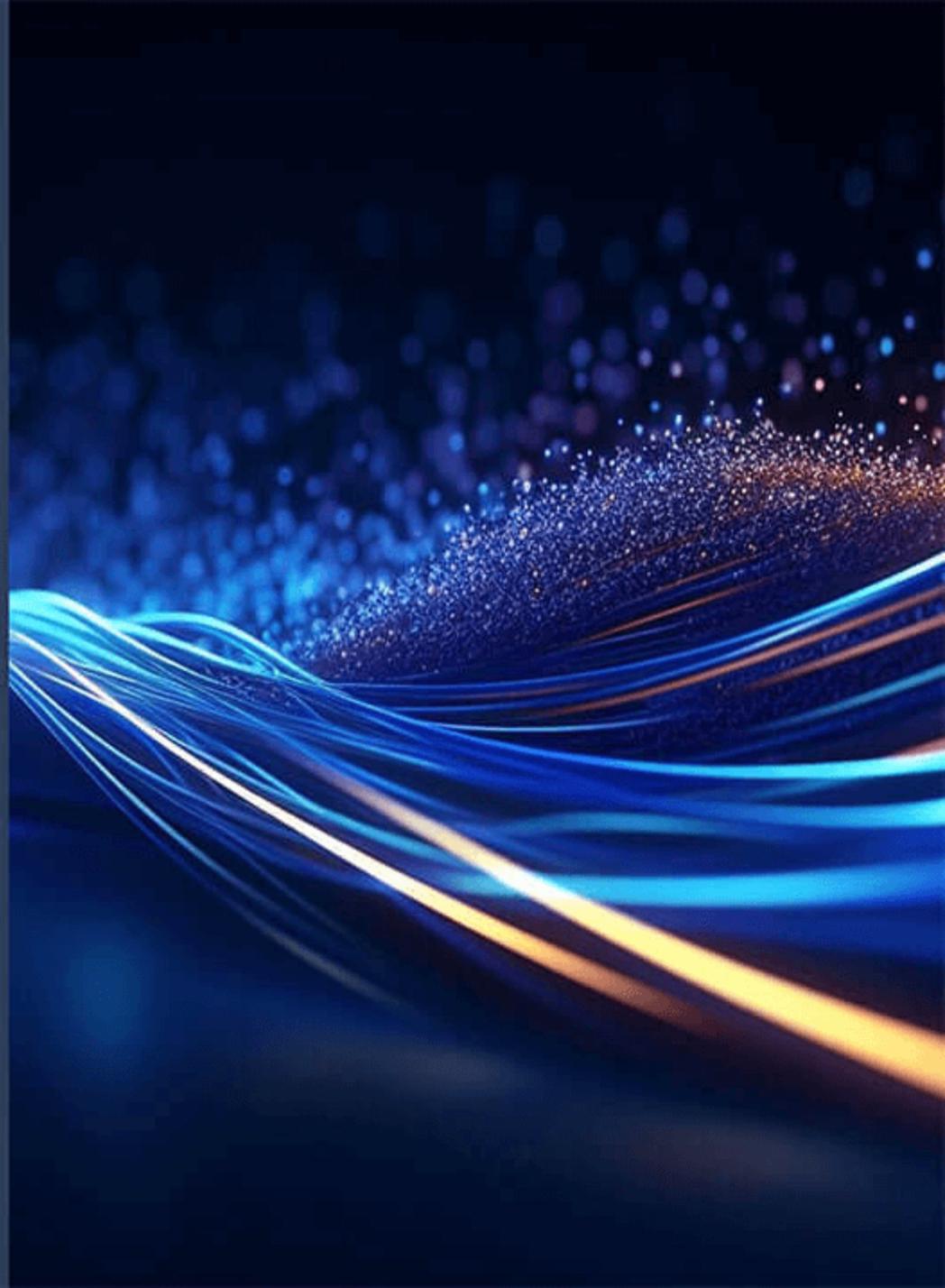
目录

- 实训概述
- 营销理论学习
- 实训实践与操作
- 实训成果与反思
- 总结与展望

contents

01

实训概述





实训目标

掌握营销基本概念和理论



提高问题解决和决策制定能力



培养实际操作和团队协作能力



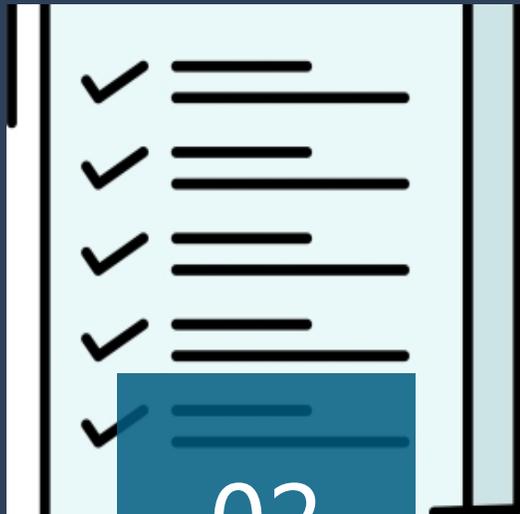


实训内容



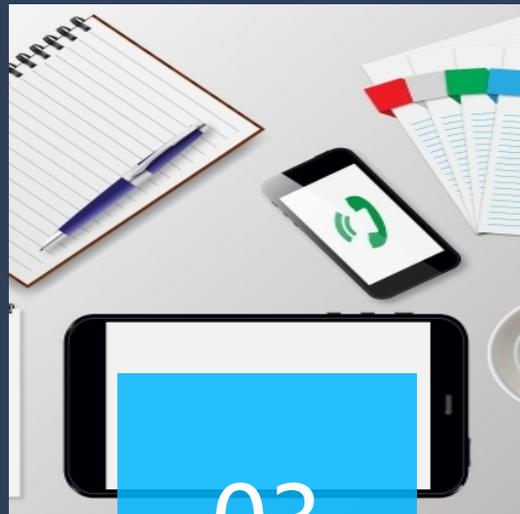
01

市场调研与分析



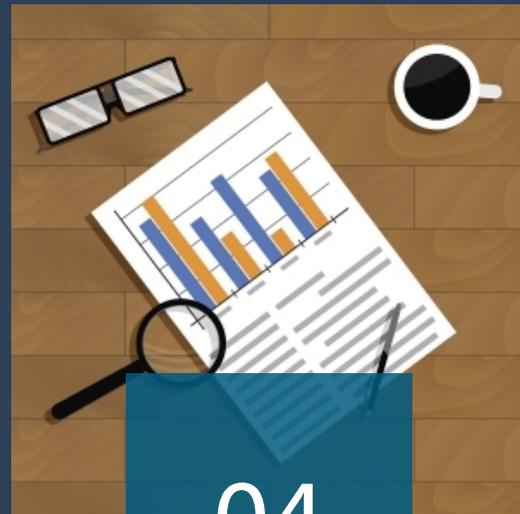
02

产品策划与定位



03

营销策略制定



04

销售渠道拓展

实训过程

● 团队组建与分工

● 数据收集与整理

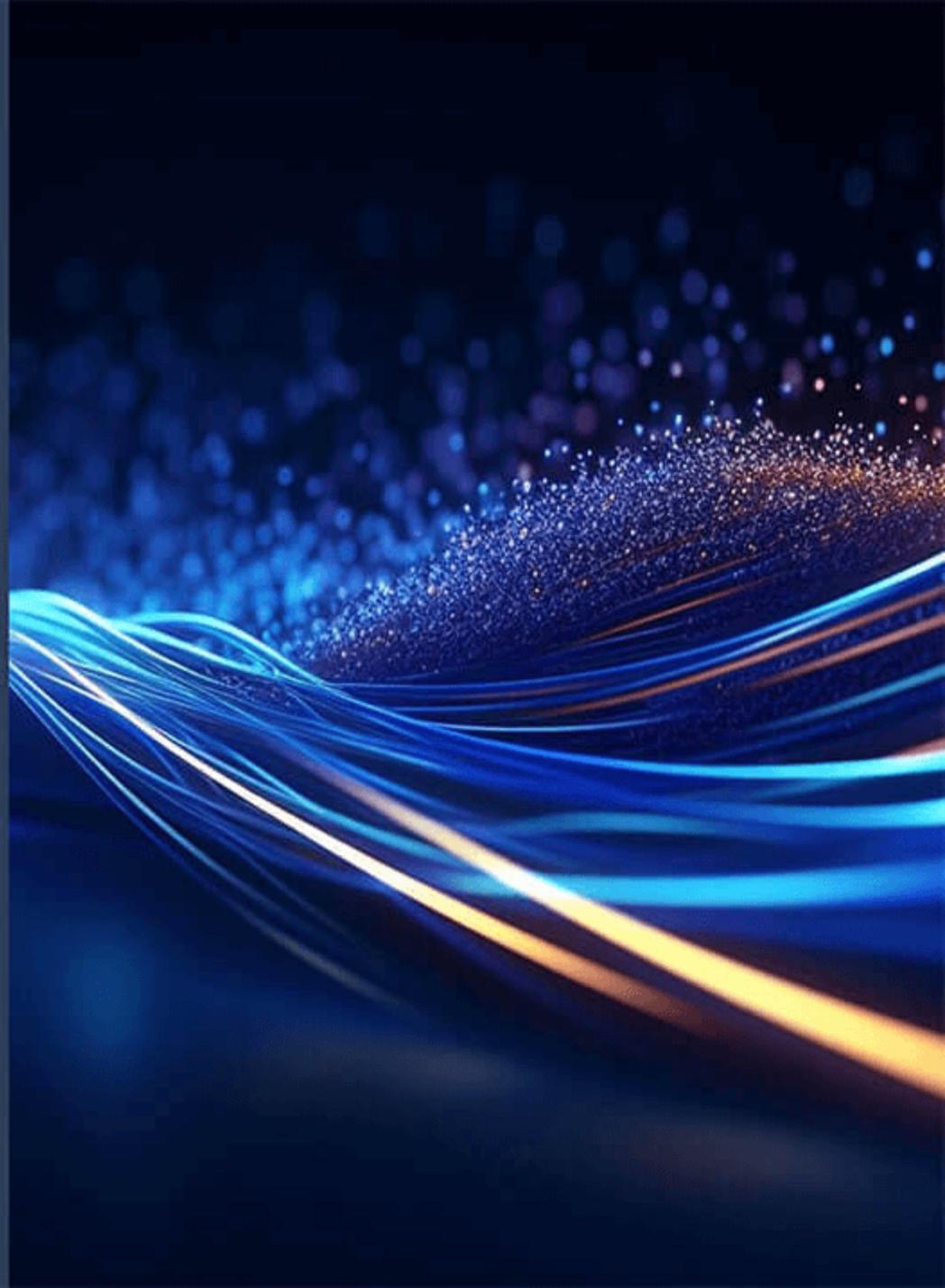
● 方案设计与实施

● 结果评估与反馈



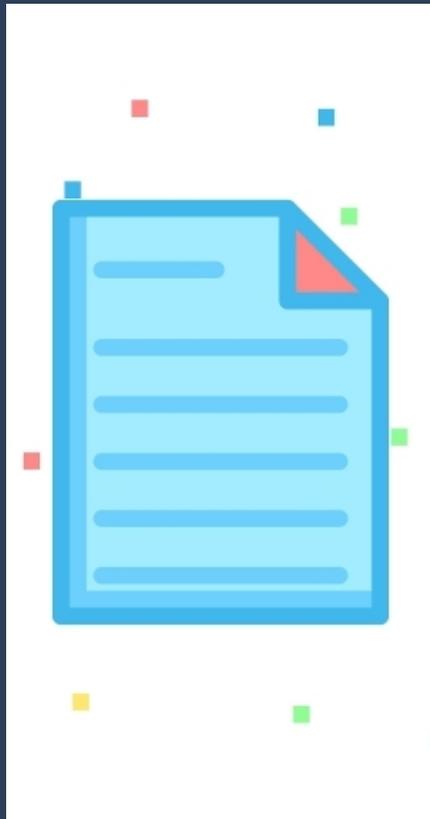
02

营销理论学习





营销概念与原则



营销概念

营销是个人和集体通过创造、提供、出售、以及让渡价值来满足需求和愿望的一种社会和管理过程。



营销原则

以客户为中心，以市场为导向，以数据为依据，以竞争为焦点，强调长期、互利的关系。



营销组合策略

产品策略

研究市场需求，设计满足市场需求的的产品或服务，并制定相应的产品定价、渠道和促销策略。



定价策略

根据产品成本、市场需求和竞争状况，制定合理的价格，以实现盈利和市场份额增长。



渠道策略

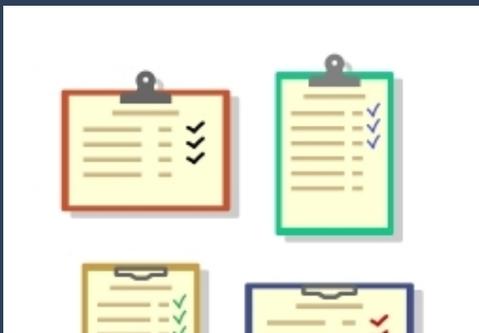
选择合适的销售渠道，将产品或服务传递给目标客户，并确保渠道的效率和效益。

促销策略

通过广告、公关、销售促进等手段，提高产品或服务的知名度和吸引力，促进销售增长。

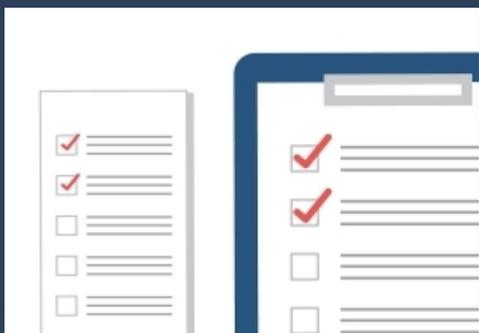


营销环境分析



市场环境

分析市场规模、市场增长率、消费者需求和行为特征等，以了解市场趋势和机会。



竞争环境

分析竞争对手的战略、优势和劣势，以及竞争格局，以制定有效的竞争策略。



社会文化环境

考虑社会文化因素对消费者需求和行为的影响，以及企业形象和品牌建设的需要。

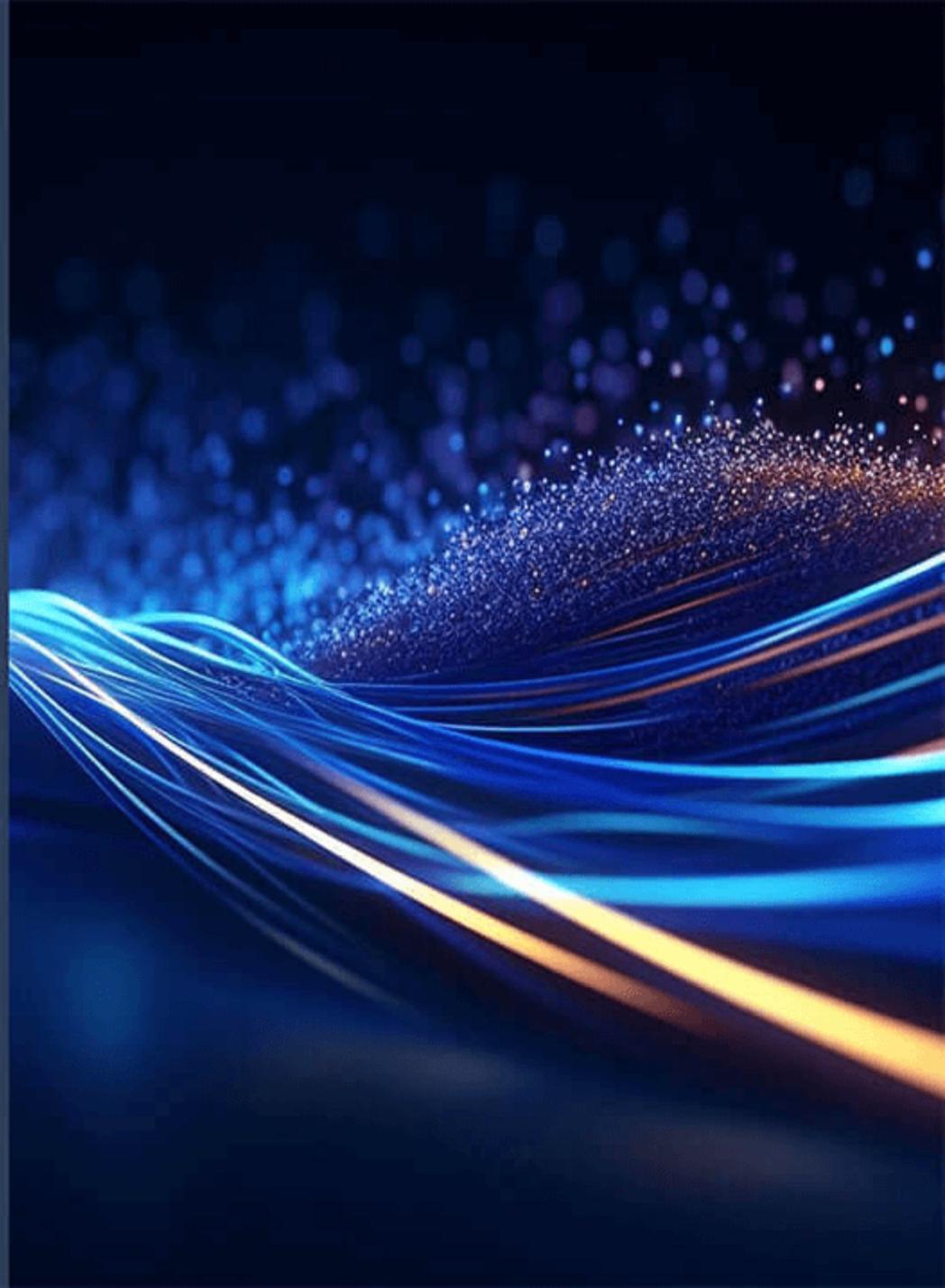


技术环境

关注新技术的发展和应用，以及对企业营销活动的影响和机会。

03

实训实践与操作



市场调研与分析

总结词

掌握市场调研方法

详细描述

通过实训实践，我们掌握了市场调研的基本方法，包括问卷调查、访谈、观察等，学会了如何收集、整理和分析市场数据，了解市场需求和竞争态势。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/007134064001006060>