

A white crane is depicted in flight, its wings spread wide, positioned to the left of the main title. Below the crane, a large, vibrant red sun is partially obscured by soft, blue, ethereal clouds. The background is a deep, dark navy blue, accented with stylized, golden-yellow clouds in the upper corners. The overall aesthetic is traditional and elegant.

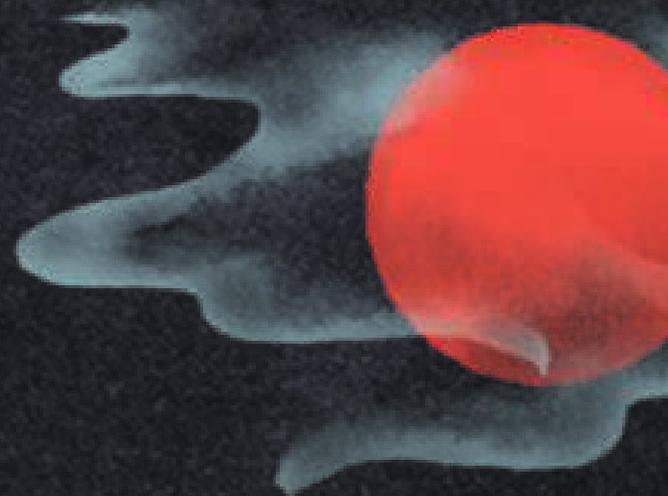
市场推广实践技巧培训课程

汇报人：魏老师

2024年X月

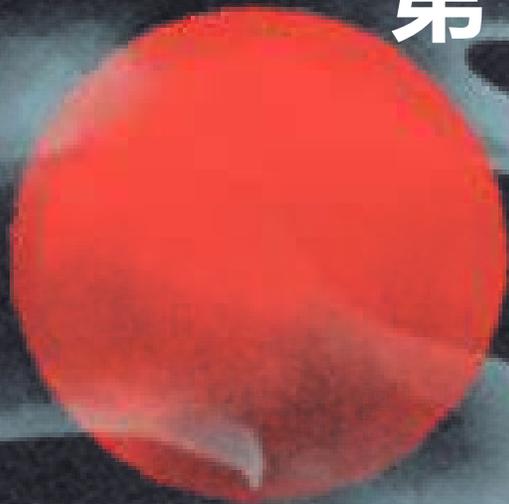
目录

- 第1章 市场推广的基础概念
- 第2章 市场调研与定位
- 第3章 品牌建设与传播
- 第4章 数字营销技巧
- 第5章 数据分析与营销效果评估
- 第6章 市场推广实践案例分析
- 第7章 总结与展望



• 01

第1章 市场推广的基础概念





什么是市场推广

市场推广是企业向目标受众宣传和推广产品或服务的有效手段，旨在促进销售和提升品牌认知度。通过各种策略和渠道，实现产品与受众的有效沟通，为企业赢得更多的市场份额。

◆ 市场推广的重要性

获取客户

扩大客户群体，
增加销售机会

促进销售量

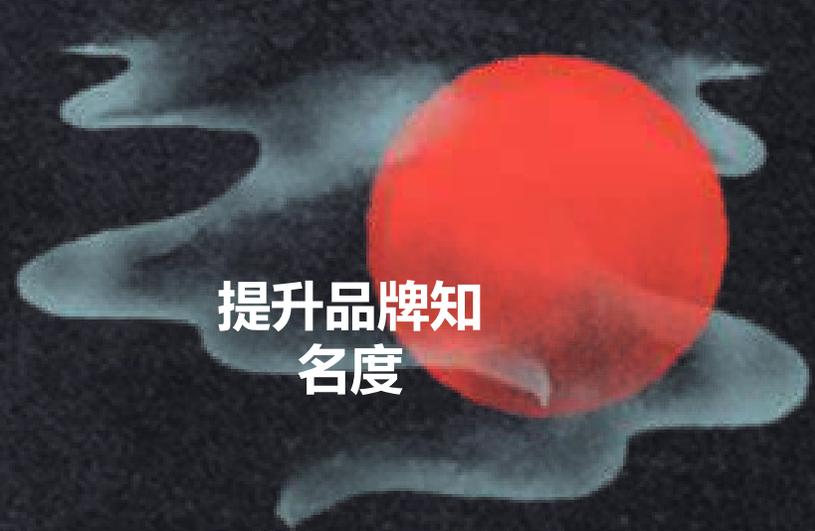
增加产品销售，
提升企业盈利能力

企业发展

推动企业业务拓
展，实现长期发
展目标

提升品牌知 名度

增强品牌影响力，
提高市场竞争力



◆ 市场推广的目标

增加销售量

提升产品销售额，
实现业绩增长

提升品牌认 知度

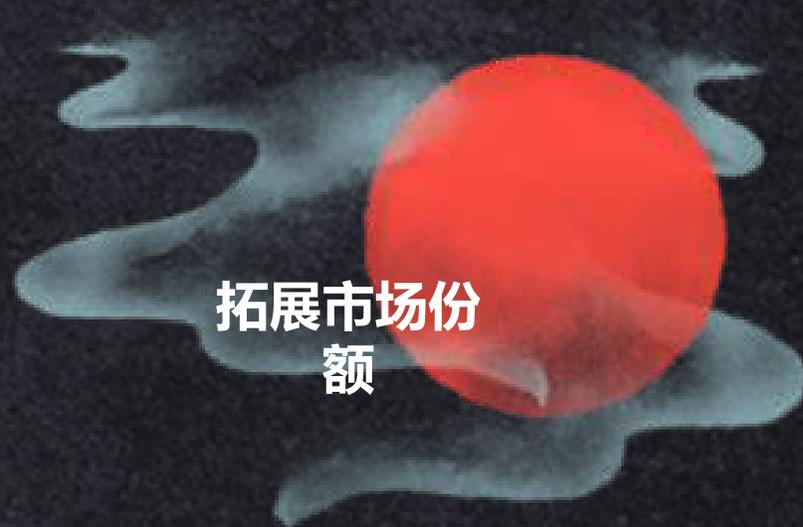
提高品牌知名度，
增强品牌影响力

增强客户忠 诚度

提升客户忠诚度，
保持长期合作关
系

拓展市场份 额

扩大市场占有率，
增加市场份额



市场推广的基本原则

市场推广需要根据目标受众的需求制定策略，注重创新和持续性，关注竞争对手的动态并灵活调整策略。在推广过程中，与受众建立良好互动，传递有效信息，确保推广效果最大化。



◆ 市场推广实践技巧

目标明确

设定明确的推广目标，精准锁定目标受众

多渠道推广

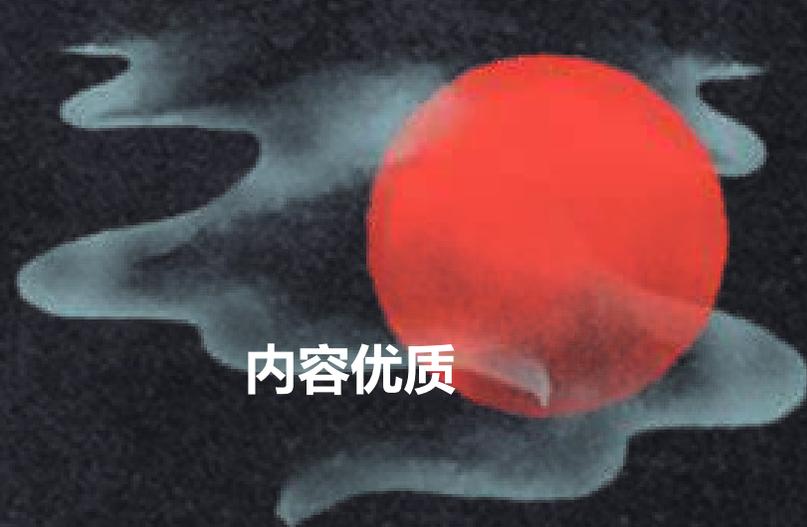
结合线上线下多种渠道，提高曝光度

数据分析

利用数据分析工具，优化推广效果

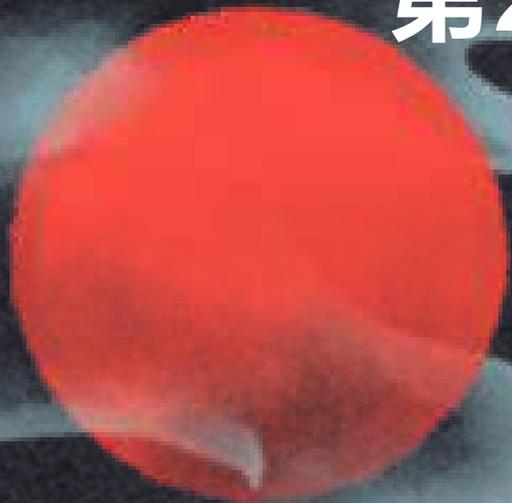
内容优质

提供有价值、有吸引力的内容，吸引受众关注



• 02

第2章 市场调研与定位



◆ 市场调研的步骤

确定调研目标

明确需要研究的问题和目标

收集数据

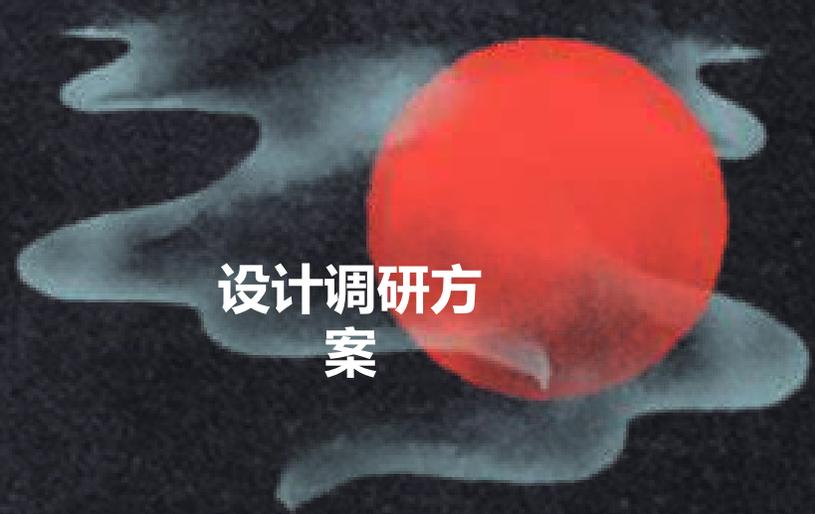
采集市场信息和消费者反馈

分析数据

对数据进行整理和分析

设计调研方案

制定调研方法和技术



市场定位的概念

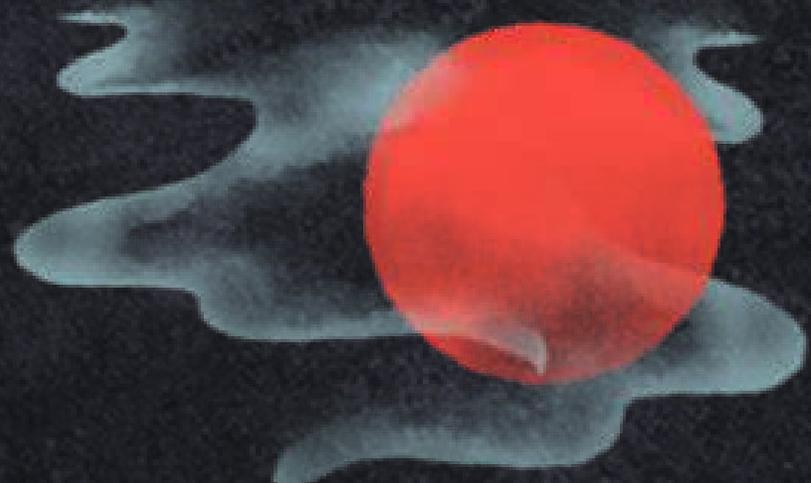
01 确定目标市场

针对特定的消费群体或市场细分

02 确定定位策略

区分自身与竞争对手的优势

03



◆ 市场定位的意义

满足目标用户需求

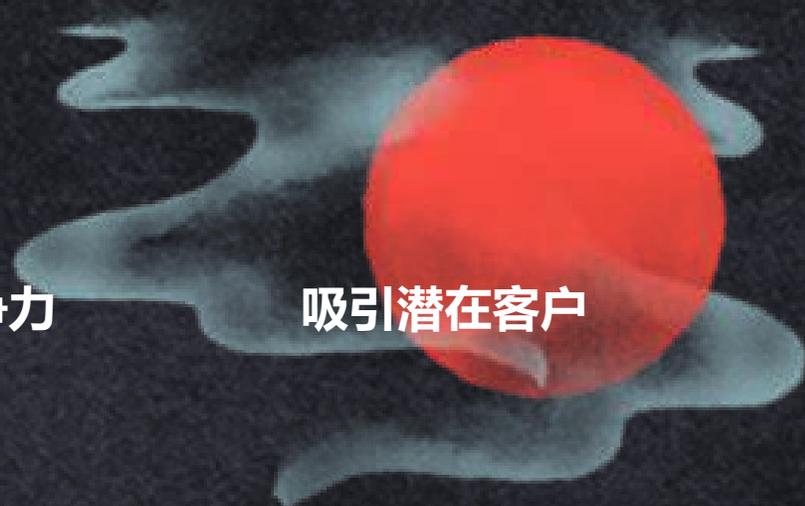
精准定位可提供更符合用户需求的产品或服务

提高市场竞争力

独特的市场定位可以突出企业优势

吸引潜在客户

针对目标客户群体制定营销策略，提高吸引力



市场调研与定位 实践技巧

在市场调研和定位过程中，关键是要善于收集和分析数据，了解消费者需求和市场变化。同时，要紧跟市场趋势，灵活调整定位策略，提升品牌竞争力。

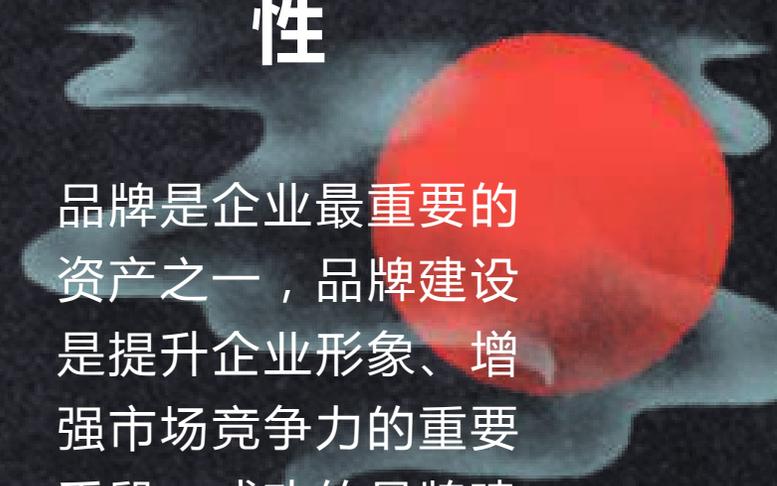


第3章 品牌建设与传播



品牌建设的重要性

品牌是企业最重要的资产之一，品牌建设是提升企业形象、增强市场竞争力的重要手段。成功的品牌建设可以帮助企业赢得消费者信任，提高产品或服务的认知度，从而提高销售额。



◆ 品牌传播的方式

广告

通过传统媒体或
数字平台进行品
牌推广

活动营销

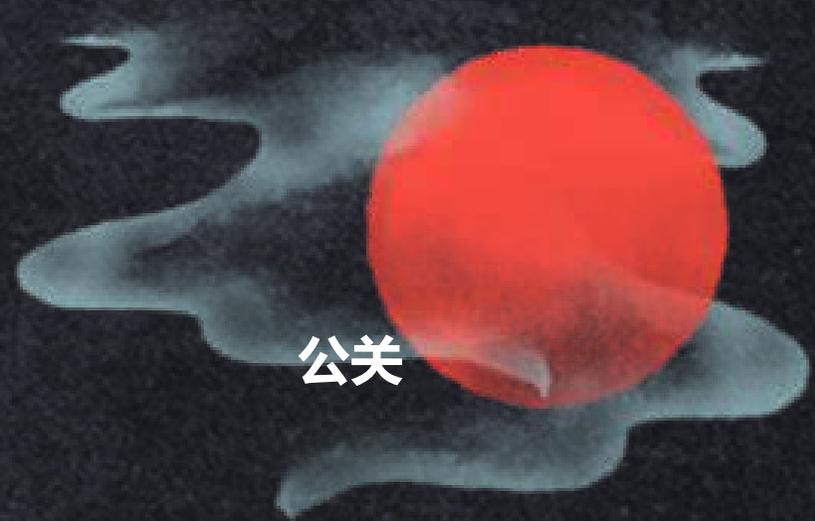
举办各类活动吸
引消费者关注

社交媒体

利用社交平台与
用户互动并传播
品牌信息

公关

借助媒体关系和
公关活动提升品
牌形象



◆ 用户体验与品牌价值

提升用户体验

满足用户需求，
增强用户满意度

市场份额

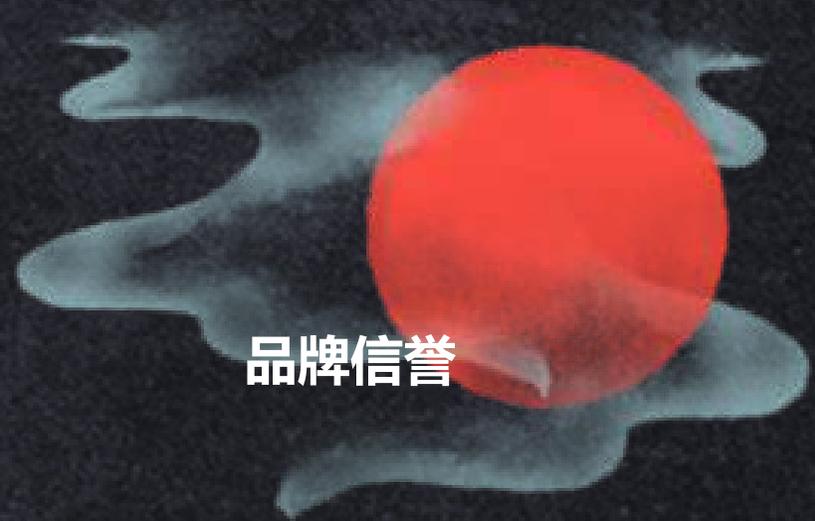
优质用户体验有
助于吸引新客户
并留住老客户

竞争优势

良好用户体验是
企业的核心竞争
力

品牌信誉

用户体验直接影
响品牌的信誉与
忠诚度



品牌塑造的关键因素

品牌塑造需要注重一致性、个性化、传播效果等因素。一致性指的是不同的品牌资产之间的协调统一，个性化则是突出品牌的独特性，传播效果则是通过有效的方式传递品牌理念和形象。这些因素共同作用，帮助企业树立具有竞争力的品牌形象。



◆ 品牌建设关键点

一致性

统一的品牌形象
一致的品牌传播

个性化

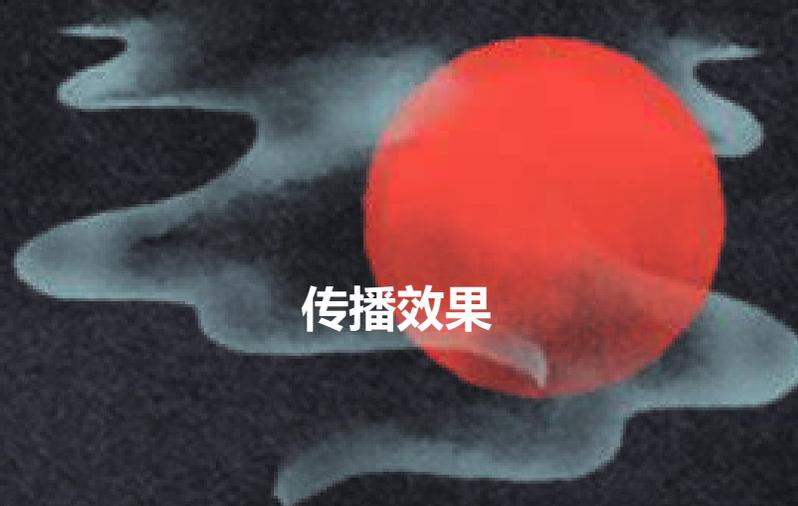
独特的品牌定位
个性化的品牌体验

传播效果

有效的传播渠道
有吸引力的传播内容

品牌价值

提升品牌知名度
增强品牌忠诚度



◆ 品牌传播策略

内容营销

提供有价值的内
容吸引用户

品牌活动

举办线上线下活
动增强品牌互动

社交传播

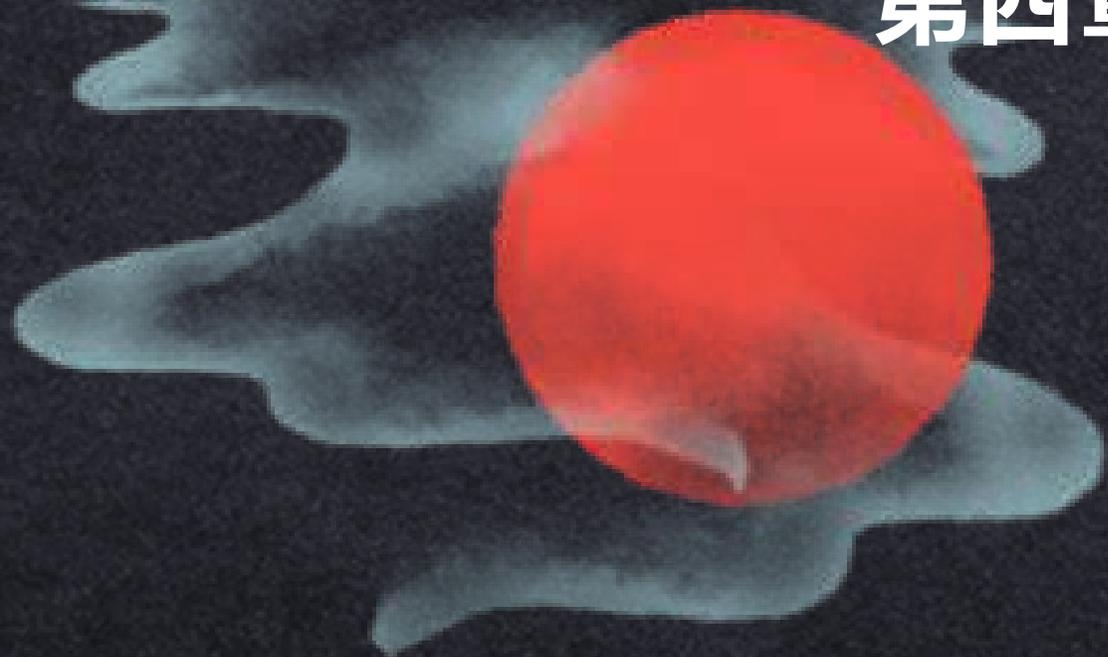
通过社交媒体扩
大品牌影响力

KOL合作

与意见领袖合作
推广品牌



第四章 数字营销技巧





SEO优化

搜索引擎优化(SEO)是提升网站在搜索引擎中排名的技术和策略，有助于吸引更多的目标客户。通过优化网站内容和结构，增加关键词密度等方式，提高网站在搜索引擎的排名，从而增加流量和转化率。

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/076001145222010105>