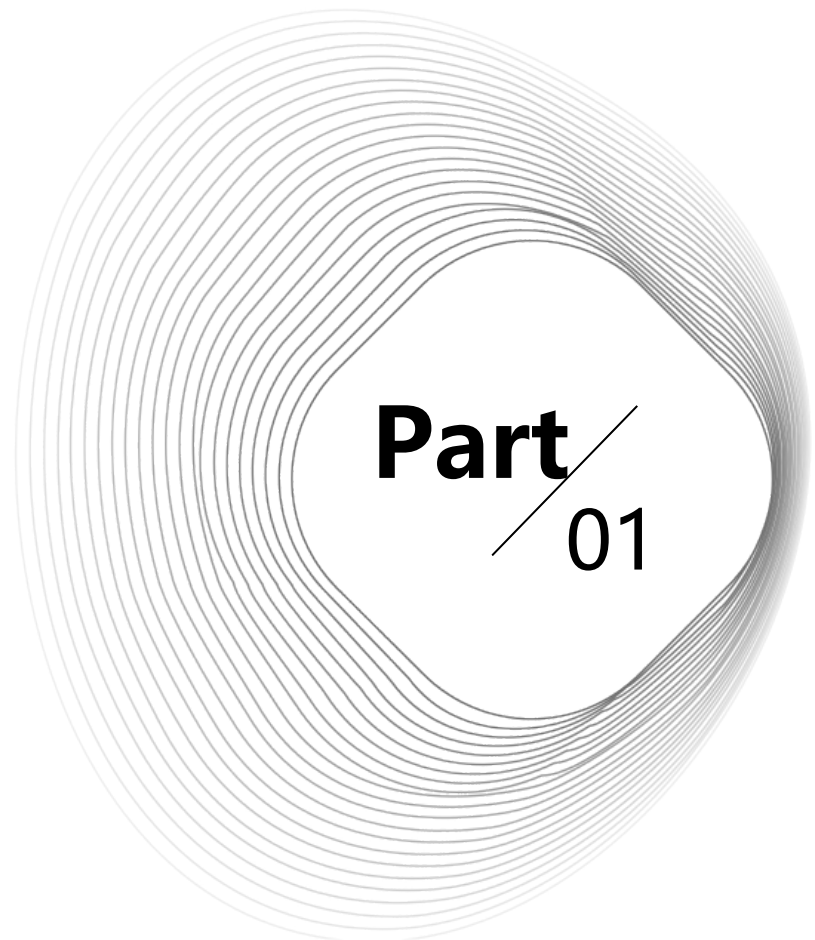


An abstract graphic on the left side of the page. It features a large, light gray circle. Inside this circle, there are many thin, concentric, irregular lines that create a ripple effect. In the center of these lines is a solid black, irregular shape. The overall composition is minimalist and modern.

窗帘营销方案

目录

- 产品分析
- 营销策略
- 品牌建设
- 销售促进
- 售后服务
- 市场反馈与调整



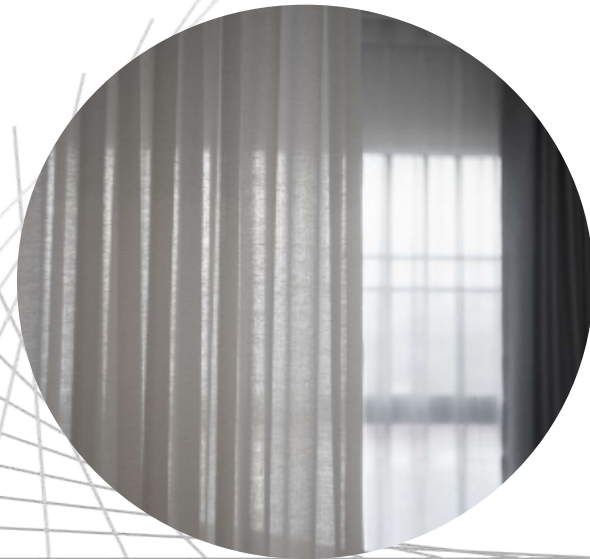
产品分析



窗帘的种类与特点

窗帘的种类

根据材质、功能和风格，窗帘有多种分类。常见的有布帘、纱帘、卷帘、百叶帘等。每种窗帘都有其独特的特点和应用场景。



窗帘的特点

窗帘通常具有遮光、隔热、保护隐私等特性，同时也可以作为室内装饰的一部分，增添空间的美感和氛围。



目标客户群体



01

新房装修的消费者

新装修房屋需要窗帘来满足遮光、装饰等需求。

02

旧房改造的消费者

已装修房屋可能需要更换窗帘，以改善室内光线、保护隐私或改变风格。

03

商业空间

酒店、办公室等商业场所需要窗帘以满足功能性需求和提升形象。



竞争对手分析

1

品牌竞争对手

市场上已有的窗帘品牌，
如宜家、罗马帘之家等。

2

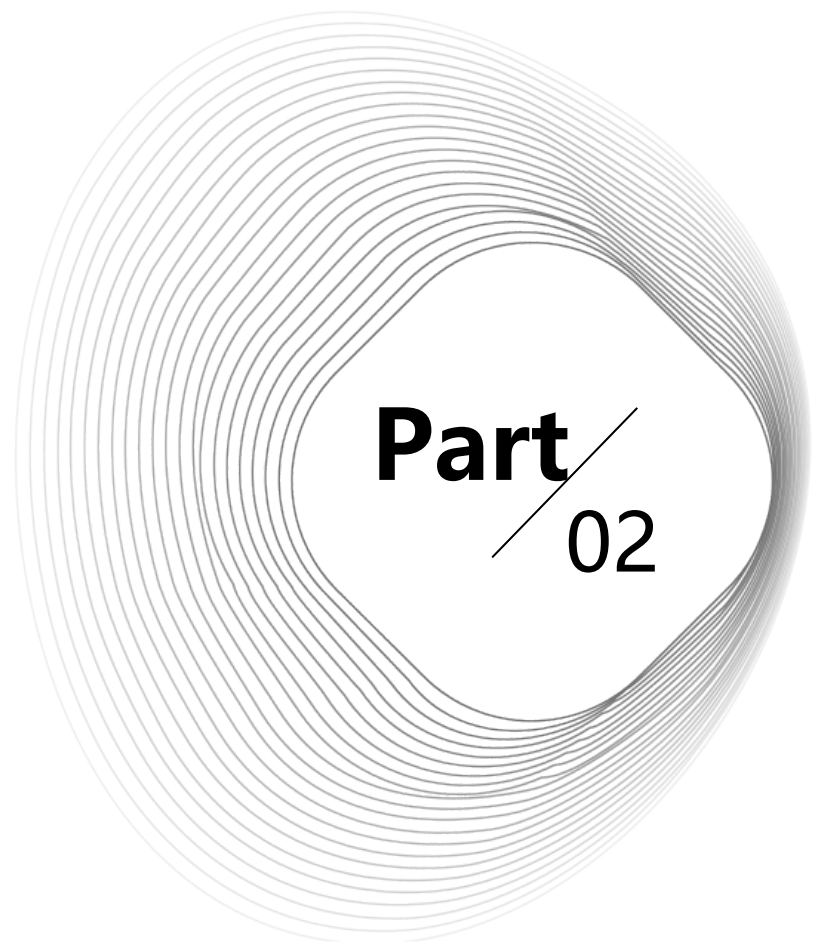
线上竞争对手

各大电商平台上的窗帘卖家，
如淘宝、京东等。

3

线下竞争对手

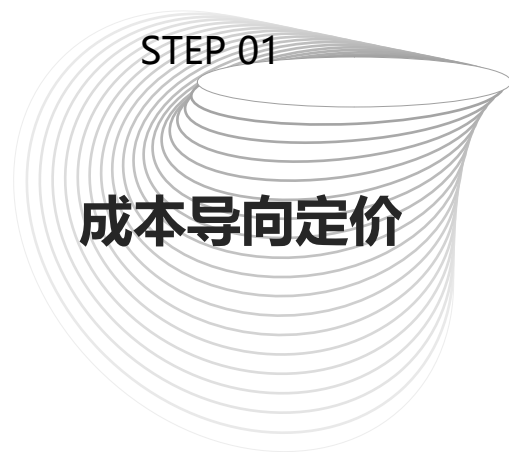
实体家居建材市场和窗帘
专营店。



营销策略



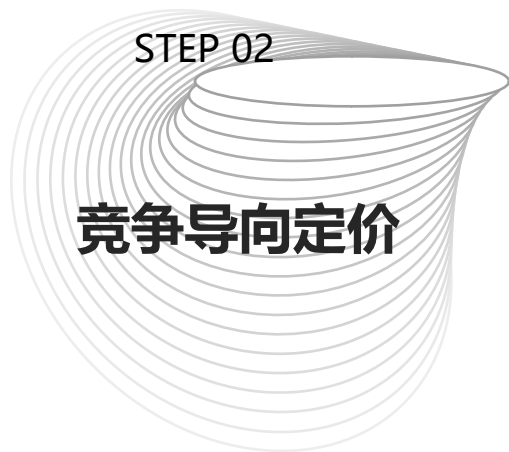
定价策略



STEP 01

成本导向定价

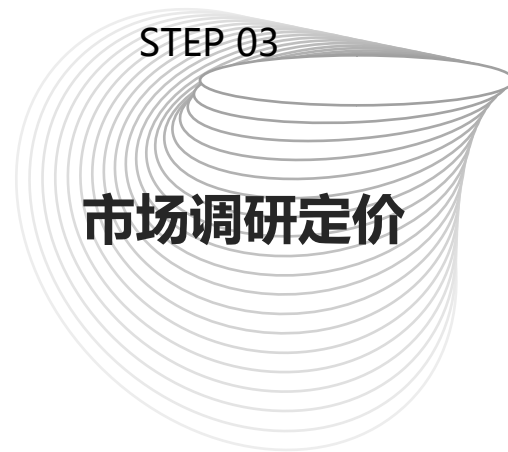
根据窗帘的生产成本、运输成本、营销成本等，加上预期的利润，确定窗帘的价格。



STEP 02

竞争导向定价

分析竞争对手的窗帘价格，结合自身产品的优劣势，制定具有竞争力的价格。



STEP 03

市场调研定价

通过市场调研了解消费者的需求和心理预期，根据市场需求和产品定位，制定合理的价格。



促销策略



折扣促销

在特定时期或节假日，提供窗帘产品的折扣优惠，吸引消费者购买。

赠品促销

购买窗帘产品可获得赠品，如窗饰配套产品、家居装饰品等，增加产品的附加价值。

组合促销

将窗帘与其他相关产品进行组合销售，如窗帘与窗框、窗帘杆等组合销售，提供一站式购物的便利。



分销渠道

线上销售

通过电商平台、自建官方网站等线上渠道销售窗帘产品，扩大销售范围，提高品牌知名度。



合作伙伴

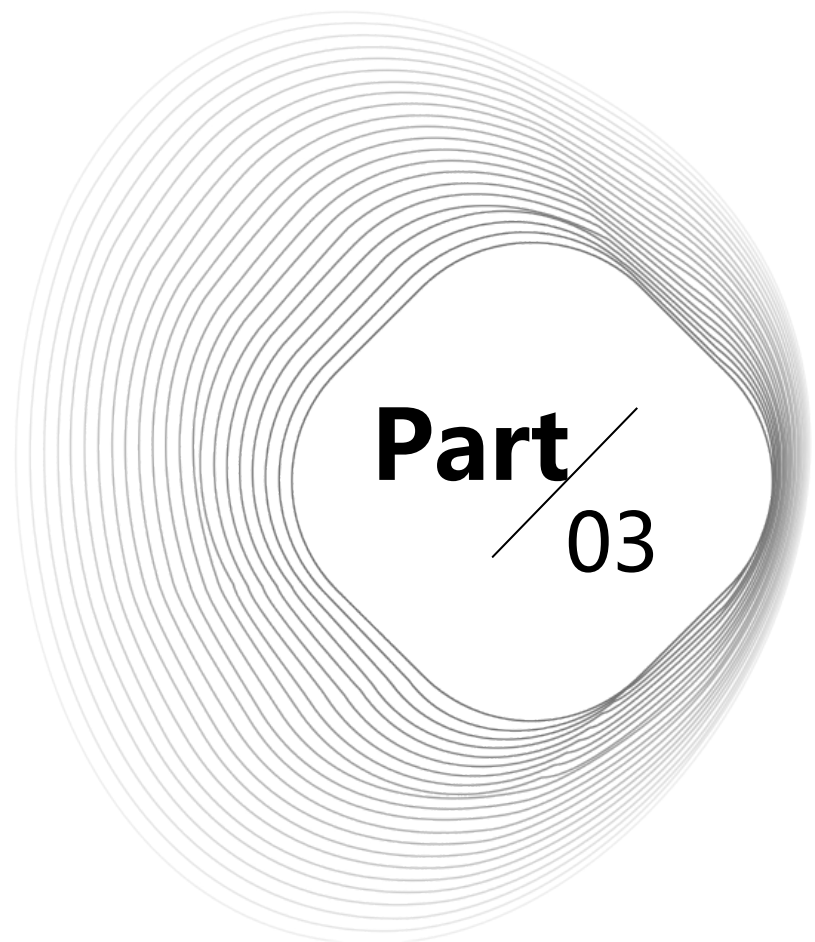
与家居装修公司、设计师等合作伙伴合作，将窗帘产品纳入其业务范围，拓展销售渠道。



线下销售

在实体店、家居卖场等线下渠道销售窗帘产品，提供面对面的咨询和体验服务，增强消费者的购买信心。





品牌建设



品牌定位

● 高端品质

强调窗帘的高品质材料和工艺，提供高端、豪华的产品形象。

● 时尚设计

注重窗帘的款式和设计感，满足消费者对美的追求。

● 环保理念

突出窗帘的环保材料和生产过程，树立绿色、健康的品牌形象。





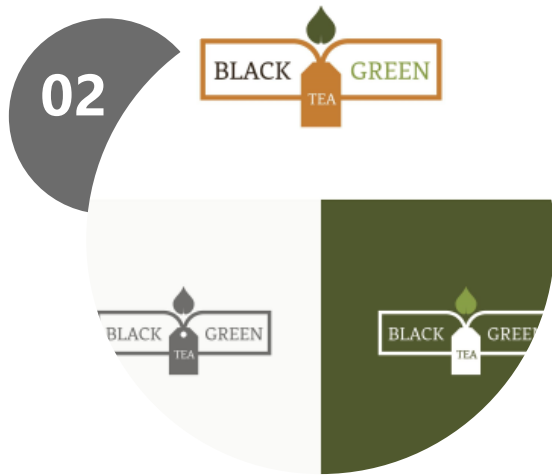
品牌形象设计



标志设计



创造独特的品牌标志，易于识别和记忆。



包装设计



设计精美的产品包装，提升产品的整体质感。



店面设计



打造舒适、温馨的店面环境，提供良好的购物体验。

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/515040314124011144>