



手机营销策划方案



目 CONTENCT 录

- 市场分析
- 产品定位
- 营销策略
- 营销活动
- 营销效果评估



01

市场分析



目标市场



定位人群

针对年轻人、学生和职场人士，特别是科技爱好者及中高收入群体。

地域分布

主要覆盖一线城市和部分二线城市，以及在线上平台吸引全国范围内的用户。

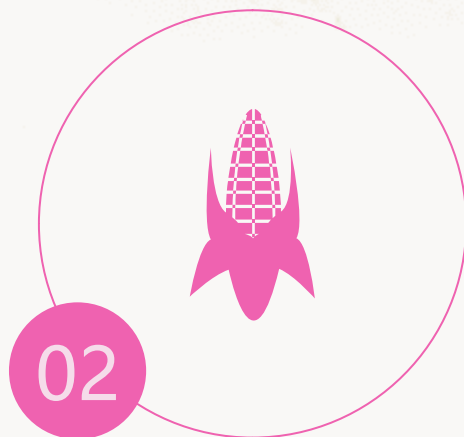


消费者需求



性能要求

消费者对手机性能要求高，期望快速处理速度、大内存和良好散热。



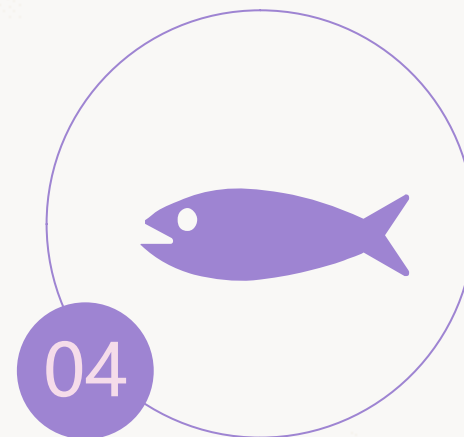
拍照功能

拍照和摄像功能成为消费者关注的重点，需要具备高像素和多种拍摄模式。



电池续航

消费者对手机电池续航时间有较高要求，期望一天一充或更长时间。



设计外观

消费者对手机外观设计有较高要求，期望轻薄、时尚、个性化。



竞争对手分析

品牌A

主打高端市场，注重技术创新和品质保证，市场份额稳定。

品牌B

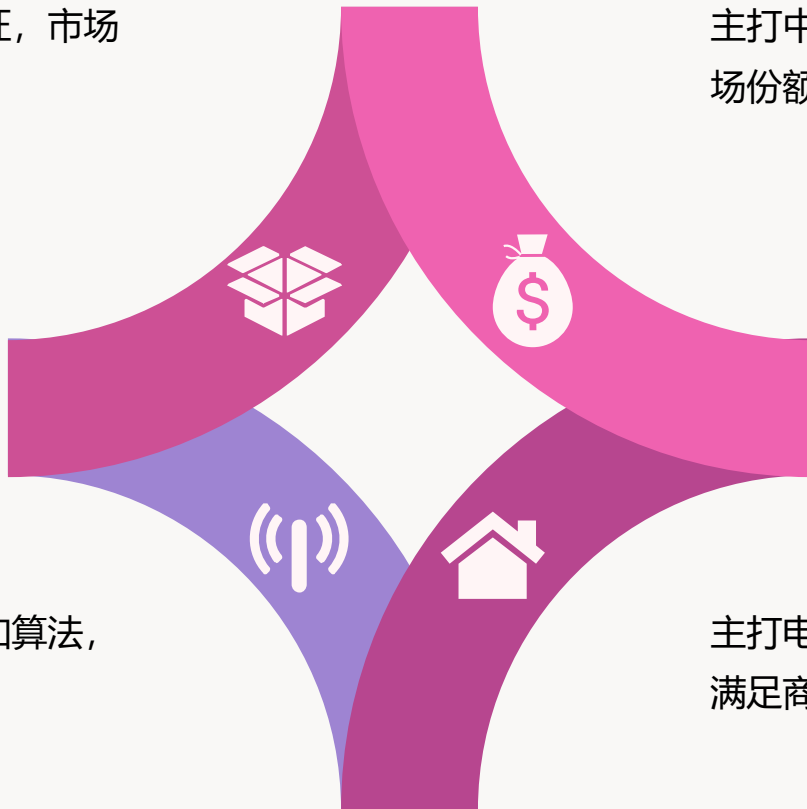
主打中低端市场，价格亲民，营销手段多样，市场份额增长较快。

品牌C

主打拍照功能，拥有强大的摄像头技术和算法，受到年轻人的喜爱。

品牌D

主打电池续航，拥有大容量电池和高充电速度，满足商务人士需求。





02

产品定位



产品特点

高效性能

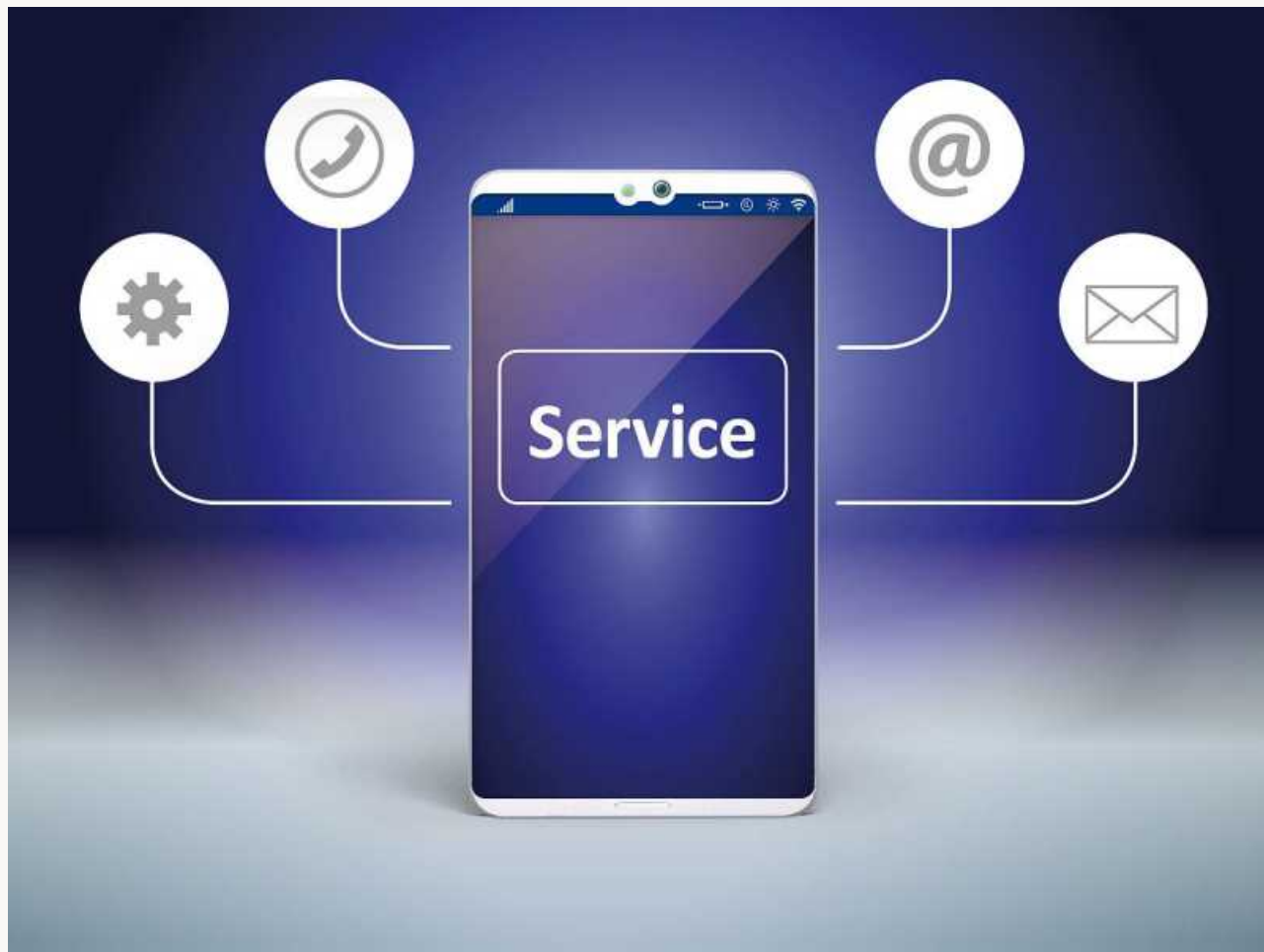
采用先进的芯片技术和操作系统，确保手机运行流畅，满足用户高效处理任务的需求。

优质显示

配备高清显示屏，为用户提供清晰、逼真的视觉体验。

持久续航

大容量电池，支持快速充电，确保长时间使用。





优势与卖点



80%

拍照功能强大

具备高像素摄像头和多种拍照模式，满足用户在不同场景下的拍摄需求。



100%

安全性高

采用先进的加密技术和安全防护措施，保障用户数据和隐私安全。



80%

丰富的生态系统

预装多款热门应用，方便用户日常使用。



目标客户群体

年轻人

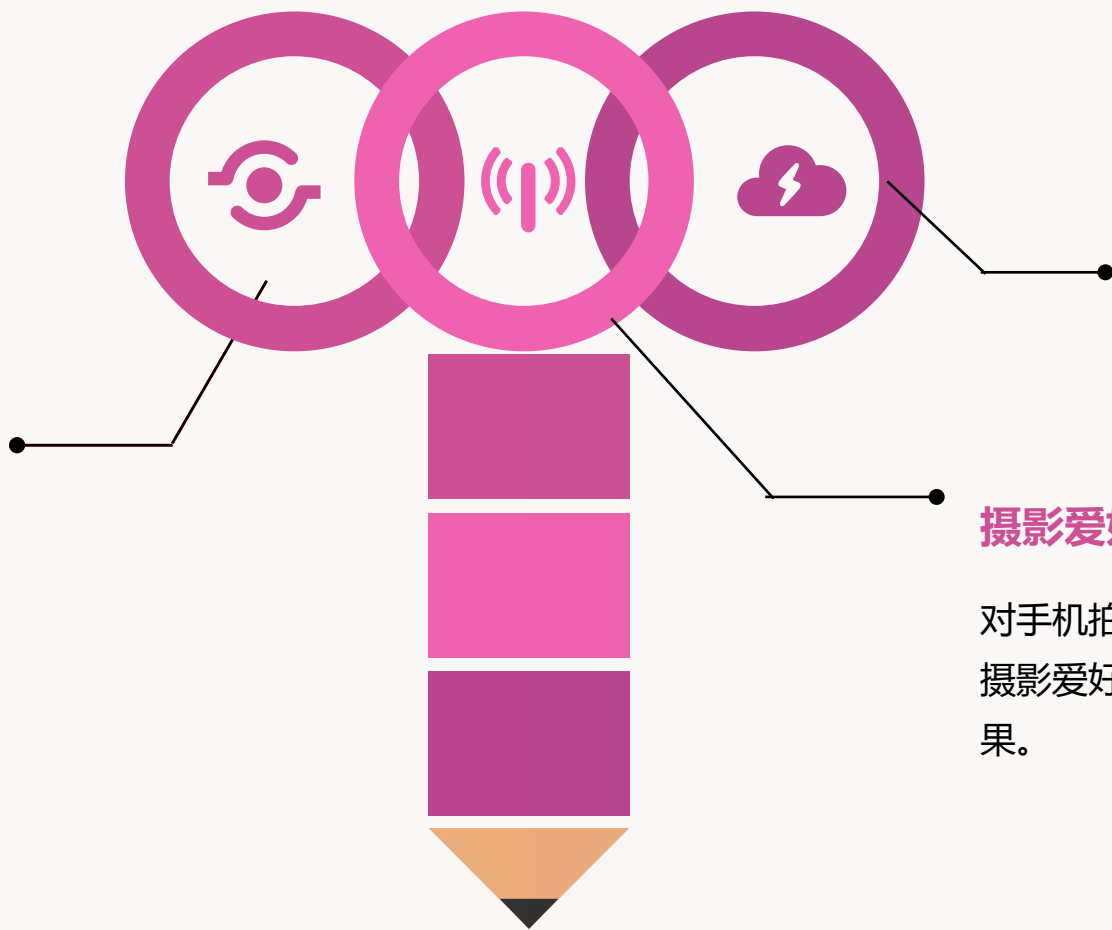
追求时尚、科技感强的年轻人，
注重手机的性能和拍照功能。

商务人士

需要高效处理工作和生活的商务人士，强调手机的性能和安全性。

摄影爱好者

对手机拍照功能有较高要求的摄影爱好者，注重手机拍摄效果。



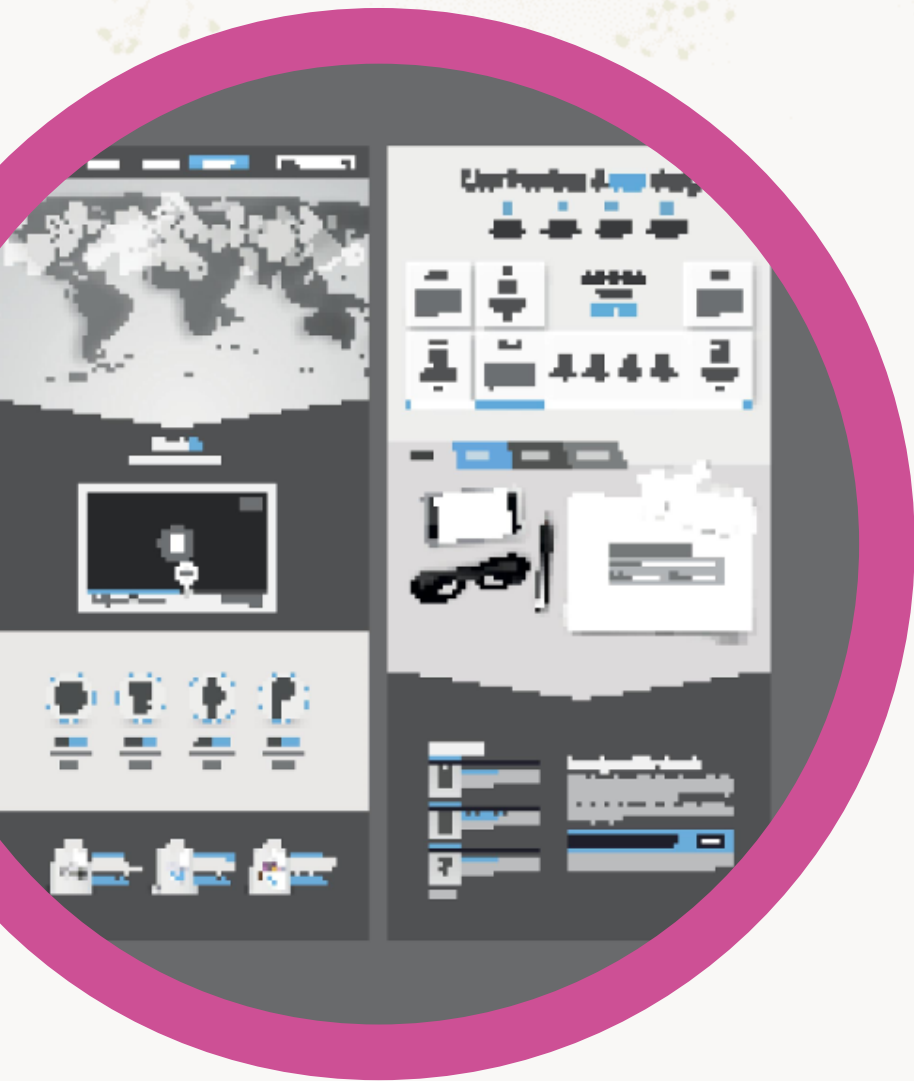


03

营销策略



价格策略



01

价格定位

根据目标市场和产品定位，确定合理的价格区间，以满足不同消费者的需求。

02

促销活动

通过限时折扣、满减优惠、组合套餐等方式，吸引消费者购买，提高销售量。

03

会员制度

建立会员制度，为会员提供专属优惠和积分兑换，增加客户粘性。

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/895032240240011144>