



公司营销培训专用

品牌营销策略

BRAND MARKETING STRATEGY

汇报人：天天有谱

时间：XX年XX月





目录

影响因素

I N F L U E N C E F A C T O R

营销策略

M A R K E T I N G S T R A T E G Y

营销要点

M A R K E T I N G P O I N T S

基本内容

B A S I C C O N T E N T

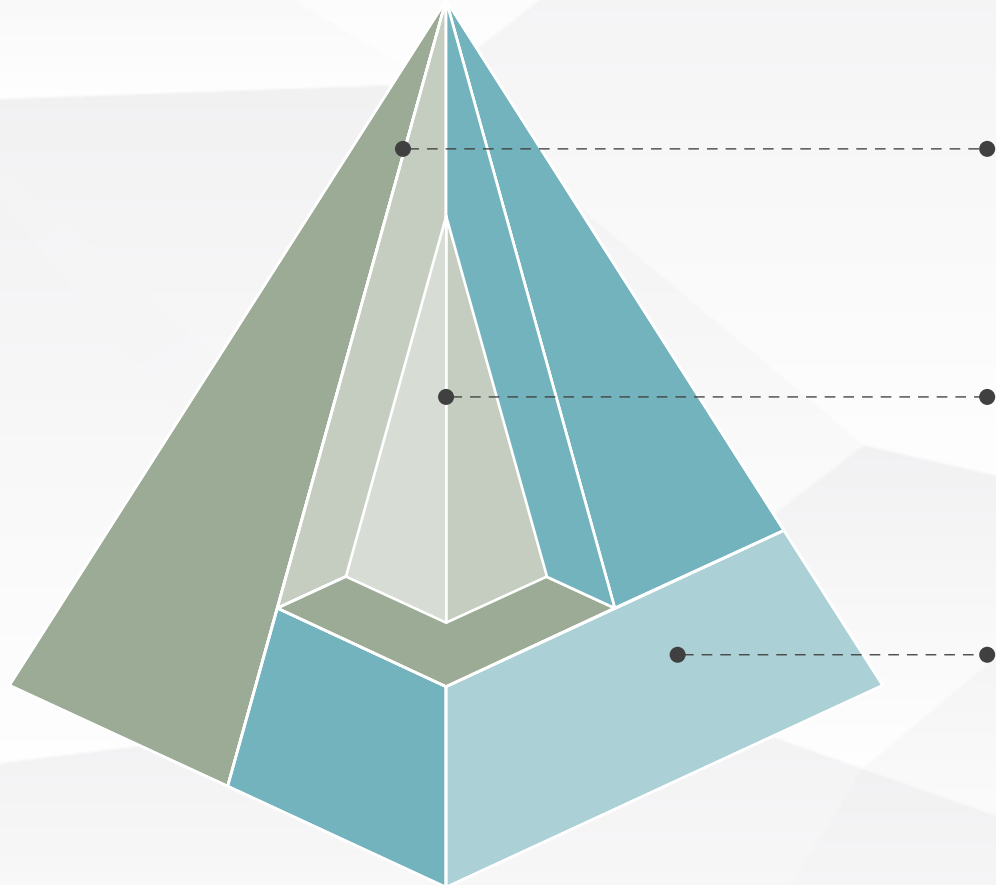
影响因素

INFLUENCE FACTOR





影响因素



宏观因素

影响市场营销策略的因素有宏观环境因素和微观环境因素。宏观环境因素是指企业运行的外部大环境，它对于企业来说，既不可控制，又不可影响，而它对企业营销的成功与否起着十分重要的作用

微观因素

微观环境因素是指存在于企业周围并密切影响其营销活动的各种因素和条件，包括供应者、竞争者、公众以及企业自身等

包括内容

宏观因素包括人文环境、经济环境、自然环境、技术环境、政治-法律环境和社会-文化环境。微观因素包括供应者、购买者、中间商、竞争者、公众和企业内部各部门协作

营销策略

MARKETING STRATEGY





营销策略

网络营销

中小企业要想在竞争日益激烈的互联网中取得一席之地，利用网络推广来提高业绩从而提升企业的竞争力，首先可以先建立自己的网站，以网站为核心来做网络推广是众多中小企业的首选



连锁营销

连锁营销策略是指在市场形成的一定范围内的同行效应，产生了一个固定链式的产业营销模式。它形成的前提是产业的透明化、扩大化、利益化。它形成的意义在于使营销策略得以规范化、流程化、高效率



广告营销

锁定目标客户：集中在目标受众身上打广告，减少费用，避免浪费；减少价格竞争：将广告投放在特定的消费群身上，制造差异化；给目标受众定位



营销策略

整合营销

整合营销是一种对各种营销工具和手段的系统化结合，根据环境进行即时性的动态修正，以使交换双方在交互中实现价值增值的营销理念与方法

事件营销

事件营销是指企业通过策划、组织和利用具有新闻价值、社会影响以及名人效应的人物或事件，吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注，以求提高企业或产品的知名度



系统营销

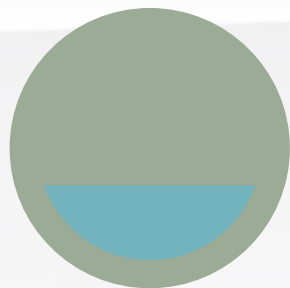
系统营销实施满足竞争的多维度的战略目标 and 绩效管理，在战略的规划和指引下，建立强大的营销组织，有成熟的业务模式和多个组织系统的协作和参与

体育营销

体育营销就是以体育活动为载体来推广自己的产品和品牌的一种市场营销活动，是市场营销的一种手段。体育赞助实质上是一种软广告，但是由于广告并不单独出现，因而商业性及功利性不像硬广告那么明显

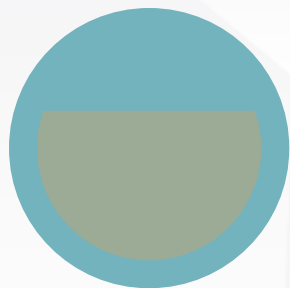


营销策略



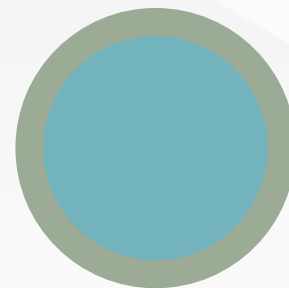
品牌提升策略

所谓品牌提升策略，就是改善和提高影响品牌的各项要素，通过各种形式的宣传，提高品牌知名度和美誉度的策略。提升品牌，既要求量，同时更要求质。求量，即不断地扩大知名度；求质，即不断地提高美誉度



功效优先策略

国人购买动机中列于首位的是求实动机。任何营销要想取得成功，首要的是要有一个功效好的产品。因此，市场营销第一位的策略是功效优先策略，即要将产品的功效视为影响营销效果的第一因素，优先考虑产品的质量及功效优化



价格适众策略

价格的定位，也是影响营销成败的重要因素。对于求实、求廉心理很重的中国消费者，价格高低直接影响着他们的购买行为，产品的价位要得到产品所定位的消费群体大众的认同



营销要点

MARKETING POINTS





营销要点

市场环境分析

进行市场环境分析的主要目的是了解产品的潜在市场和销售量，以及竞争对手的产品信息。只有对掌握了市场需求，才能减少失误，从而将风险降到最低

消费心理分析

只有在掌握了消费者购买产品的原因和目的，才能制定出针对性的营销创意。营销大多是以消费者为导向的，根据消费者需求来制定产品，对消费能力、消费环境的分析才能使整个营销活动获得成功



以凉茶为例

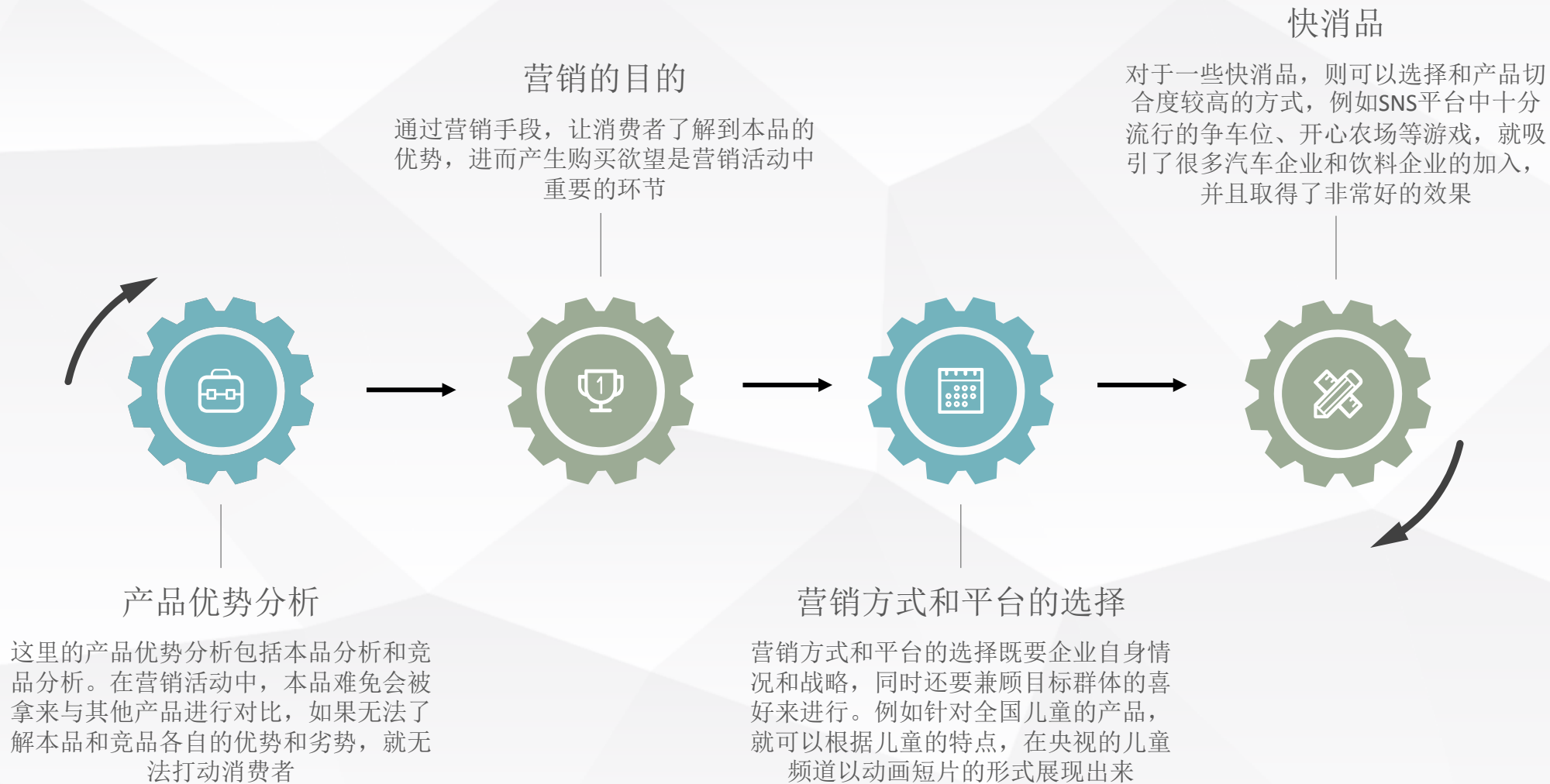
凉茶一直以来为南方人所热衷，这其中有气候、饮食上的差异，因此应将主要的营销力量集中在南方城市，如果将进行错误的定位，将力量转移到北方，无论投入多大的人力财力，都不会取得好的营销效果

以脑白金为例

脑白金能够畅销数十年，从它间断的广告和广告语中就能看出端倪：过节不收礼正是利用了国人在过节时爱送礼的特性，而作为保健品，两个老人的形象在无形中驱使晚辈在过节时选择脑白金，如果换成两个年轻人在说广告语，影响力就下降很多



营销要点



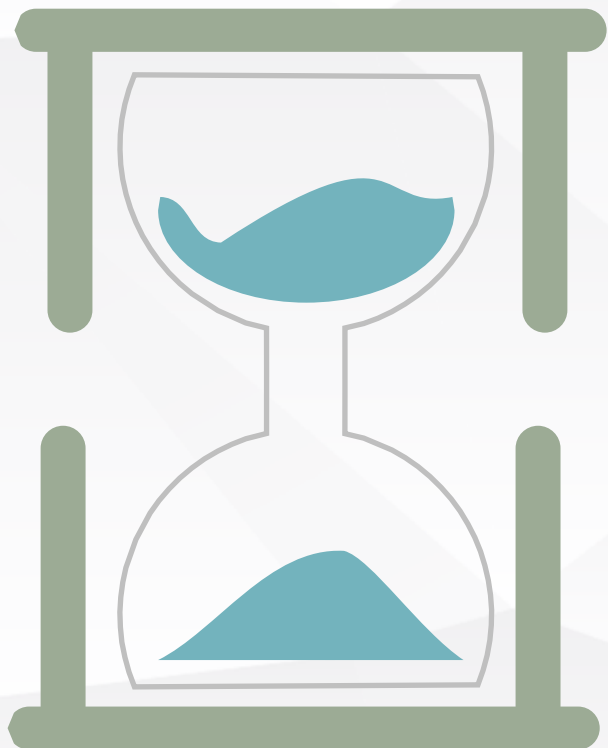
基本内容

B A S I C C O N T E N T





基本内容



营销策略



营销策略是企业以顾客需要为出发点，根据经验获得顾客需求量及购买力的信息、商业界的期望值，有计划地组织各项经营活动

针对目标市场



营销策略是针对一定的目标市场所采用的一系列可测量可控的旨在提高销售及厂商声誉为目的的活动，是多种营销方法例如产品、价格、渠道、促销、公关策略的综合

营销



营销就是通过教育迫使目标观众或听众赏识你的产品，服务或公司给他们提供的优势、利益、收效或保护的能力

4P原则



4P原则：产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略，为顾客提供满意的商品和服务而实现企业目标的过程。市场营销战略计划的制定是一个相互作用的过程；是一个创造和反复的过程



基本内容

直接与竞争对手竞争

这种策略主要适用于具备较强的竞争实力的企业，行业中企业实力相当或企业实力上略占优势的情况，对于企业的要求当然也很高

不战而胜的竞争策略

主要是采用一些迫使对方投降、让步的策略方式，采取一些竞争手段，逼迫对方作出退出该领域或行业的手段来，要根据行业特点和具体情况而定



使竞争对手难以反击

即采用一些措施、手段是竞争对手还来不及做出反应就处于失败或被动、劣势的地位，对于企业的策略，创新性，技术性要求都很高，现实中可行性也有待考虑

与竞争对手合作的策略

这种方式比较可行，对于实力相当而求得共同发展的企业来说都是一剂良药，既可以求得双赢，又能增进合作，实现企业盈利



公司营销培训专用

感谢您的观看

BRAND MARKETING STRATEGY

汇报人：天天有谱

时间：XX年XX月



市场营销策划

请在此输入您所需要的文字内容

汇报人：天天有谱

汇报时间：XX年XX月

目录



01

输入标题

请输入所需的文本内容



02

输入标题

请输入所需的文本内容



03

输入标题

请输入所需的文本内容



04

输入标题

请输入所需的文本内容

请输入标题内容



输入标题

请输入所需的文本内容



输入标题

请输入所需的文本内容



输入标题

请输入所需的文本内容

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/758075075044006066>