

太极集团之补肾益寿胶囊

北京市场整合营销传输方案  
(草案)

胶囊

# 方案结构

- 整合营销传输对象
- 整合营销传输意义
- 太极开启IMC工作内容
- 我们工作
- 太极与我们共同开展工作
- 太极自己开展工作

# 方案结构(续)

- 市场环境分析
- 产品定位策略
- 北京市场现实状况
- 当前存在问题
- 阶段工作分析与目标
- 合作方式

# 整合营销传输对象

整合营销传输工作对象包含，消费者、员工、投资者、竞争对手等直接利害关系者，和小区、大众媒体、政府、各种社会团体等间接利害关系者。

整合营销传输（IMC: Integrated Marketing & Communications）是企业 在经营活动过程中，以由外而内战略观点为基础，为了有效沟通企业与市场所开展企业传输战略。

# 整合营销传输意义

整合营销传输以企业管理者为主体，借用企业外部第三方客观、公证和能力，正确评价企业与市场中各个利害关系者之间现实状况。

联合企业共同制订营销和传输组合方案，对各利害关系者进行亲密、有机传输和交流互动，实现提升品牌价值和提升企业赢利能力目标。

# 太极开启IMC工作内容

面向——消费者

调查与研究

建立消费者信息数据库

开展优惠直销

传输产品信息

# 太极开启IMC工作内容

面向——内部员工

发觉优秀人才

培养优秀人才

培训和提升人力资源

培训终端导购员及咨询大夫

# 太极开启IMC工作内容

面向——竞争者

深入调查其市场策略与行为  
准确把握其战术与方针  
跟踪了解其市场动向



# 太极开启IMC工作内容

面向——经销商

调查和了解经销商资信等背景  
签定合作协议  
铺货、供货  
终端支持

# 太极开启IMC工作内容

面向——社区

推广太极文化  
发展销售通路  
终端销售促进

# 太极开启IMC工作内容

面向——媒体

媒体调查  
媒体关系维护  
媒介应用

# 太极开启IMC工作内容

面向——政府部门

深入了解相关政府部门  
分析政府相关政策与法规  
维护企业与政府关系

# 太极开启IMC工作内容

面向——社团组织

深入了解相关社团组织  
分析相关政策与动向  
维护企业与相关社团关系

# 我们工作

消费者调查研究

消费者结构  
消费行为研究  
消费能力调查  
消费倾向和偏好度

# 我们工作

产品信息传输

传输方式  
广告创意  
软文撰写  
广告媒体开发

# 我们工作

对媒体调查

广告促销  
义诊活动  
现场陈列与展示



# 我们工作

销售终端支持

媒体特点

发行量调查

受众群结构

优惠政策

广告产品行业结构

各行业年度投放比重

# 我们工作

与媒体关系

广告公布  
新闻炒作  
软文公布

# 太极与我们共同开展工作

建立消费者信息库

确定数据库内容结构

确定数据库查询方式

甄选数据库软件开发合作单位

# 太极与我们共同开展工作

开展优惠直销

规划直销工作流程  
拟订直销工作制度  
甄选直销合作单位

# 太极与我们共同开展工作

产品信息传输

策划各种促销活动  
举行义诊讲座  
产品广告

# 太极与我们共同开展工作

## 对竞争对手调查

经销渠道及铺货情况

经销商实力

营销策略

产品卖点

促销伎俩与公关技巧

广告形式

# 太极与我们共同开展工作

## 对经销商调查

资信情况

网络结构

人员素质

营销能力

代理竞争产品情况

# 太极自己开展工作

管理消费者数据库

制订管理方案

执行管理工作

相关资源配置方案



# 太极自己开展工作

开展优惠直销活动

制订直销工作流程和制度  
组建直销工作队伍  
直销政策及价格确定  
实施和监控直销工作  
甄选合作单位

# 太极自己开展工作

发觉和培养人才

详细员工岗位职责手册

建立完善员工执业考评标准

建立详细详尽奖励与惩处条例

# 太极自己开展工作

## 人才培训和提升

员工外派培训制度和计划  
内部员工定时经验交流  
员工工作总结和自我评价制度  
外请讲师对员工进行专业培训

# 太极自己开展工作

导购及咨询大夫培训

营销知识培训

营销礼仪培训

太极企业文化培训

产品知识培训

职业道德和岗位奖惩制度培训

# 太极自己开展工作

与经销商合作

签定合作协议

铺货

结算

终端信息反馈

# 太极自己开展工作

小区推广活动

养生讲座

教授太极操、太极拳、太极剑等  
义诊

小区医疗机构销售补肾益寿产品

# 太极自己开展工作

对政府部门公关

相关政策法规分析与应用  
职权范围  
权力执行机构  
行业干预方式  
行业指导  
疏通渠道  
主动配合  
公关伎俩

# 太极自己开展工作

对社团组织公关

社团组织性质

行业内影响

专业职能

行业管理

配合工作



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/187164115122006064>