

国际商业街招商策划案 课件

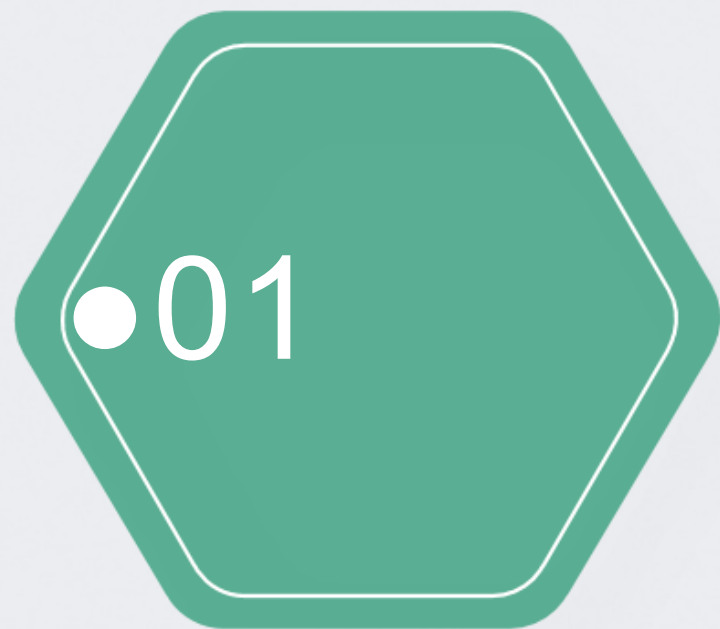
制作：小无名老师
时间：2024年



目 录

- 第1章 项目背景及市场分析
- 第2章 商业街定位和运营模式
- 第3章 招商推广计划
- 第4章 商业街装修设计方案
- 第5章 营销策略与推广方案
- 第6章 风险管理与总结





第1章 项目背景及市场分析





项目背景介绍



项目名称为XX国际商业街，地点位于城市中心繁华地段，规划面积约XXX平方米。该项目的背景源于城市商业发展的需求，吸引了众多投资者的关注。

行业发展趋势分析

市场规模逐年增长

市场空间和需求分析

消费者需求持续增加



竞争分析

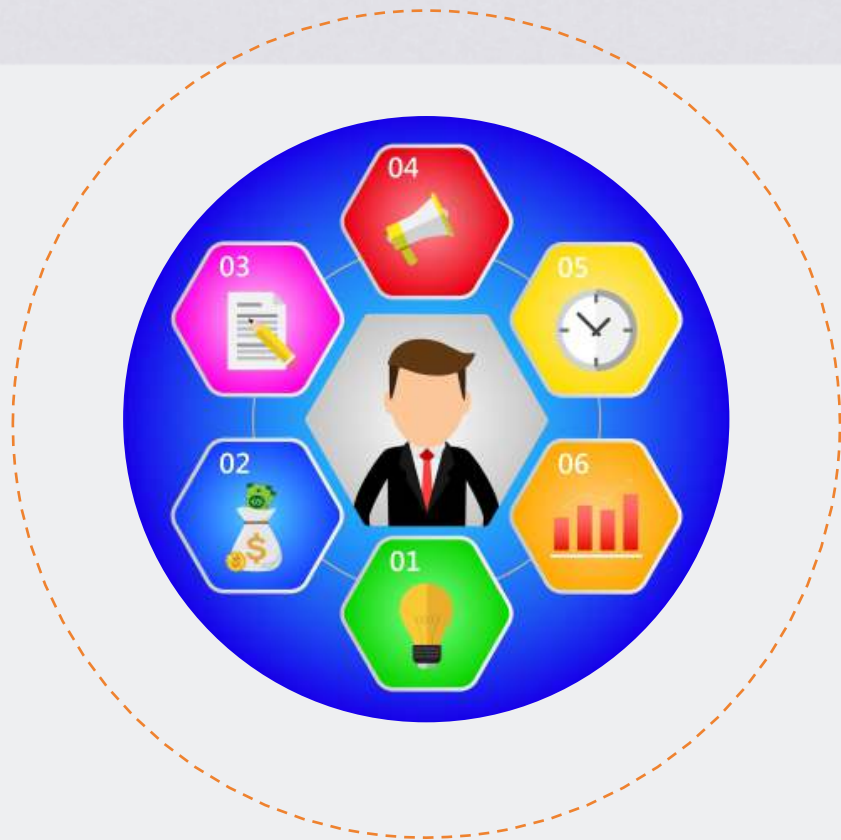
01 主要竞争对手分析

A公司、B公司、C公司

02 竞争优势和劣势分析

地理位置优越、产品差异化

03





目标市场分析

目标客户群体分析

年轻白领

中高端消费群体

目标市场规模和增长潜力分析

市场规模预计达到XXX亿

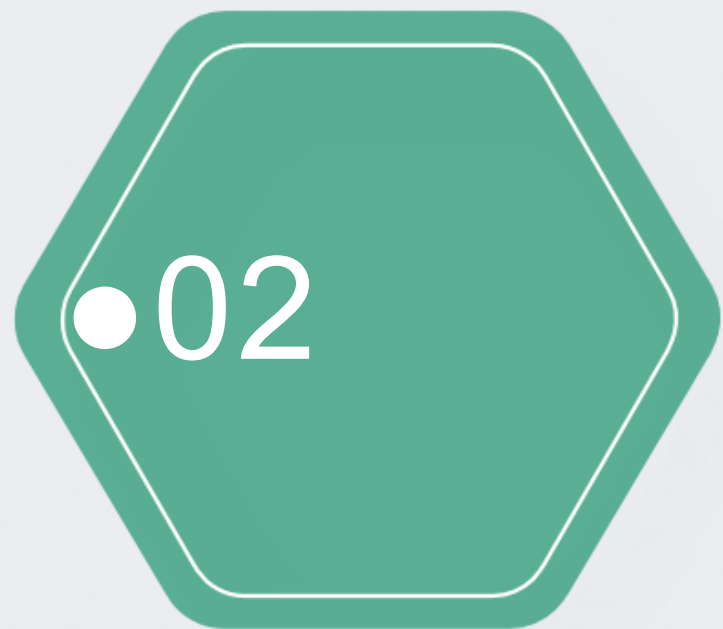
增长潜力巨大



总结

第一章内容主要介绍了项目背景及市场分析，通过对市场、竞争和目标市场的分析，为后续的招商策划提供了重要参考依据。





第二章 商业街定位和运营模式



商业街定位

在商业街定位环节，需要准确定位目标顾客群体，明确商业街所面向的消费人群，包括年龄段、消费习惯、消费水平等。同时，要认真分析市场竞争优势，找出自身与其他商业街的竞争差异点，确定发展方向。



运营模式设计

商业街的主要运营方式

包括自营、招商、
合作等模式

收益分成方案

合理制定分成方案，
确保各方利益均衡

各业态的合作模式

合作方式多样，可考
虑品牌合作、联合营
销等





商业街功能规划



商业街的功能规划是为了满足顾客需求，包括购物、休闲、餐饮等，需要根据市场需求和流行趋势进行规划和设计。主要业态规划和搭配原则是确保商业街各业态相互衔接，形成完整经营体系。

商业街区品牌定位

商业街整体形象设计

通过建筑、装修、
标识等方面打造独
特品牌形象

推广策略

策划活动、促销等方
式吸引顾客，提升销
售额

品牌宣传策略

利用线上线下渠道进
行品牌推广，提升知
名度



商业街功能规划

购物

引入国际品牌
打造主力店
定期促销活动

休闲娱乐

咖啡厅、餐厅
亲子乐园
主题活动

餐饮

特色餐厅
小吃街
美食节

服务

停车位充足
便民服务
会员制度



商业街品牌定位

01 独特品牌形象设计

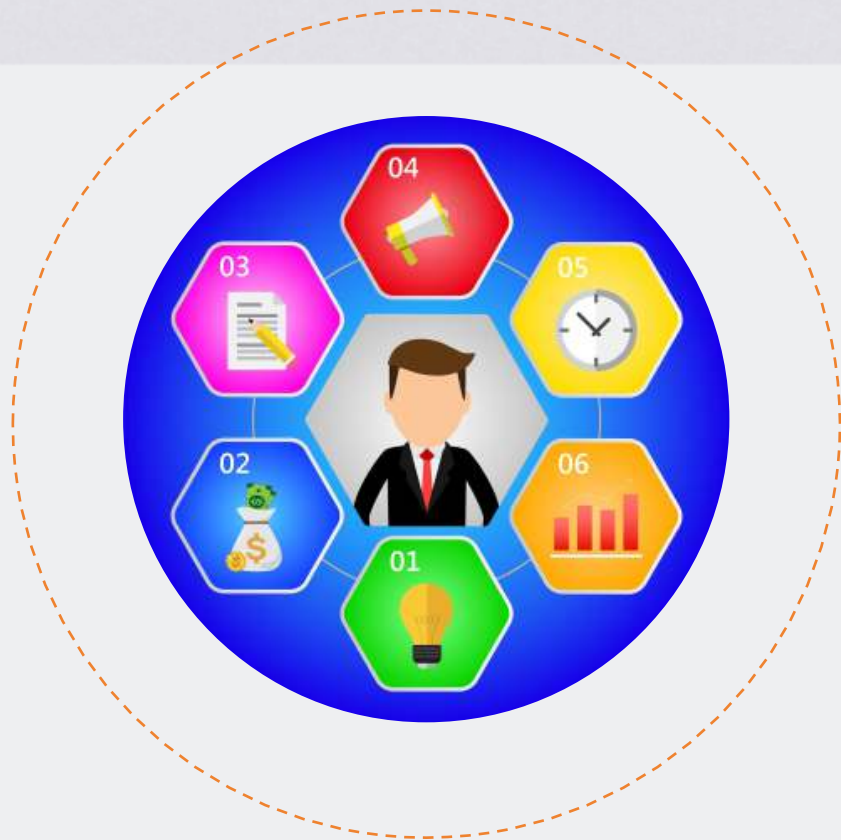
创造独特的商业街形象，吸引目标消费群体

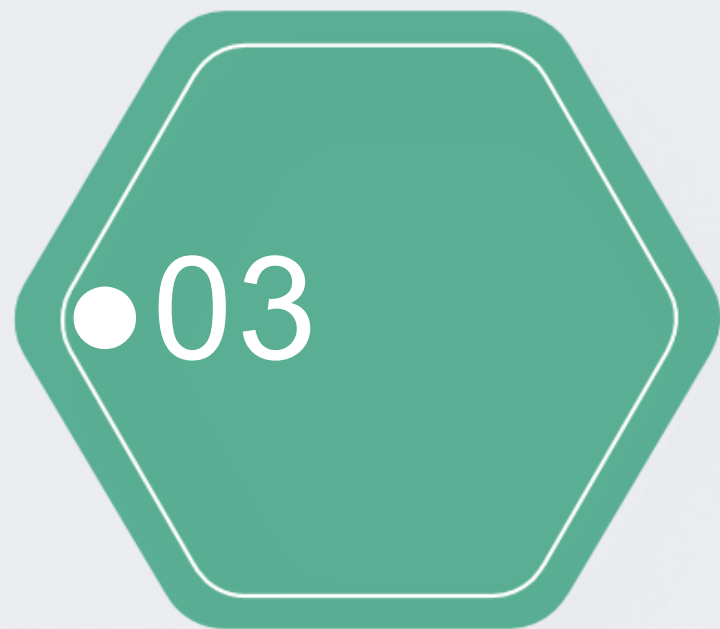
02 线上线下宣传

结合多种渠道进行品牌推广，提高知名度

03 促销活动策划

制定各种促销策略，增加销售额





第3章 招商推广计划





招商推广策略



招商推广策略是指为了吸引更多商家入驻国际商业街而制定的推广计划。执行计划包括招商活动的具体安排和时间表，投资回报分析则是评估招商活动的效果与回报，帮助优化推广策略。

招商材料准备

招商推广资料的准备工作

包括资料整理、内
容准备等

招商推广材料的设计和制 作

设计吸引人眼球的宣
传册、海报等



招商推广活动

01

招商推广活动的策划和执行

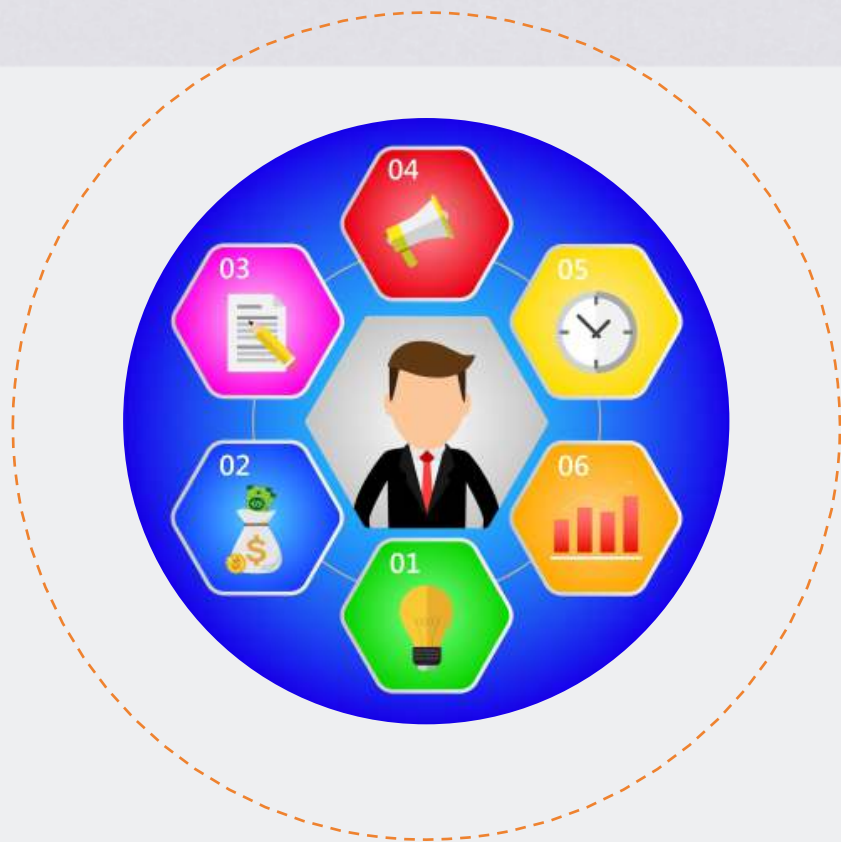
精心策划各类推广活动，确保活动顺利执行

02

活动效果评估和调整

通过数据分析评估活动效果，及时调整推广策略

03



招商合作协议签订

招商合作意向书签订流程

确定合作意向
洽谈双方合作细节
签订合作意向书

合作协议的谈判和签订

协商合作条款
签署合作协议
备案



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/035134200211012001>