

# 机电产品营销认知实训 总结



汇报人：XXX

2024-01-19

| CATALOGUE |

# 目录

- 实训简介
- 机电产品市场分析
- 营销策略制定
- 实训成果展示
- 总结与反思

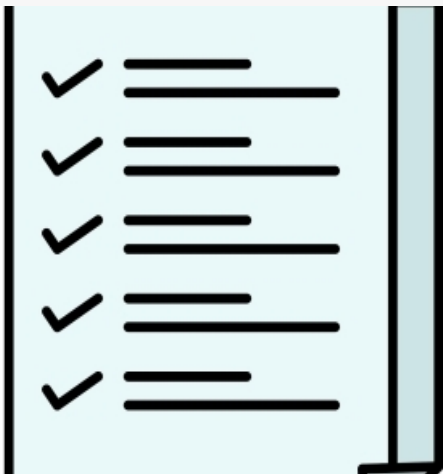
01

# 实训简介



# 实训目标

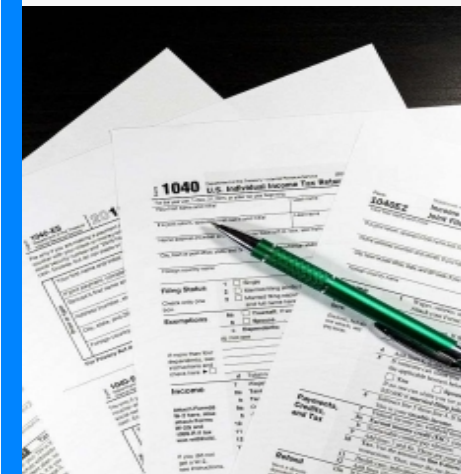
掌握机电产品营销的  
基本概念和策略



培养学生的团队协作  
和沟通能力，增强创  
新意识

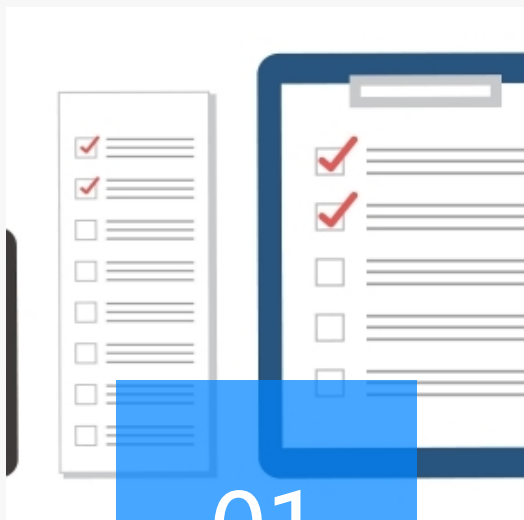


提高学生在机电产品  
营销领域的实践能力  
和综合素质





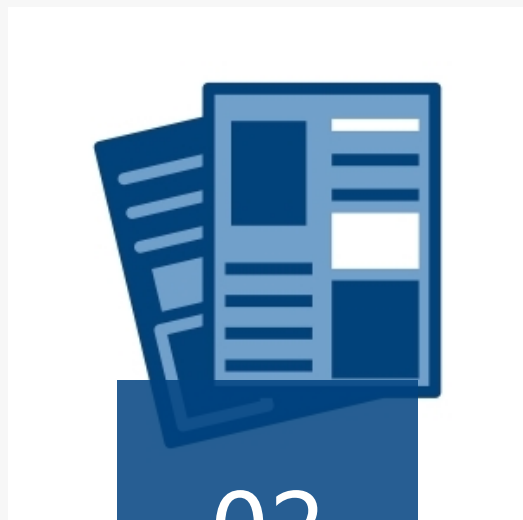
# 实训内容



01

## 机电产品市场分析

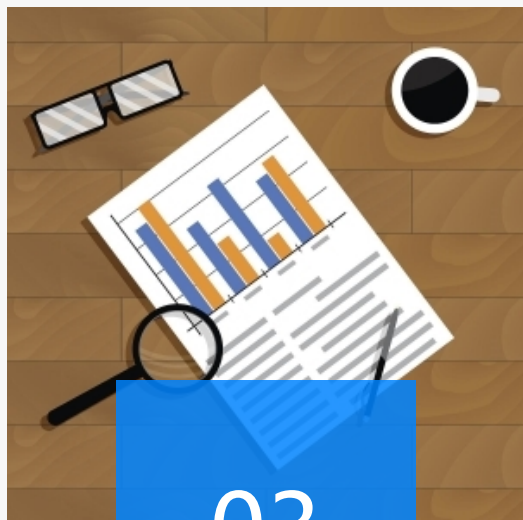
分析市场需求、竞争态势和消费者行为等



02

## 产品定位与差异化

根据市场分析结果，确定产品定位和差异化策略



03

## 营销组合策略

制定价格、渠道、促销等营销组合策略



04

## 营销实战演练

分组进行模拟营销活动，实践营销策略

# 实训方法



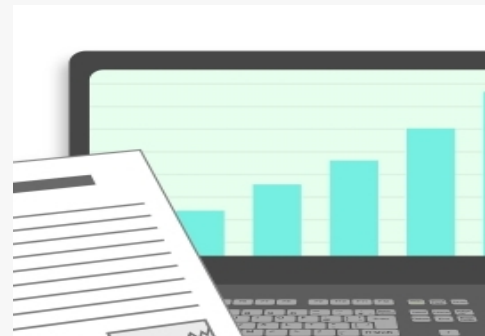
## 理论授课

介绍机电产品营销的基本概念和理论知识



## 案例分析

分析经典机电产品营销案例，提炼经验教训



## 小组讨论

分组进行讨论，分享心得体会，共同成长



## 实战演练

通过模拟营销活动，将理论知识运用到实践中

02

# 机电产品市场分析



# 市场需求分析

## 市场需求量

通过市场调查和数据分析，了解当前机电产品的市场需求量，以及不同类型、规格产品的需求分布。



## 需求特点

研究目标客户群体的需求特点，包括产品性能、价格敏感度、购买偏好等方面，为产品研发和营销策略制定提供依据。



## 需求趋势

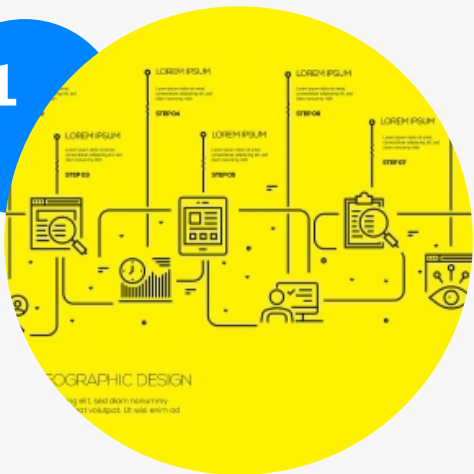
分析市场需求的未来发展趋势，预测潜在的市场机会和产品创新方向。





# 竞争格局分析

01



## 竞争对手分析



了解主要竞争对手的市场份额、产品特点、营销策略等信息，分析其竞争优势和劣势。

02



## 市场占有率



统计机电产品在目标市场的占有率，评估企业在市场中的地位 and 竞争态势。

03



## 竞争策略



根据竞争格局，制定有效的竞争策略，包括产品差异化、价格策略、渠道拓展等方面。



# 产品定位与差异化



## 产品定位

根据市场需求和竞争状况，明确产品的目标市场和消费群体，制定针对性的产品定位策略。



## 差异化竞争优势

通过技术创新、品牌塑造、服务提升等方式，打造产品的差异化竞争优势，提高市场竞争力。



## 产品组合

根据不同的市场定位和客户需求，设计多元化的产品组合，满足不同客户群体的需求。

03

# 营销策略制定



# 产品策略



## 产品定位

明确机电产品的目标市场和消费群体，根据市场需求和竞争情况，确定产品的独特卖点和竞争优势。



## 产品差异化

通过创新设计、功能优化、品质提升等方式，使机电产品在同类产品中具有明显的差异化特征，以满足消费者个性化需求。

# 价格策略

## 成本导向定价

根据产品的生产成本、研发费用、市场调研等因素，制定合理的价格策略，确保企业的盈利空间。

## 竞争导向定价

分析竞争对手的产品定价，结合自身产品的优劣势，制定具有竞争力的价格策略。





# 渠道策略



## 直销渠道

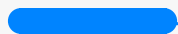
建立自己的销售团队，直接与消费者沟通，了解需求，提供定制化服务。

## 分销渠道

通过经销商、代理商等中间商，将产品销售给更广泛的消费者群体。

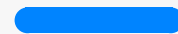
## 广告宣传

利用各种媒体平台进行广告投放，提高产品的知名度和曝光率。



## 促销活动

举办促销活动，如打折、赠品等，吸引消费者购买，提升销售业绩。



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/67715600043006060>