

手把手教你在怎样做市场营销策划方案，赶紧收藏

产品名称	手把手教你在怎样做市场营销策划方案，赶紧收藏
公司名称	湖南木头人电子商务有限公司
价格	88.00/个
规格参数	
公司地址	湖南省长沙市岳麓区银盆岭街道铂翠湾2幢N单元1503房
联系电话	073184150877 17773154368

产品详情

1.识别、分析和评估市场机会

所谓市场机会是指市场中未满足的需求或无法很好满足的需求。寻找市场机会一般有以下几种方法：（1）通过市场细分寻找市场机会。（2）通过产品/市场开发矩阵寻找市场机会。（3）广泛收集意见和建议，寻找市场机会。市场机会的评估一般包括以下工作：（1）审查市场机会是否能够成为一个拥有足够客户的市场。（2）当一个市场机会可以成为一个拥有足够客户的现实市场时，就有必要审查该企业是否具备相应的生产经营能力。

2.市场细分与目标市场选择

所谓市场细分，是指根据消费者的欲望和需求，将一个整体市场划分为几个具有共同特征子市场。因此，属于同一细分市场的消费者的需求和愿望非常相似。不同细分市场的消费者对同一产品的需求和愿望存在明显差异。市场细分不仅是一个分解的过程，也是一个聚合的过程。所谓的收集过程是将有可能对产品特性做出反应的消费者集合在一起。这种聚合过程可以根据各种标准持续进行，直到确定某个消费群体的规模足以实现企业的利润目标。矩阵图是企业细分市场的有效手段。在市场细分的基础上，企业可以选择目标市场，制定相应的目标市场范围战略。因为不同的细分市场

他们在客户偏好、对企业营销活动的反应、盈利能力以及企业能够或愿意满足其需求的程度等方面的自身特点，营销管理部门应在精心选择的目标市场中仔细分配力量，以确定企业及其产品准备投资的市场部分以及如何投资这些市场部分。

3.市场定位

目标市场范围确定后，企业将定位于目标市场。市场定位是指企业在全面了解和竞争对手在目标市场中的地位后，确定其产品如何接近客户的营销活动。市场定位离不开产品和竞争，因此市场定位经常

与产品定位和竞争定位的概念交替使用。市场定位强调企业在满足市场需求时应与竞争对手进行比较。产品定位是指企业和竞争对手的现有产品在产品属性方面应处于目标市场的什么位置。竞争定位是指企业在目标市场上应提供哪些与竞争对手产品相比具有特色的产品。可以看出，这三个概念在形式上是不同的，在现实中是相同的。

4.市场营销组合

市场营销组合是指企业根据可能的机会选择目标市场，并试图为目标市场提供一个有吸引力的市场营销组合。市场营销组合在企业的经营和发展中起着重要的作用，尤其是在营销实践中：它是制定企业营销战略的基础。它可以确保企业能够满足消费者的整体需求。它是企业应对竞争对手的有力武器。

市场营销组合包括：

(1) 产品

战略是指企业为目标市场提供的产品和服务的统一，包括产品质量、特性、外观、款式、品牌、包装、规格、服务、保证、退货条件等。

(2) 定价策略是指企业对销售给消费者的商品设定的价格，包括价目表中的价格、折扣、折让、付款期限和价格

信用条件等。

(3) 分销战略是指企业选择的将产品从制造商转移到消费者的方式和活动，包括分销渠道、区域分销、中间商类型、营业场所、运输和储存。

(4) 促销策略是指企业为宣传和介绍其产品的优势，说服目标客户购买其产品而开展的各种活动，包括广告、人员促销、促销和公众宣传。

市场营销组合可以控制的四个基本变量是相互依存和相互作用的。在进行营销活动时，我们不能孤立地考虑某一因素，因为任何因素的特殊优势都不能保证营销目标的实现。只有四个变量的佳组合才能创造出佳的营销效果。

5.营销预算。

市场营销组合的某些决定需要一定的营销费用，总的营销费用应该在市场营销组合的各种手段中合理分配。企业的总营销费用预算一般是根据传统的销售比例来确定的。公司应分析为实现一定的销售或市场份额必须做些什么，并计算做这些事情的成本，从而确定营销费用的总支出，并将营销费用分配给各个职能部门或营销手段。

我公司主要经营DY代运营，短视频拍摄剪辑，直播带货，品牌营销，互联网营销，海外营销推广

本文由木头人国际营销咨询整理发布，转载请注明出处！