

南阳活动策划,南阳礼仪策划,包装策划公司

产品名称	南阳活动策划,南阳礼仪策划,包装策划公司
公司名称	南阳码客汀营销策划有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	南阳市卧龙区工业路华龙广告二楼
联系电话	18238118463 18625623050

产品详情

企业的成功主要依赖于缜密的营销与广告策划，而广告策划要从营销策划开始。目前正在运用的三种营销策划模式分别有：自上而下式、自下而上式和整合营销传播，企业一般采用其中的一种。

生意参谋是阿里商家后台的数据管理平台，是TP的生意参谋，也是策划的策略参谋。那么，策划可以用生意参谋来做什么呢？

行业大盘：市场趋势洞察

销售数据：看GMV和卖家数同比，判断整体大盘竞争系数大小。

人群画像：从大盘人群年龄、性别、职业、城市，多维度了解人群。

子类目整体趋势：在大盘之下，各子类目历年大盘占比，以及今年相比上一年度同比增长，找到机会品类。

品类市场分析

各子类目销售趋势：通过GMV和访客数，看是否有进场的机会。

各子类目生意增长趋势：近两年GMV的IYA「相比上一年度同比增幅」，主要关注的维度为：GMV、访客数、支付人数、转化率、客单价。

各子类目 | 其他：主要通过近30天搜索热词，看品牌词和品类词的占比。消费人群的年龄性别，消费者关注的功效销售占比排名，以及这群消费的人偏向购买的类目。

竞品及品牌分析

竞品品牌店铺销售额：年销售额看同比，月销售额看各品牌在大促和日常的销售占比。

店铺各月流量、客单、转化率对比：看大促和日常是否良好地，将客单和转化率承接进入的流量。

各品牌流量来源分析：主要看付费和免费的占比，健康的店铺为4:6，以及在付费来源中主要依靠哪一渠道的流量。

各品牌品类结构分析：这里主要看品牌的核心阵地品类，以及品类的集中度。

各品牌消费人群分析：从年龄层看品牌年轻化，以及从人群维度筛选竞争品牌。

店铺运营规划

店铺整体结构分析：通过访客、客单和转化率，从GMV层面看是哪个环节出了问题。

店铺流量结构规划：从成熟店铺的层面，看流量结构是否出现病变，以及需要进行增减的流量。

店铺货品结构规划：从SKU的数量及销量，找到动销和滞销的SKU，对影响权重的滞销SKU进行合并或删除。

店铺主推款分析：主推款作为店铺销量主要来源，通过流量来源看是否有被竞品进行打压的可能。

成功的企业不会把广告计划与营销计划割裂开来，广告是营销的一部分，它帮助营销目标的实现，但是，任何广告计划都只能是总体营销计划的一部分。