

南阳企业营销推广整体方案,整合型互联网新媒体营销服务商

产品名称	南阳企业营销推广整体方案,整合型互联网新媒体营销服务商
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	5000.00/月
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

在河南新阳光看来所谓南阳企业营销策划，通俗的讲就是让你的产品更加好卖的策略和谋划，是围绕着如何改变顾客认知，使顾客更愿意购买我们产品的一些列动作。所以营销策划可以改变顾客认知，而顾客认知可以放大产品和销售人员的价值，顾客会因为喜欢这个品牌或这个销售人员，指定购买我们的产品，从而使我们的产品变得好卖。南阳企业营销策划主要包含以下四方面的内容：

一、区域市场规划

区域划分不能只是简单的以行政区域来划分，而是根据目标客户市场总量和企业在该市场能否对对手保持优势来划分的。企业到底选择哪个区域作为核心区域，是根据公司的资源和能力来决定的。区域定位不同，企业的团队投入、开发方式、渠道设计也不同。

市场划分是根据目标客户的总量来决定的，不是所有的客户都是你的目标客户。比如我们以家庭农场为主要目标顾客，而那块市场大部分都是集团客户，这块市场就不是我们的目标客户。所以简单的以养殖量来划分，本身就不科学。

二、核心产品策划

核心产品打造有四个要素：一是战略，二是营销，三是研发，四是生产。

一是战略：从产品定位开始

战略定位有三要素：第一是定位，选择赛道的问题，而赛道的选择是基于组织资源优势和市场竞争情况来决定的；第二是模式，选择什么样的方式和竞争对手比赛；第三是品牌，品牌是占领消费者心智的认知，品牌的核心是和竞争对手要有明显的差异化。产品包括有形产品和附加方案。影响有形产品的要素有三个：第一是生产；第二是研发；第三是理念。如产品数量的多与少，产品质量的高与低，这都属于经营理念的范畴。附加方案的来源有两个：第一是组织内部的资源和能力，主要指的是组织内部人财物的合理使用；第二是你整合的组织外部的资源和能力，如整合一些行业的顶尖专家和优秀外脑来为我所用。

二是营销：让产品更加好卖

第一是卖点。产品卖点的提炼主要是从产品的物理特性和产品的市场特性两个方面来思考，产品的物理特性包括高含量、所用标准、新一代等，如美国FDA认证，欧盟COS认证；产品的市场特性包括开创者、经典、正宗等，如中华杜康，舒适型白酒开创者。第二是渠道。传递产品使用价值的中间环节叫渠道。一般的渠道有两种，一是公司的销售人员，销售人员可以通过渠道商或者直接把产品卖给用户；二是真正的渠道商。渠道的选择有两种：一种是渠道的质量，同样的一款产品，如果销售人员水平很高，或者你选择的经销商水平很高，这款产品就会卖的很好；另一种是渠道的数量，这个产品哪都能见到，人们对产品的认知就越好。二流的产品选择一流的渠道是一流的结果，一流的产品选择二流的渠道是三流的结果。所以，优秀的渠道可以改变顾客认知。第三是媒介。强势媒介可以改变顾客认知，但是多数企业在媒介选择方面的预算很少。所以，企业可以通过营销活动来改变顾客认知，企业组织的活动越多，质量越高，顾客对产品的认知也就越好。

三是研发：让产品与众不同

在动保行业的研发主要有两类：一类是新兽药的研发，一类是工艺和辅料的改进。对绝大多数中小企业来说，工艺和辅料的改进更有价值，因为新兽药的研发周期长，投入大，风险也大。

四是生产：让产品始终如一

影响生产的要素主要有两个：第一是工艺，影响工艺的要素主要有两个：一是工艺的先进性，二是设备的先进性；第二是采购，采购主要解决两个问题：一是战略采购，未来企业产品的竞争力是基于对趋势的分析，在战略采购上做文章，特别是没有原料的企业，第二是采购原料的品质始终如一。

三、媒介推广策划

媒介推广策划基于互联网推广方式：第一是微信推广。如朋友圈、公众号、微信群、小程序、视频号等。以朋友圈为例，朋友圈打造的主线是不断传播你进步的逻辑，主要通过六大内容来体现：一是晒工作；二是晒思想，你积极的思想和感悟；三是晒活动，尤其是行业重大活动；四是偶尔晒娱乐，证明你也是常人；五是晒亲情；六是偶尔晒公司的核心产品方案。第二是直播平台。如抖音、快手等。以抖音为例，首先要进行定位，定位越垂直，后台推送越精准；其次是内容发布，内容要计划的发布，两条内容之间不能间隔的时间太久；最后是发布时间，一般在早上7-8点，晚上8-10点浏览量是Zui高的。第三是行业媒体。每个公司都要选择几家行业媒体，有计划进行合作，如对公司组织的大型活动从不同角度进行宣传报道。第四是其他自媒体。不同的自媒体受众群体不一样，每个公司都要有计划的选择几个来做。

四、重大活动策划

组织的重大活动主要有四个：一是促销活动，二是企业年会，三是招商活动，四是新品上市。

一是促销活动

促销活动一定要在旺季搞，会达到事半功倍的效果。促销时机一般是在新产品上市时，产品上量时，应季需求时，行业重大活动时等。常见促销方法有四种：一是预付款促销，如旅游、增加折扣和额外赠货等；二是会议促销，如现场促销、培训学习和抽奖抓奖等；三是年度促销，一般是组织为了让经销商在年底打款压货，同时组织也能完成年度任务，本质上也是预付款促销；四是分享企业成长红利，如共同包装上市、股份分红、成立合资公司和奖励原始股等，这个适用于规模较大的公司。

二是企业年会

企业年会一般在上一年度末或下一年度初举行，主要目的是鼓舞士气、总结经验和弥补短板。年会的形式可以多种，如会议+娱乐+培训。内容主要是总结、表彰和责任状，表彰可以分几类，如核心产品奖、增长率奖、新客户开发奖和优秀员工奖等，前提是表彰的标准是事先设定好的，责任状主要内容是年度目标，完成目标的奖励方式，完不成目标的处罚标准等都要写清楚。

三是招商活动

招商活动常见的形式有两种：一种是会议集中招商；另一种是体验式招商。选择什么样的招商形式是基于企业招商对象及规模来决定的，无论何种招商模式都需要系统规划，执行好每一个流程，才能取得良好结果。为此河南新阳光企业管理咨询机构专门设计了一套实用的招商体系：“非常6+1招商体系”，主要包括“企业营销规划 招商文案策划 招商推广活动 招商方案落地 后期工作实施 顾客成长规划 过程管控”七方面的内容，该体系通过打造独特的招商体系，来适应企业未来发展需求。

四是新品上市

如何做好新产品上市动作：第一步是提炼产品卖点。前面笔者已经提到。第二步是建立种子用户。种子用户有三大特点：第一，不是规模最大，但是喜欢新生事物；第二，喜欢总结和传播，第三，在当地有一定养殖规模。第三步是现场验证试验。现场验证试验非常重要是要有现场视频和原始资料，因为这些资源才可信任。第四步是临床应用方案。临床应用方案包括四方面内容：第一，使用时机；第二，使用阶段；第三，使用方法；第四，存在的风险。第五步是打造信用证明。有价值的信用证明有五个：第一，权威的媒体报道；第二，专家的实验报告；第三，行业权威机构的认证；第四，敢于承诺；第五，行业知名客户的使用报告。第六步是媒体推广方案。主要是选择哪些媒体进行推广。第七步是上市销售方案。采取什么样的方式进行产品上市，普通产品在公司销售例会时推出即可，核心产品最好以全国招商会的形式推出。