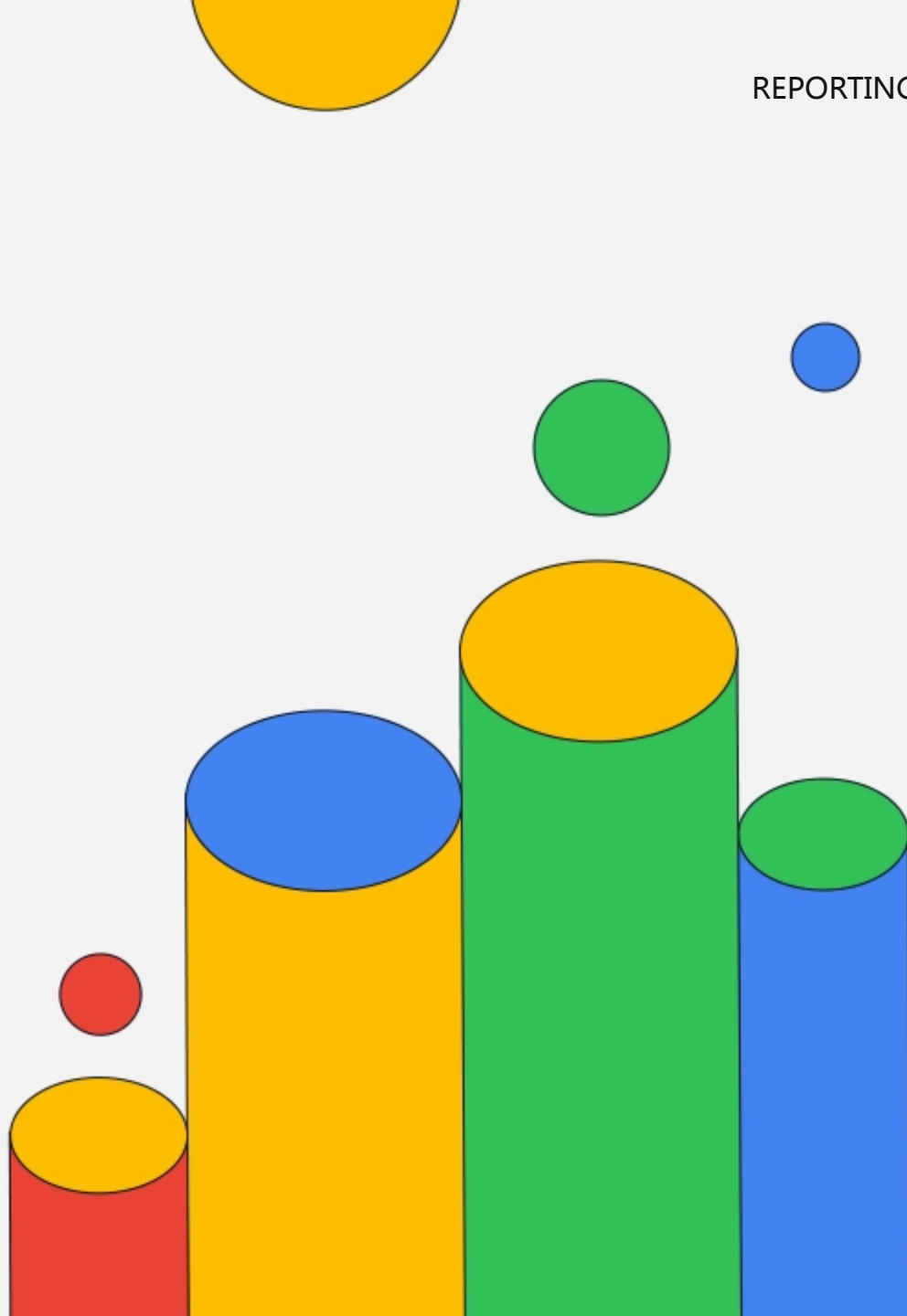


建材产品营销策略分析

汇报人：XXX

2024-01-19



 2023

目录

CATALOGUE

- 建材市场概述
- 建材产品营销策略
- 营销策略实施与优化
- 案例分析
- 总结与展望

PART 01

建材市场概述





建材市场规模与增长趋势



总结词

全球建材市场规模持续扩大，尤其在发展中国家，市场规模增长迅速。

详细描述

随着全球经济的发展和城市化进程的加速，建材市场呈现出稳步增长的趋势。特别是在亚洲、非洲等发展中国家，由于基础设施建设和房屋建设的快速发展，对建材的需求量不断攀升。

建材市场的主要参与者

总结词

建材市场的主要参与者包括大型跨国公司、地区性企业和中小企业。

详细描述

大型跨国公司在技术、品牌和资金方面具有优势，而地区性企业和中小企业则更熟悉当地市场，具有地域优势。各种规模的企业在市场中相互竞争，共同推动行业的发展。





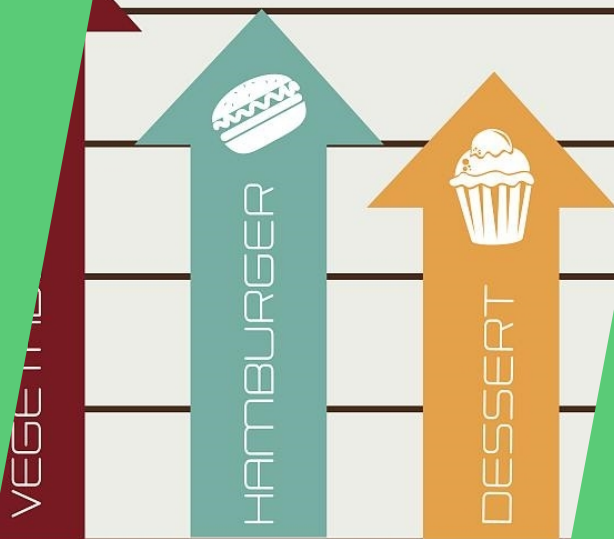
建材市场的需求与消费趋势

总结词

环保、节能、智能化成为建材市场的主要需求和消费趋势。

详细描述

随着消费者对生活品质和环境保护意识的提高，对建材产品的环保性能、节能效果和智能化功能的要求越来越高。同时，个性化、定制化的需求也逐渐成为主流，消费者更倾向于选择符合自己品味和需求的建材产品。



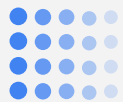
FOOD
INFOGRAPHIC



PART 02

建材产品营销策略





产品定位策略

1

目标市场定位

明确产品的目标市场，根据市场需求和消费者特点进行定位。

2

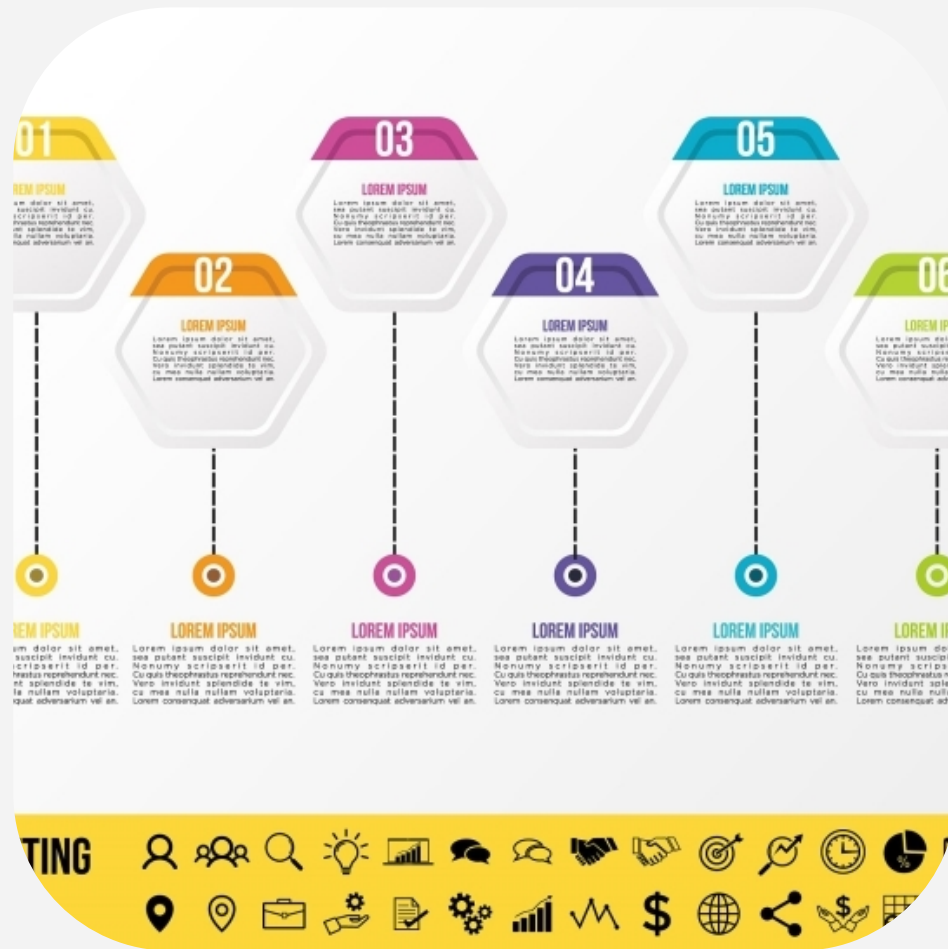
品牌形象定位

塑造独特的品牌形象，突出产品的差异化优势和特点。

3

产品卖点定位

提炼产品的核心卖点，强调其独特价值和优势。





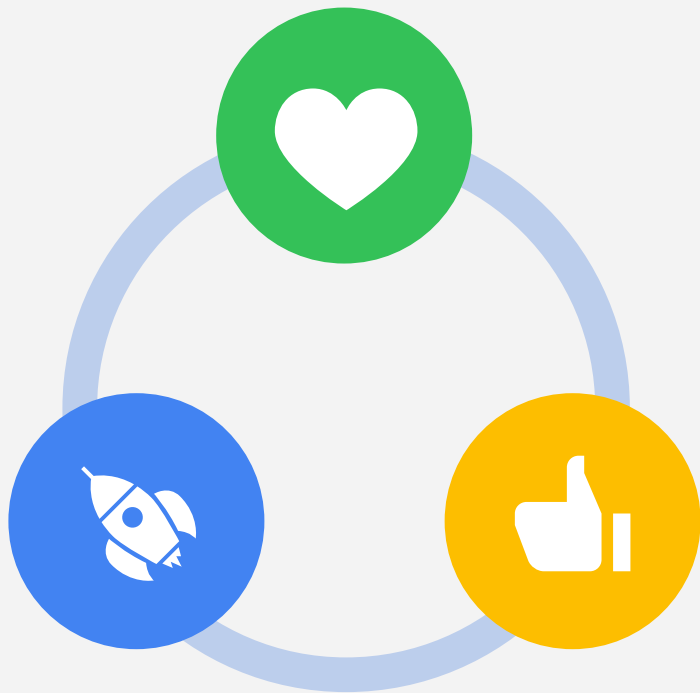
价格策略

市场定价策略

根据市场需求和竞争情况制定合理的价格。

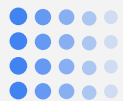
成本导向定价

以产品成本为基础，加上预期利润来确定价格。



心理定价策略

运用消费者心理因素，如折扣、尾数定价等来影响购买决策。



渠道策略

● 直接渠道策略

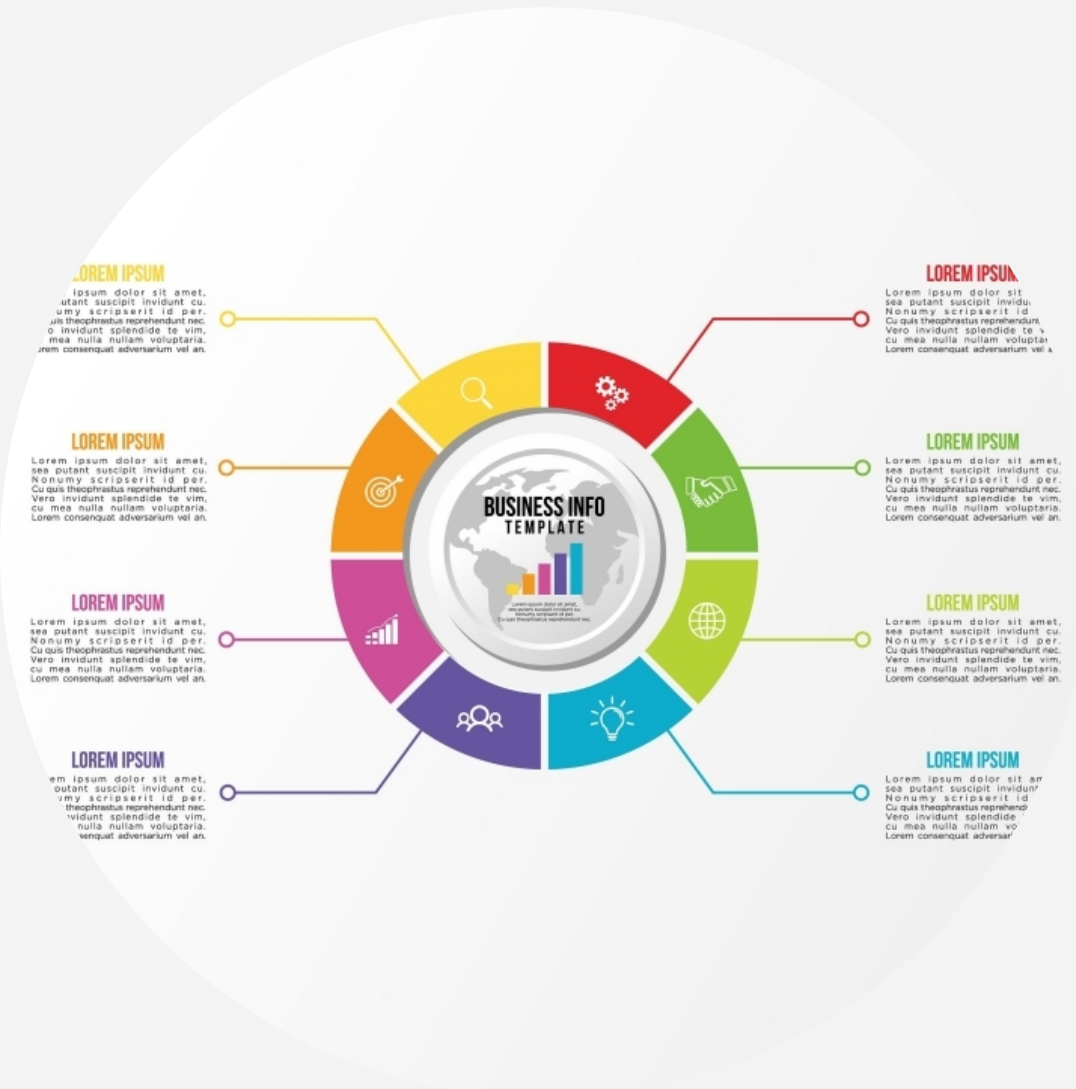
建立自己的销售渠道，直接与消费者接触。

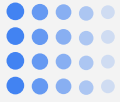
● 间接渠道策略

通过经销商、代理商等中间商进行销售。

● 线上渠道策略

利用电商平台、社交媒体等线上渠道进行销售。





促销策略



01

广告宣传

通过各种广告媒体进行宣传推广。

02

促销活动

如打折、满减、赠品等促销活动，吸引消费者购买。

03

公关活动

通过公关活动，提升品牌形象和知名度。

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/787201113142006123>