



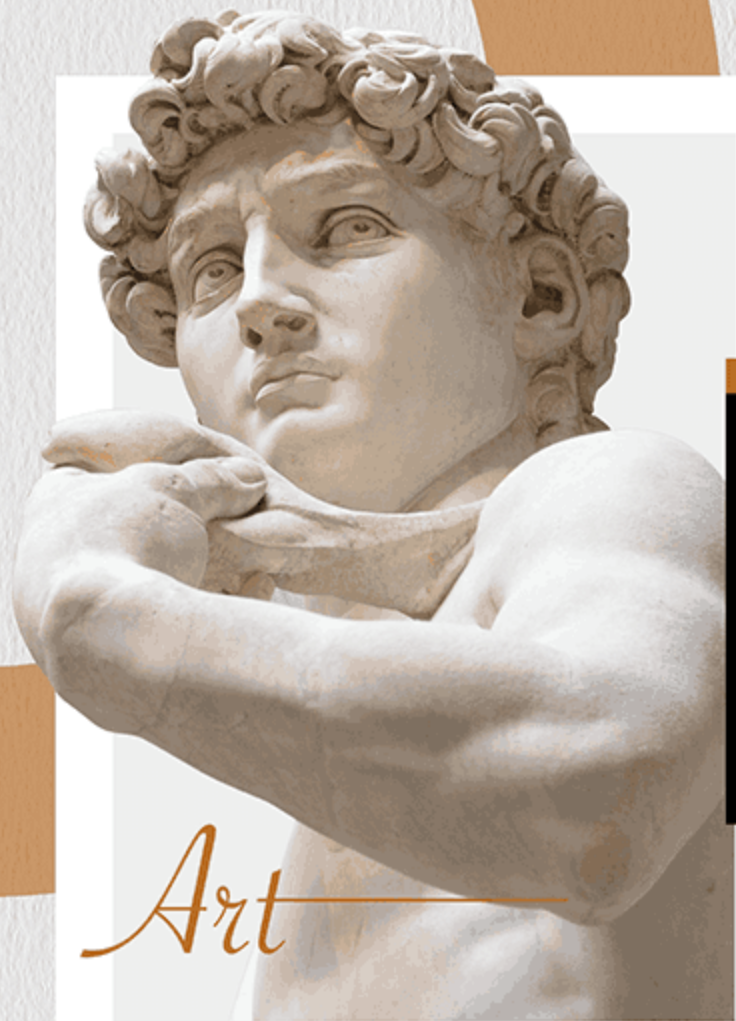
竞争性营销战略分析案例

汇报人：XXX

2024-01-19

Art





CONTENTS

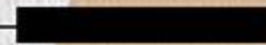
目录

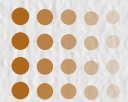
- 案例背景介绍
- 营销战略分析
- 竞争性营销战略实施
- 营销战略效果评估
- 总结与建议



01 案例背景介绍

CHAPTER





公司简介

01

公司名称：XYZ公司

02

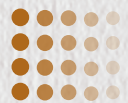
成立时间：XXXX年

03

公司规模：员工XXX人，年销售额达XX亿人民币

04

公司主营业务：电子产品制造与销售



市场环境

01

市场需求

随着科技的发展，电子产品市场需求持续增长，消费者对高品质、高性能的电子产品需求增加。

02

竞争格局

电子产品市场竞争激烈，国内外品牌众多，市场集中度逐渐提高。

03

技术创新

电子产品技术更新换代迅速，企业需不断投入研发，保持技术领先优势。



竞争态势

● 主要竞争对手

ABC公司、DEF公司等国内外知名电子产品制造商。

● 竞争优势

在产品品质、品牌知名度、销售渠道等方面具有优势，能够满足消费者对高品质电子产品的需求。

● 竞争劣势

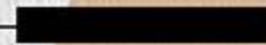
在某些细分市场和新兴技术领域，与竞争对手存在一定差距。

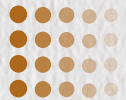




02 营销战略分析

CHAPTER





市场定位

总结词

明确市场定位是制定营销战略的关键，有助于企业更好地满足目标客户需求。

详细描述

企业在制定营销战略时，需要明确自己的市场定位，包括目标客户群体、产品或服务的特色和优势等。通过市场定位，企业能够更好地了解客户需求，制定针对性的营销策略，提高客户满意度和忠诚度。



产品策略

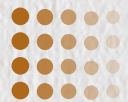


总结词

产品策略是营销战略的核心，直接影响企业的市场表现和客户满意度。

详细描述

产品策略需要考虑产品的设计、功能、品质、价格等多个方面。企业需要结合市场需求和竞争情况，制定合适的产品策略，以满足客户需求并保持竞争优势。



价格策略

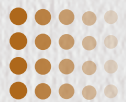
总结词

价格策略是营销战略的重要组成部分，直接影响企业的盈利能力和市场占有率。

VS

详细描述

价格策略需要考虑成本、市场需求、竞争情况等多个因素。企业需要制定合理的价格策略，以保持竞争优势并获得市场份额。同时，价格策略也需要灵活调整，以应对市场变化和竞争挑战。



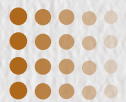
渠道策略

总结词

渠道策略是实现营销目标的关键，直接影响企业的销售业绩和市场覆盖率。

详细描述

渠道策略需要考虑销售渠道的选择、管理和拓展。企业需要选择适合自身产品和市场的销售渠道，建立完善的渠道管理体系，以提高销售业绩和市场覆盖率。同时，企业也需要不断拓展新的销售渠道，以适应市场变化和客户需求。



促销策略



总结词

促销策略是提高销售业绩和市场占有率的有效手段，包括广告宣传、促销活动、公关关系等多个方面。



详细描述

促销策略需要考虑目标客户群体、产品特点和市场竞争情况等多个因素。企业需要制定有针对性的促销策略，以提高销售业绩和市场占有率。同时，企业也需要不断调整和优化促销策略，以适应市场变化和客户需求。

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/955004313112011132>