

北京璀璨珠宝首饰有限公司营销策略研究

摘要

自改革开放以来，随着中国经济的持续迅速增长和现代中国人的生活方式及消费观念发生了转变，珠宝作为一种轻奢产品，具有二重价值和一种佩戴性，深受广大消费者喜爱。它的经历是蓬勃的。而随着国际珠宝品牌的进步，珠宝首饰业竞争日益激烈，国内小珠宝首饰企业面临巨大的运营压力，对合理市场营销战略的选择也逐渐成为竞争失败的关键。

本文对北京璀璨珠宝首饰有限公司作了研究对象，并就相关市场营销理论作了回顾整顿，进而研究奢侈品珠宝产业营销战略的优化问题。首先对公司所拥有的内部资源和优势以及所面临的外部环境作了细致的分析，然后对公司营销战略中的问题作了分析，总结了营销战略中的不足，最后就有缺陷方面，提出了健全的组织管理系统，提高了销售员的服务水平，建立了有效的训练和激励机制，以及人才的引进系统，等等。保证企业营销战略的有效执行，以确保企业营销战略的有效执行。

本文通过探究，希望北京璀璨珠宝首饰有限公司的经营业绩能有所提高，加强它与其他企业竞争中的优势地位，并为其他企业制定营销策略提供参考。

关键词：北京璀璨珠宝首饰有限公司；市场营销；营销策略

目录

摘要	1
1. 前言	4
1.1 研究背景	4
1.2 研究意义	4
1.3 研究内容	5
1.4. 研究方法	5
2. 北京璀璨珠宝首饰有限公司简介	7
3. 相关概念及基本理论	8
3.1 市场营销	8
3.2 STP理论	8
3.3 营销策略	9
3.4 SWOT分析	9
4. 北京璀璨珠宝首饰有限公司营销策略的现状	11
4.1 北京璀璨珠宝首饰有限公司市场营销策略目标	11
4.2 SWOT分析	11
4.2.1 优势分析	12
4.2.1 劣势分析	12
4.2.1 机会分析	12
4.2.1 威胁分析	13
4.3 北京璀璨珠宝首饰有限公司营销策略现状	14
4.3.1 产品策略	14
4.3.2 价格策略	14
4.3.3 渠道策略	15
4.3.4 促销策略	15
5. 存在的问题及原因	16

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/256041201221010144>