



自行车促销方案



目录



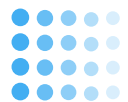
- 促销活动背景
- 促销目标
- 促销策略
- 促销实施
- 促销效果评估



01

促销活动背景





市场环境分析

01

经济增长

随着经济的增长，人们的生活水平提高，对休闲娱乐的需求增加。

02

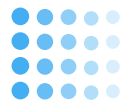
环保意识

随着环保意识的增强，越来越多的人选择骑自行车出行，减少碳排放。

03

城市交通拥堵

城市交通拥堵问题日益严重，自行车成为便捷、环保的出行方式。



消费者需求分析

01

02

03

年轻人需求

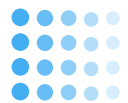
年轻人追求时尚、潮流，对自行车的外观和性能有较高要求。

家庭需求

家庭用户注重实用性和舒适性，适合家庭出游和短途代步。

运动健身需求

越来越多的人注重健康，选择骑自行车锻炼身体。



竞争对手分析

01



同类品牌



分析同类品牌的市场份额、产品特点、价格策略等。

02



其他出行方式



分析其他出行方式的优缺点，如公共交通、电动车等。

03



新兴品牌



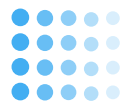
关注新兴品牌的发展趋势，及时调整自身策略。



02

促销目标





销售目标



在促销活动期间，提高自行车销量，增加销售额。



02

长期销售目标

01

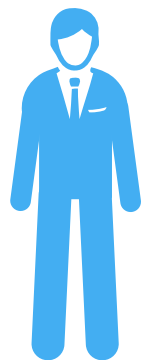
短期销售目标



通过此次促销活动，培养潜在消费者，提高品牌忠诚度，为未来销售打下基础。

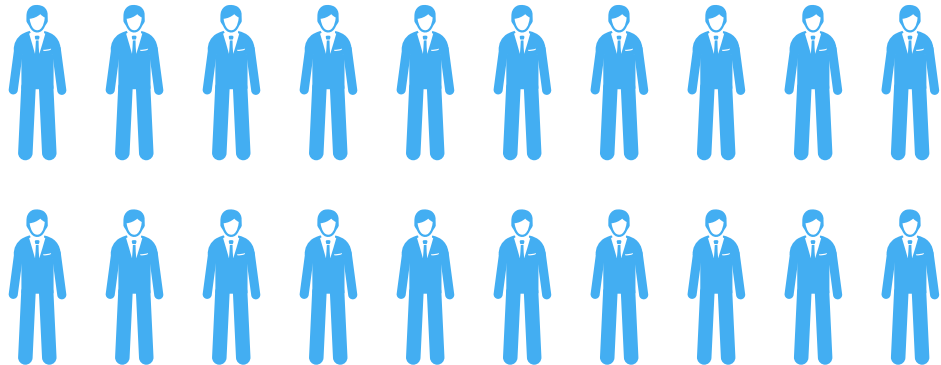


市场占有率目标



01

提升品牌知名度

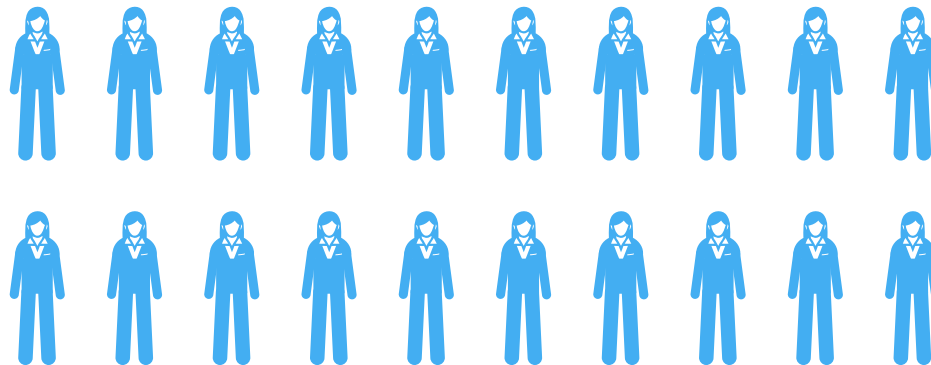


通过此次促销活动，让更多消费者了解品牌，提高品牌知名度。

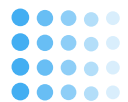


02

增加市场占有率



在竞争对手中脱颖而出，扩大市场份额，提高市场占有率。



品牌知名度目标



提升品牌形象

通过高品质的自行车和专业的促销活动，树立品牌形象，赢得消费者信任。



增加品牌口碑

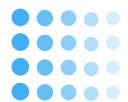
提供优质的售后服务，让消费者
对品牌产生良好口碑，自发传播
品牌。



03

促销策略





价格策略



折扣策略

提供一定的折扣，如满减、直降等，以吸引消费者购买。



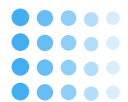
捆绑销售

将自行车与其他相关产品捆绑销售，如骑行服、头盔等，以增加销售额。



会员优惠

为会员提供专属的优惠，如积分兑换、会员专享折扣等。



产品策略

多样化产品

提供不同款式、颜色、配置的自行车，以满足不同消费者的需求。



定制化产品

提供定制服务，根据消费者的需求和喜好，定制专属的自行车。



附加产品

提供与自行车相关的附加产品，如骑行装备、维修工具等，以增加销售额。

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/178054012037006062>