

市场营销策略|市场营销方案|市场营销策划

| | |
|------|-------------------------------|
| 产品名称 | 市场营销策略 市场营销方案 市场营销策划 |
| 公司名称 | 上海一煊营销策划有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | 品牌:一线营销策划 型号:高端定制 产地:上海 |
| 公司地址 | 上海化学工业区物流产业园合展路118号1幢102室R26座 |
| 联系电话 | .021-65909699 13917219856 |

产品详情

市场营销策略，一个很宽泛的话题，通俗点可称为招式，会用者，借力打力，玩得炉火纯青。营销的江湖凶险无比，企业想要长久发展，哪能没有几个烂熟于胸的大招呢，笔者整理了以下几招，供大家以作防身之用。

营销之体验

体验的含义在于消费者需要参与到整个营销活动中来，可能是线上的形式，也可能是线下形式。体验会涉及到消费者的感官、情感、情绪等因素，也包括知识、思考等理性因素，也有亲身的参与到其中。

体验营销的关键在于互动，以有力的吸引方式让消费者参与到营销活动中。这种方式还有种意外的好处，zui接近消费者，可以清晰地了解到消费者的喜好与需求特点。

营销之植入

植入广告是以一种视觉符号或者其它形式，在影视剧、内容等载体进行植入传播，让消费者在无意之中获取到品牌信息，从而产生品牌印象，并将潜在的消费者变为自己的客户。

植入营销在社交媒体时代有了新的变化，比如网络游戏、微博段子、长微博图文，甚至小说之中。一个大型的植入营销活动，可以成为主角，比如游戏、微视频等，但是在微博段子、长微博中可能只能算是一次整合营销的一个点而已，成为新的策略。

营销之事件

事件营销有一种抓热点，什么热就拿什么作题材，还有一种是自己制造热点，这需要营销人把握新闻的规律，制造可传播、有价值的内容。

一个好的事件营销并不是把关注引向事件本身，而是事件背后的品牌。

营销之饥饿

饥饿营销是智能硬件领域用得非常普遍的方法。其意在于向消费者公开产品的出售时间、供应量（低），通过制造供、需矛盾失衡的假象来达到营销目的。

饥饿营销zui重要的在于时间点，只能是现产品上市的前几波促销阶段，越往后则效果越差。

营销之会员

会员营销是一种基于会员管理的营销方法，营销品牌通过将普通顾客变为会员，分析会员消费信息，挖掘顾客的后续消费力汲取终身消费价值，并通过客户转介绍等方式，将一个客户的价值实现zui大化。

与传统营销方式在操作思路和理念上有众多不同。在数字营销战役中，我们更愿意使用数字化手段对企业的会员进行分群、清洗、优化，并制定有针对性的营销策略，比如通过梳理一个电商企业的会员，根绝地域、年龄、性别、习惯购买品类、购买次数等多个维度进行分群，在促销时针对不同群体进行不同内容的传播。

由于获取成本低，会员营销成为转化率、盈利率zui高的消费群体，在营销活动中往往zui被营销人看重。

营销之口碑

口碑营销是指营销者努力使用户通过亲朋好友之间的交流将自己的产品信息、品牌传播开来。这种营销方式成功率高、可信度强，这种以口碑传播为途径的营销方式。

口碑营销分两步进行，第一步是运用各种有效的手段，引发直接客户对其产品、服务以及企业整体形象的谈论和交流，第二步是激励顾客向其周边人群进行介绍和推荐的市场营销方式和过程。

营销之比附

比附营销是一种竞争压力大的情况下很有效的营销手段，方法是通过与同品类的知名品牌进行对比，承认自己的不足。

不过这种方法的前提是，产品、品牌有自身的清晰定位，才能在与同品类的对比中保持自己的突出优势，从而让消费者投来关注的目光。

营销之情感

情感营销，就是把消费者的情感与营销的企业品牌结合起来，通过借助情感包装、情感促销、情感广告、情感口碑、情感设计等策略来实现营销目标。

情感营销的重点是增强消费者的粘度，而被营销的消费者购买产品并不会看重产品数量的多少、质量的好坏甚至是价格的高低，而是看中感情上、心理上的认可。对于，情感营销要激发、唤起消费者的情感诉求，诱导心灵上的共鸣，把无情的营销变为有情的营销。