

装修营销行业分析报告及未来 五至十年行业发展报告

目录

序言	4
一、2024-2029 年装修营销产业发展战略分析	4
(一)、树立装修营销行业“战略突围”理念	4
(二)、确定装修营销行业市场定位，产品定位和品牌定位	5
1、市场定位	5
2、产品定位	5
3、品牌定位	7
(三)、创新力求突破	8
1、基于消费升级的技术创新模型	8
2、创新促进装修营销行业更品质的发展	9
3、尝试格式创新和品牌创新	9
4、自主创新+品牌	10
(四)、制定宣传方案	12
1、学会制造新闻,事件行销——低成本传播利器	12
2、学习通过出色的品牌视觉设计突出品牌特征	12
3、学会利用互联网营销	12
二、装修营销企业战略目标	13
三、装修营销企业战略选择	13
(一)、装修营销行业 SWOT 分析	13
(二)、装修营销企业战略确定	14
(三)、装修营销行业 PEST 分析	14
1、政策因素	14
2、经济因素	15
3、社会因素	16
4、技术因素	16
四、装修营销业发展模式分析	16
(一)、装修营销地域有明显差异	16
五、2024-2029 年装修营销行业企业市场突围战略分析	17
(一)、在装修营销行业树立“战略突围”理念	17
(二)、确定装修营销行业市场定位、产品定位和品牌定位	18
1、市场定位	18
2、产品定位	18
3、品牌定位	20
(三)、创新寻求突破	20
1、基于消费升级的科技创新模式	21
2、创新推动装修营销行业更高质量发展	21
3、尝试业态创新和品牌创新	22
4、自主创新+品牌	23
(四)、制定宣传计划	24
1、策略一：学会做新闻、事件营销——低成本的传播工具	24
2、策略二：学会以优秀的品牌视觉设计突出品牌特色	25
3、策略三：学会使用网络营销	25

六、装修营销行业政策环境	26
(一)、政策持续利好装修营销行业发展	26
(二)、装修营销行业政策体系日趋完善	26
(三)、一级市场火热,国内专利不断攀升	27
(四)、宏观环境下装修营销行业定位	27
(五)、“十三五”期间装修营销业绩显著	28
七、装修营销行业政策背景	28
(一)、政策将会持续利好装修营销行业发展	28
(二)、装修营销行业政策体系日趋完善	29
(三)、装修营销行业一级市场火热,国内专利不断攀升	29
(四)、宏观经济背景下装修营销行业的定位	30
八、装修营销行业“专业化能力”对盈利模式的影响分析	30
(一)、装修营销企业盈利模式运作的关键	30
1、“专业化能力”对装修营销行业的重要性	31
(二)、怎样培养装修营销行业的业务能力	31
九、装修营销企业战略保障措施	32
(一)、根据企业的发展阶段,及时调整组织架构	33
(二)、加强人才培养与引进	33
1、制定人才整体引进方案	34
2、渠道人才引进	34
3、内部员工竞聘	34
(三)、加速信息化建设步伐	35
十、装修营销行业存在的问题分析	35
(一)、基础工作薄弱	35
(二)、地方认识不足,激励作用有限	36
(三)、产业结构调整进展缓慢	36
(四)、技术相对落后	36
(五)、隐私安全问题	37
(六)、与用户的互动需不断增强	37
(七)、管理效率低	38
(八)、盈利点单一	38
(九)、过于依赖政府,缺乏主观能动性	39
(十)、法律风险	39
(十一)、供给不足,产业化程度较低	39
(十二)、人才问题	40
(十三)、产品质量问题	40
十一、装修营销业的外部环境及发展趋势分析	40
(一)、国际政治经济发展对装修营销业的影响	40
(二)、国内政治经济发展对装修营销业的影响	41
(三)、国内突出经济问题对装修营销业的影响	41
十二、装修营销企业战略实施要点	42
(一)、打造自主品牌	42
(二)、重塑企业价值链	42
1、规范研发设计流程	42

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/697150025110006055>