

南阳广告公司网络营销推广外包执行

| | |
|------|-------------------------------|
| 产品名称 | 南阳广告公司网络营销推广外包执行 |
| 公司名称 | 河南融河矩媒科技有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | 方案制定:包含 方案执行:支持 系统开发:包含 |
| 公司地址 | 中国 河南 南阳市 卧龙区 蓝钻星座 |
| 联系电话 | 18338218580 13323693821 |

产品详情

随着人们生活水平的提高，对生活质量的要求也越来越高，“吃”已不仅仅是为了吃得饱，还要吃得美味、吃得健康、吃得时尚。所以，衣、食、住、行等行业虽传统，却不过时，更因其与人们生活息息相关，永远都有市场。甜品作为现代休闲美食的代表，正在为越来越多的人所接受和喜欢，可是目前国内甜品行业的现状却远远无法满足人们的消费需要。放眼国内甜品业，到处充斥着的是打着美国、意大利、韩国旗号的冰淇淋店、饮料店，品种简单类同，风格千篇一律，毫无内涵，毫无新意，已经使人们产生“甜品疲劳”，其实，世界甜品之都就在中国，博大精深的中式甜品文化已经在南粤大地孕育了数百年之久，中式甜品在国内的市场是非常大的。本商品的主要消费者在南方居多，因为他们的生活习惯，而在北方，由于气候原因喜好甜品的不多，一般是小孩和女性居多。她们大多集中在学校、写字楼白领集中地、CBD附近。大概占人群比例的百分之三十。他们的购买量年轻的白领居多，大概1天消费一次，学生和儿童大多在每个节假日消费一次。

市场的构成：在内地，不像香港各种甜品店林立，有一定规模的甜品店只有满记甜品，但是大多分布在南方城市，北方城市只有北京，普及率较低。有很大发展空间。但不久香港的另一家知名甜品品牌许留山应该会进驻南方城市，所以满记应该着手在北方多开分店，提高市场占有率。

产品分析

1、产品特性分析

原料专业，放心更多。满记甜品完全采用新鲜食材现场制作，无任何防腐剂等对人体有害物质，更有有龟苓膏等药膳。为确保食物素质及提升营运效益，集团自置中央食物制造工场、生果处理仓及物流运输车队，一切营运所涉及的生产、运送、销售皆自行包办处理，不假外求。累积多年的营运经验，集团营运模式已趋向系统化，其中包括成本控制、材料选购、生产流程、质量监控、物流运输及产品销售等等，每个细节部分均力求一丝不苟；产品更推陈出新，不断改进及创新，确保为顾客提供优质的产品并维持市场的竞争力。在价格上满记甜品在同类甜品中属于高端产品，但与其服

务是成正比的。

2. 产品的品牌形象分析

香港满记甜品集团自一九九五年于香港西贡区设立第1间『满记甜品』以后，由早期一间家庭式糖水店发展成现今的连锁式甜品店，深受本地顾客尤其香港年青新一代的爱戴，更获国内及外地旅客的推崇及赞赏。『满记甜品』已成为一个『甜品品牌』。

3. 产品定位分析

鉴于我们面对是一群年青及新中产之消费市场，满记甜品会以有趣的原素作为新的起点，甜品怪兽之出现将会带来市场的震撼。

广告策略

1、广告心理策略

唤起消费者的注意：广告界流行一句行话：“如果你的广告能引起人们的注意，则推销商品的任务已成功了一半。”广告有五大引人注目的原则：大物体比小物体显眼；活动的物体比静止的物体醒目；彩色的物体比黑白的物体引人注目；圆形比方形更显眼；人本身是比较显眼的，可以安排在电视剧中频频出现主人公在满记甜品的情节，或者在电视上或网络上做广告等。

启发消费者的联想：客观事物都是相互联系的，联想反映了事物间的相互联系。例如，在日常生活中，人们看到火炉会想到温暖，看到红果会想到酸味儿?广告需要飞跃性、突破性联想，要通过对素材的细致加工，利用事物之间的内在联系，以比拟的手法唤起消费者对所宣传的商品的联想，从而加深对商品的兴趣，激发对商品的兴趣，形成一定的态度和行动。可以用色彩缤纷的水果在晶晶亮的冰块中的画面来表现满记甜品可以让消费者在炎炎夏日感受到冰冰凉的凉爽。

说服消费者去行动：

让消费者认为他需要满记甜品，让顾客信赖满记，服务至上，性价比高，试想，炎炎夏日，骄阳似火，三五好友相约甜品店，点上两份冰冻椰汁西米露，几碗绚彩红豆冰，喝着可口的酷吧奶茶、边吃边聊，清凉消暑，可谓人生得意之时；冬日午后，寒风呼啸，男女情侣躲进甜品屋，要上一碗香滑芝麻糊，配上两杯热热的柠乐，轻啖细品，暖胃暖心，当为三生有幸之事。多加宣传满记能为消费者带来多美好的生活体验，有助于说服消费者来满记消费。

2、广告定位策略

所谓定位，就是在潜在消费者的心目中为你的产品设置一个特定的位置，这个位置只为你的产品所独占而其他同类产品则不可能拥有。

产品定位：以新鲜食材为基础的健康甜品。

市场定位：面向一群年青及新中产之消费市场，偏向年轻、时尚的美味。

企业定位：累积多年的营运经验，集团营运模式已趋向系统化，其中包括成本控制、材料选购、生产流程、质量监控、物流运输及产品销售等等，每个细节部分均力求一丝不苟；产品更推陈出新，不断改进及创新，确保为顾客提供优质产品及维持市场的竞争力。

质量定位：严格把关质量卫生，力求百分之百新鲜。

价格定位：价位在同类甜品行业中偏高。

观念定位：美味也可以时尚

形象定位：针对全球性市场策略，一套全新满记甜品视觉系统应运而生，继而向更大更新之亚洲市场进发。鉴于我们面对是一群年青及新中产之消费市场，满记甜品会以有趣的原素作为新的起点，甜品怪兽之出现将会带来市场的震撼。

功能定位：休闲、避暑

服务定位：高档次服务

3、广告规划策略

(1) 市场调查：

影响市场调查因素和市场政策法规调查

市场供求关系与市场容量调查

市场竞争性调查

市场产品调查

广告活动调查

(2) 设计调查问卷，按照简明性、渐进性、代表性、可评价性、确定性的要求。

(3) 确定广告主题

(4) 广告预算

4、广告创意策略

广告创意要立于真实，突出个性，以小见大，删繁就简，注重文采，以情动人，意在言外，出奇制胜。有逆向思考法、分析综合法、加减乘除法、巧布疑阵法、自由发挥法、头脑风暴法等等。运用这些方法来设计一个很好的广告创意。

广告实施计划

1、广告宣传可以运用各种广告媒体：

(1) 报纸传播的优势：传播面广、传播迅速、具有新闻性，阅读率较高、文字表现力强、便于保存和查找、传播费用较低。弱点就是时效性短、传播信息易被读者忽略、理解能力受限、色泽较差，缺乏动感。

(2) 杂志传播的优势：时效性强、针对性强、印刷精美、表现力强。弱点就是出版周期长、声势小、理解能力受限、色泽较差，缺乏动感。

(3) 广播传播的优势：传播面广、传播迅速、感染力强、多种功能，弱点就是传播效果稍纵即逝，耳过不留，信息的存储性差。听众受节目顺序限制，只能被动接受既定的内容，选择性差。广播只有声音，没有文字和图像，听众的注意力容易分散。

(4) 电视传播的优势有：视听结合传达效果好，即时性强，有现场感，传播迅速，影响面大，多种功能、娱乐性强。弱点就是传播效果稍纵即逝，信息的存储性差，记录不变也难以查询，受时间顺序的限制，加上受场地、设备条件的限制，使信息的传送和接收都不如报刊、广播那样具有灵活性。电视广告的制作、传送、接收和保存的成本较高。

(5) 网络的优势有：范围广泛，超越时空，高度开放，双向互动，个性化，多媒体，超文本，低成本。

(6) 还可以通过户外广告宣传。

2、效果佳的媒体组合形式有报纸与广播媒体搭配，报纸与杂志媒体搭配，报纸与电视媒体搭配，报纸或电视与邮政媒体搭配，电视与广播媒体搭配，邮政广告与销售现场广告或海报搭配。

3、广告预算

广告预算的方法主要有：销售百分比法，盈利百分比法，销售单位法，广告收盈递增法，销售收益递减法，目标达成法，竞争对手法。

广告预算的使用方法有以下几种：按照广告机能分配、按照广告媒体分配、按照广告地区分配、按照广告时间分配、按照广告商品分配。