

供应链营销策略分析 报告总结

汇报人：XXX

2024-01-19



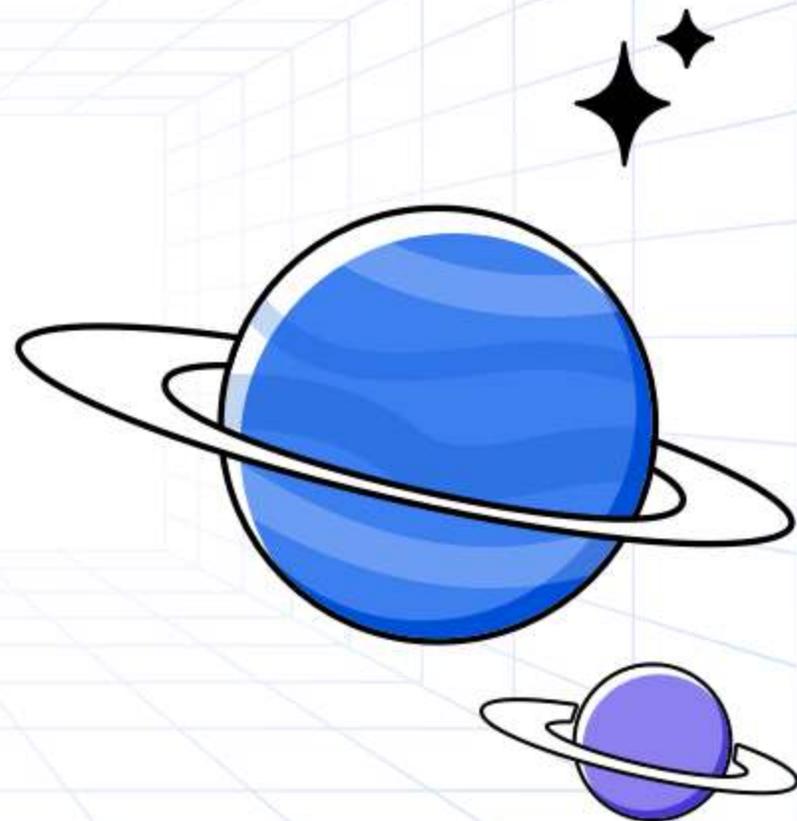
目录

CONTENTS

- 引言
- 供应链营销策略分析
- 供应链营销策略的案例分析
- 供应链营销策略的挑战与对策
- 结论

01

인간





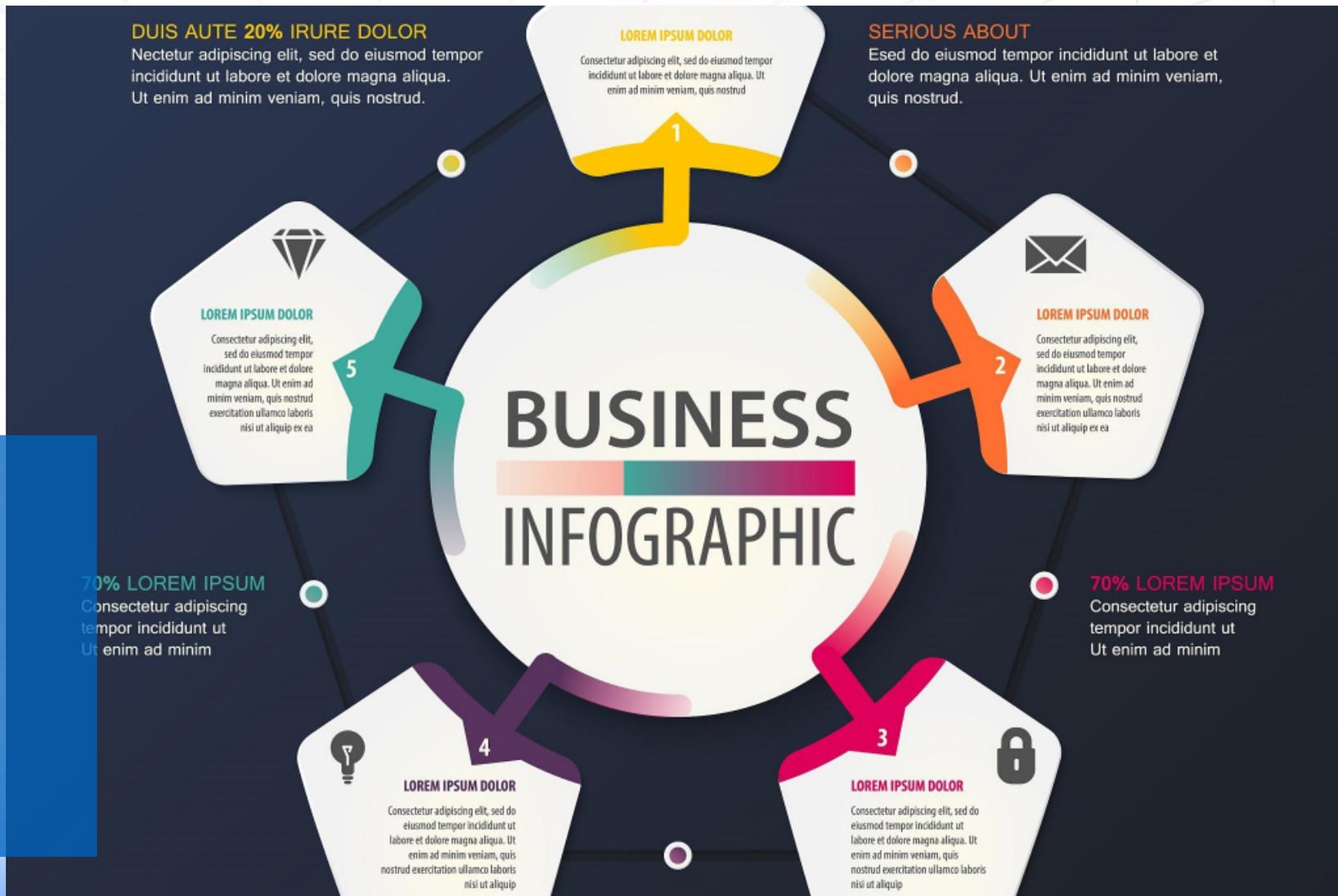
目的和背景

目的

本报告旨在分析供应链营销策略，为企业提供有效的营销策略建议，提高供应链效率和客户满意度。

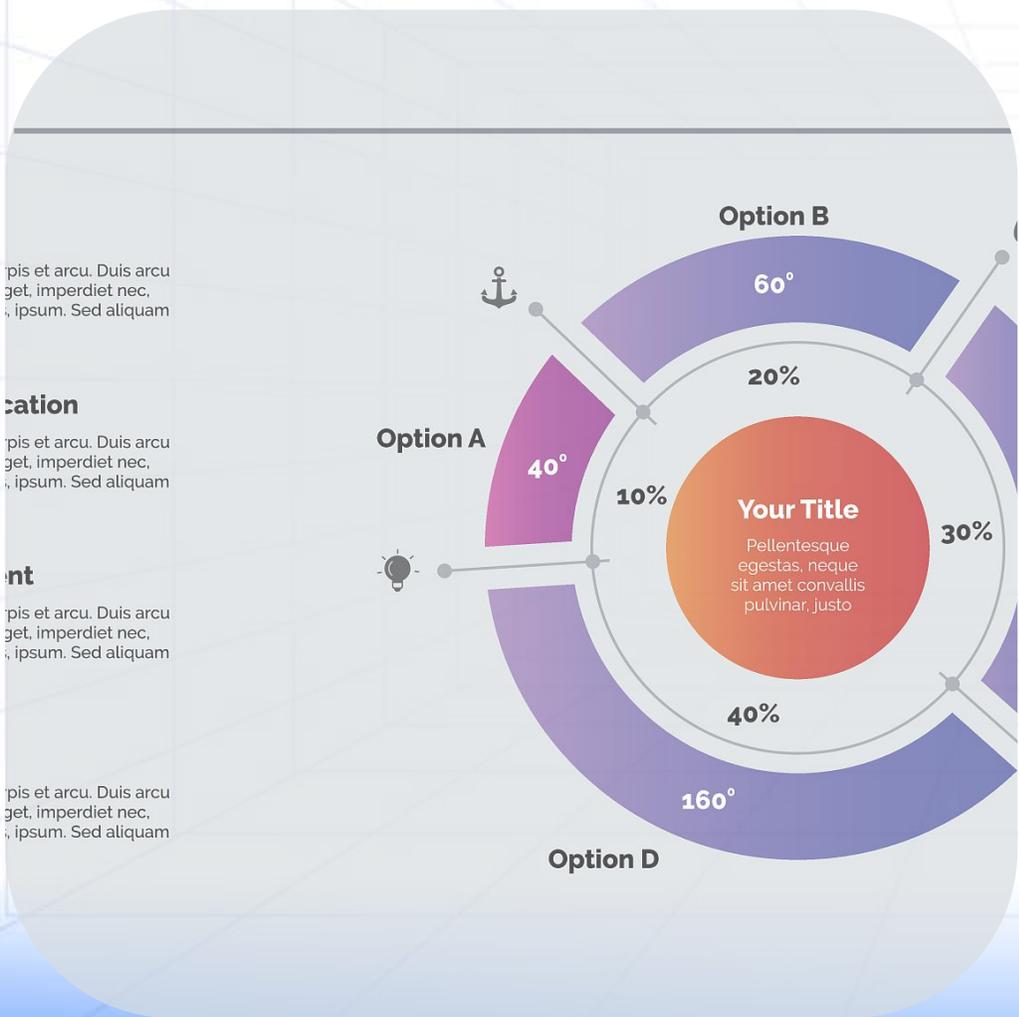
背景

随着市场竞争的加剧，供应链营销策略对于企业的发展越来越重要。通过对供应链营销策略的分析，可以更好地满足客户需求，提高企业竞争力。





报告范围和概述



报告范围

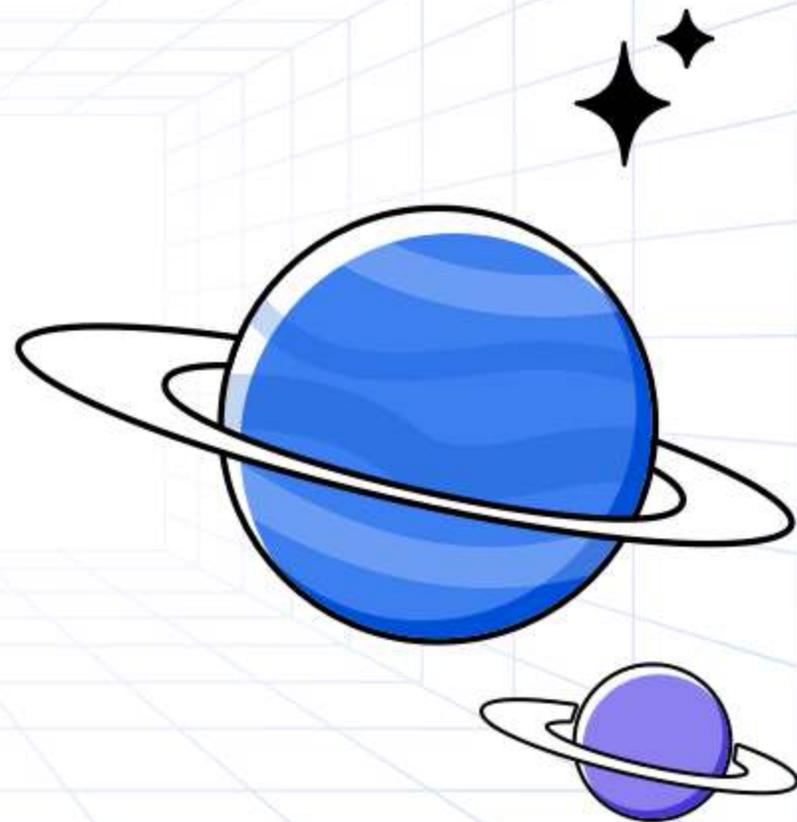
本报告主要针对供应链营销策略进行分析，包括市场分析、竞争分析、产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略等方面。

概述

本报告首先介绍了供应链营销的基本概念和理论，然后分析了供应链营销的现状和问题，接着从多个角度提出了供应链营销策略的建议，最后总结了本报告的主要观点和结论。

02

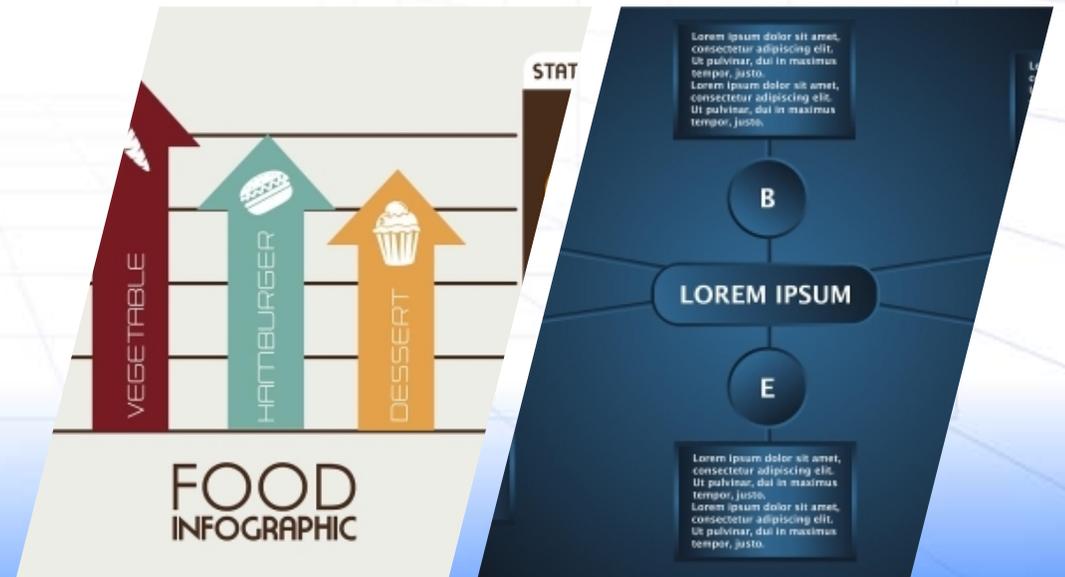
供应链营销策略分析





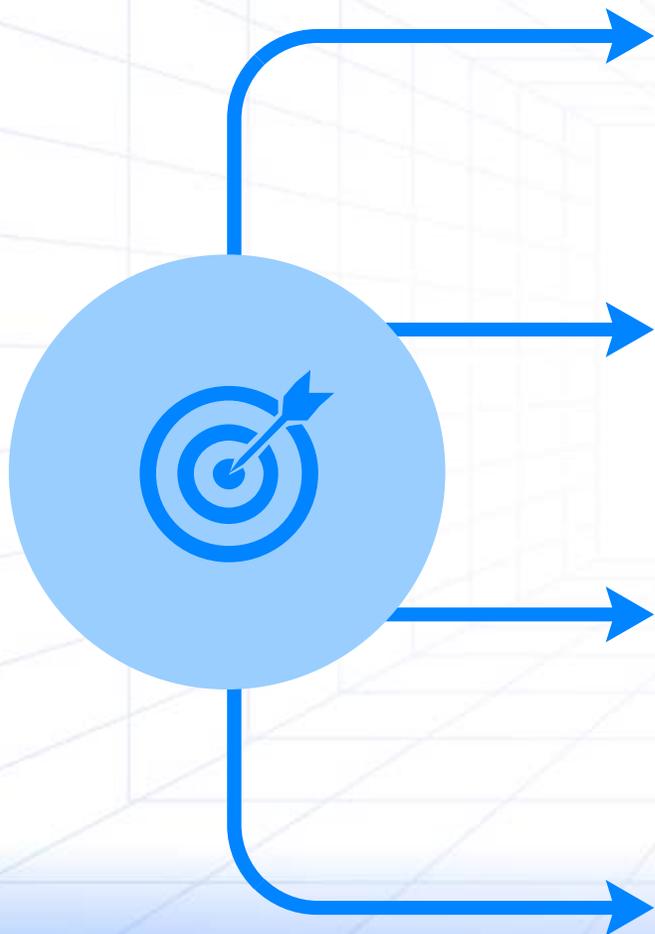
供应链营销策略的定义和重要性

- 供应链营销策略是企业为了满足市场需求，通过协调供应链各个环节的运营活动，实现整体营销目标的一系列措施。供应链营销策略的重要性在于，它能够提高企业运营效率，降低成本，增强市场响应速度，从而提升企业的竞争力和盈利能力。





供应链营销策略的主要类型



1. 需求导向型策略

以市场需求为核心，通过预测和分析市场需求，制定相应的生产和销售计划。这种策略强调对市场需求的快速响应和灵活性。

2. 成本领先型策略

以降低成本为目标，通过优化采购、生产、物流等环节，实现总成本领先。这种策略适用于价格敏感型市场。

3. 差异化策略

通过提供独特的产品或服务，满足特定市场需求。这种策略要求企业具备创新能力和市场洞察力。

4. 集中化策略

专注于某一特定市场或产品领域，通过专业化运营提高效率和竞争力。这种策略适合规模较小或资源有限的企业。



供应链营销策略的制定过程

1. 市场调研与分析

了解市场需求、竞争态势、行业趋势等因素，为制定策略提供依据。



2. 确定目标市场

根据市场调研结果，选择适合企业的目标客户和市场定位。

3. 制定策略方案

根据选定的目标市场和定位，制定相应的供应链营销策略方案。

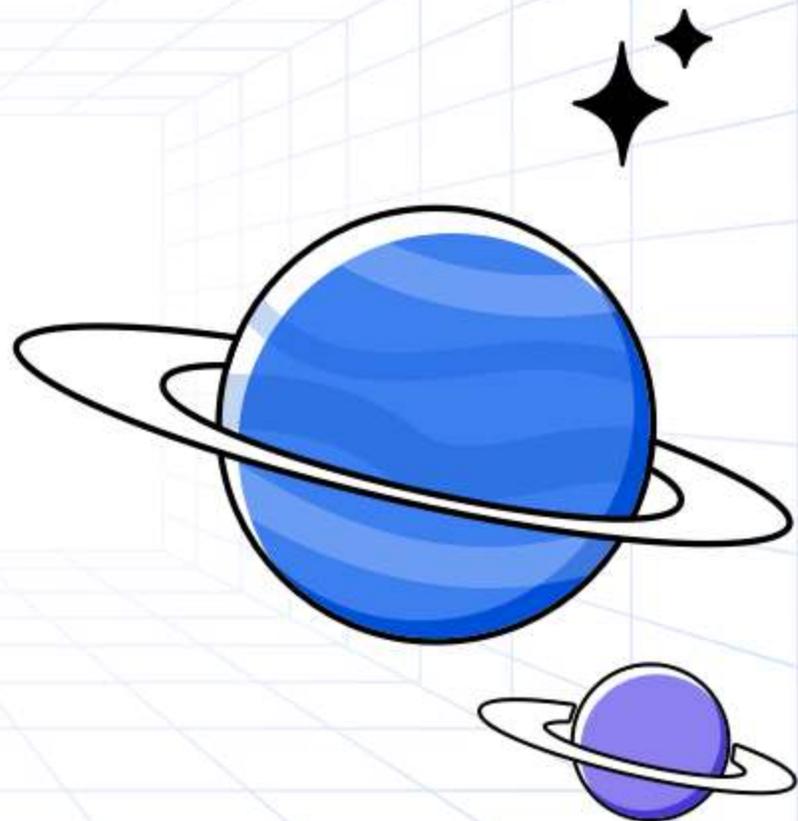


4. 实施与监控

将策略方案付诸实践，并建立监控机制，及时调整和优化策略。

03

供应链营销策略的 案例分析



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/5962112050510110>