

雀巢咖啡广告营销策划



目录

Contents

- 市场分析
- 产品定位
- 广告策略
- 营销活动策划
- 预算与执行计划
- 案例分享与借鉴

01

市场分析



目标市场



年轻白领

年轻白领是雀巢咖啡的主要目标市场，他们注重生活品质，追求时尚和品味，经常在工作中饮用咖啡来提神醒脑。

学生群体

学生群体也是雀巢咖啡的重要目标市场，他们注重个性化和口感，将咖啡视为时尚和生活方式的象征。

中老年人群

中老年人群对雀巢咖啡的需求也在逐渐增加，他们注重保健和品质，将咖啡视为一种享受和放松的方式。

消费者行为分析



购买决策过程

消费者在购买雀巢咖啡时，通常会考虑品牌、口感、价格、便利性等因素，通过比较不同产品特点和价格，最终做出购买决策。

消费场景

消费者在办公室、学校、家中、户外等不同场景下饮用雀巢咖啡，不同的场景下消费者的需求和心理体验也有所不同。

品牌忠诚度

消费者对雀巢咖啡的品牌忠诚度较高，但同时也受到竞争对手的影响，如果竞争对手的产品品质更好、价格更优惠、口感更佳，消费者可能会改变品牌选择。



竞争分析

01

竞争对手分析

雀巢咖啡的主要竞争对手包括星巴克、瑞幸咖啡、可口可乐等国内外知名品牌，这些品牌在市场份额、品牌知名度、产品品质等方面具有一定的优势。

02

竞争优势

雀巢咖啡在品牌知名度、产品品质、口感等方面具有一定的竞争优势，同时也在不断推出新产品和营销活动，提高品牌影响力和市场份额。

03

竞争策略

针对竞争对手的优势和劣势，雀巢咖啡可以采取不同的竞争策略，例如提高产品品质、优化口感、推出新产品和营销活动等，以吸引更多消费者并保持市场份额。

02

产品定位

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/826032214215010110>