

娃哈哈妙眠商城软件开发

产品名称	娃哈哈妙眠商城软件开发
公司名称	广州微码互联科技有限公司销售部
价格	1000.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区中山大道中379号6栋6602室（注册地址）
联系电话	13422202839 13422202839

产品详情

自有商品开发需要构建完整的供应链体系，包括供应商选择、对标样本、产品盲测、成本分析、订立合同、生产计划等环节。营销战略是一个企业的整体策略，目的是接触到消费者，并将他们转变为企业提供的产品或服务的客户。自有品牌营销战略着眼于中长期，具有独特的差异化竞争优势，为主要目标消费者提供价值。首先明确自有品牌主要目标消费者，按年龄、性别、教育程度、职业、收入等进行目标消费者定义，清晰的目标消费者定义，可让营销活动更有针对性，更有效。消费者因爱好、兴趣、活动和类型不同而购买产品的习惯和态度会有差异，因此要根据目标消费者定义来探究消费者对品牌的态度和反应，从而引起消费者共鸣。

娃哈哈妙眠模式介绍：

【门店权益】

门店资格：

缴纳1万元保证金，年任务量500箱，完成即退1万保证金

门店享受资格：

进货价260元/箱

1.门店直接推荐一个会员享受139元/箱差价

即 $500（箱） \times 139（元） = 6.95万$

2.旗下会员推荐会员购买享受40元/箱差价

如一年推荐100个会员，每个会员又发展100个会员

即 $100(\text{会员}) \times 100(\text{会员}) \times 40(\text{元}) = 40\text{万}$

3. 门店推荐门店直接奖励5000元

如一年推荐100个门店

即 $5000(\text{元}) \times 100(\text{门店}) = 50\text{万}$

4. 旗下门店进货享受10元/箱

即 $100(\text{门店}) \times 500(\text{任务量}) \times 10(\text{元}) = 50\text{万}$

合计： $6.95\text{万} + 40\text{万} + 50\text{万} + 50\text{万} = 146.95\text{万}$

【总代权益】

总代资格：

缴纳10万元保证金，年任务量5000箱，完成即退10万保证金

总代享受资格：

进货价220元/箱

1. 总代直接推荐一个会员享受179元/箱差价

即 $5000(\text{箱}) \times 179(\text{元}) = 89.5\text{万}$

2. 旗下会员推荐会员购买享受80元/箱差价

如一年推荐100个会员，每个会员又推荐100个会员

即 $100(\text{会员}) \times 100(\text{会员}) \times 80(\text{元}) = 80\text{万}$

3. 总代推荐门店直接奖励1万元

即 $10000(\text{元}) \times 100(\text{门店}) = 100\text{万}$

4. 旗下门店推荐门店奖励5000元

5. 旗下门店进货享受差价40元/箱

即 $100(\text{门店}) \times 500(\text{任务量}) \times 40(\text{元}) = 200\text{万}$

6. 旗下门店推荐门店进货享受差价30元/箱

如一年推荐100个门店，每个门店又推荐100个门店

即 $100(\text{门店}) \times 100(\text{门店}) \times 30(\text{元}) = 30\text{万}$

7. 总代推荐总代直接奖励5万

如一年推荐100个总代

即 $100(\text{总代}) \times 5(\text{万}) = 500\text{万}$

8.旗下总代进货享受10元/箱

即 $100(\text{门店}) \times 5000(\text{任务量}) \times 10(\text{元}) = 500\text{万}$

总计： $89.5\text{万} + 80\text{万} + 100\text{万} + 50\text{万} + 200\text{万} + 30\text{万} + 500\text{万} + 500\text{万} = 1549.5\text{万}$

自有品牌商品定价坚持两项原则，一是坚持竞争性定价原则，自有品牌产品价格与自有门店的对标单品和附近便利店的对标单品比较要有价格优势。二是符合自有品牌优质优价的定位，达到自有品牌单品毛利率。自有品牌上市，可以通过上市启动宣讲的形式包括自有品牌定位、市场品类数据和趋势、单品选择、产品质量管控、产品采购、定价与对标单品、盈利性、新品发布、上市营销支持活动、门店陈列等方面的内容。其次建立自有品牌形象意识，通过零售网络内的展示架、海报、员工口碑、店内视频音频、供应商伙伴、公共关系平台等结合来实现品牌形象意识。