

# 市场营销策略培训ppt课件



| CATALOGUE |

# 目录

- 市场营销概述
- 目标市场与消费者行为
- 市场营销策略
- 品牌建设与管理
- 数字营销策略与工具
- 市场营销案例分析与实践

01



---

# 市场营销概述



# 定义与目的



## 定义

市场营销是一种通过创造和交换价值来满足顾客需求的过程，它包括一系列策略、活动和决策。



## 目的

市场营销的目的是通过满足顾客需求，实现企业目标，包括销售额、市场份额、利润等。



# 市场营销的重要性

01



## 市场竞争



在竞争激烈的市场环境中，有效的市场营销策略是企业获得竞争优势的关键。

02



## 顾客关系



市场营销有助于建立和维护与顾客的良好关系，提高顾客满意度和忠诚度。

03



## 企业成长



通过有效的市场营销策略，企业可以扩大市场份额，提高品牌知名度，从而实现企业成长。



# 市场营销的发展趋势

## 数据驱动

大数据和人工智能技术的应用使得市场营销更加数据驱动，企业可以通过数据分析和预测来制定更精准的市场营销策略。



## 社交媒体营销

社交媒体在市场营销中发挥着越来越重要的作用，企业可以通过社交媒体平台与消费者互动，提高品牌知名度和影响力。



## 个性化营销

随着消费者需求的多样化，个性化营销成为趋势，企业可以通过定制化的产品和服务来满足消费者的个性化需求。



02



---

# 目标市场与消费者行为



# 目标市场的定义与特点

## 定义

目标市场是企业决定要进入并为之提供产品和服务的消费者群体。

## 特点

具有相似需求、购买行为和特征，企业可以通过市场细分来识别并选择目标市场。





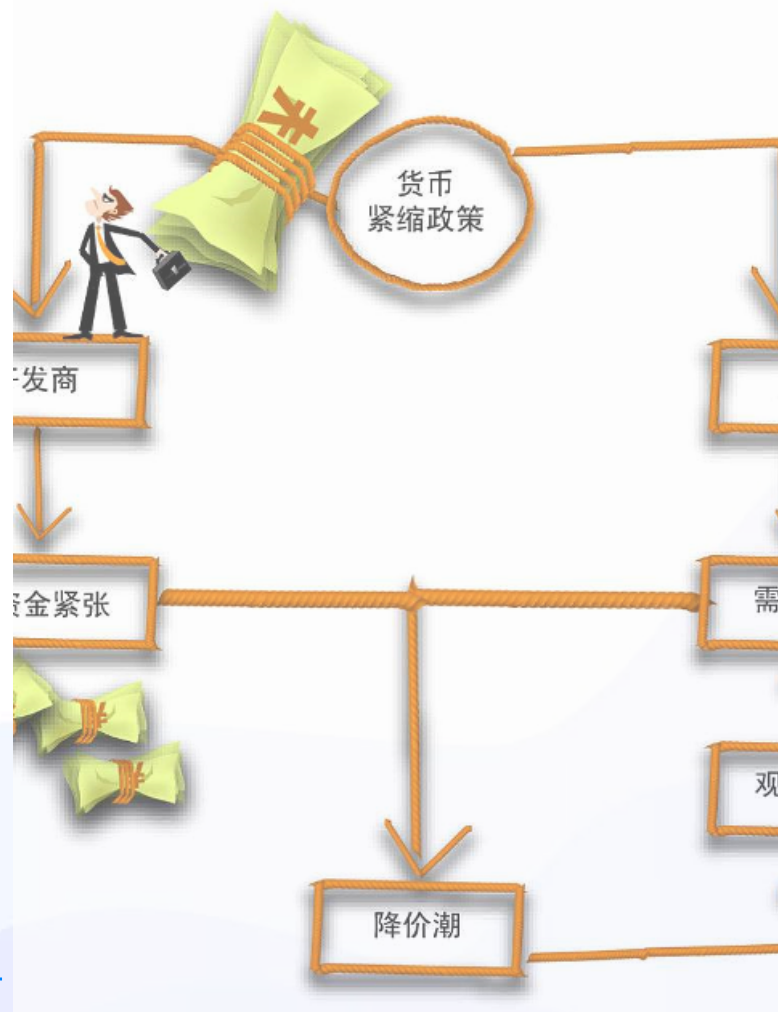
# 消费者行为分析

## 消费者行为研究

了解消费者的购买决策过程、需求、偏好、购买习惯等，以指导产品设计和营销策略。

## 消费者决策过程

包括问题认知、信息搜索、方案评估、购买决策和购后行为等阶段，企业需要关注消费者在各个阶段的行为和需求。





# 目标市场的细分与定位

## 市场细分

将整体市场划分为具有相似需求和特征的若干个子市场，以便企业选择并进入有利可图的市场。



## 目标市场定位

根据企业自身条件和目标市场特点，确定企业在目标市场中的竞争地位和提供的产品或服务特点，以区别于竞争对手。



## 定位策略

包括产品定位、价格定位、渠道定位和促销定位等，企业需要根据自身情况和目标市场需求选择合适的定位策略。

03



---

# 市场营销策略



# 产品策略



## 产品定位策略

明确产品的目标市场、消费者群体、产品定位及核心价值，确保产品与市场需求相匹配。



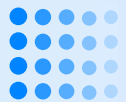
## 产品研发策略

注重产品创新、研发及升级，以满足消费者不断变化的需求，提高市场竞争力。

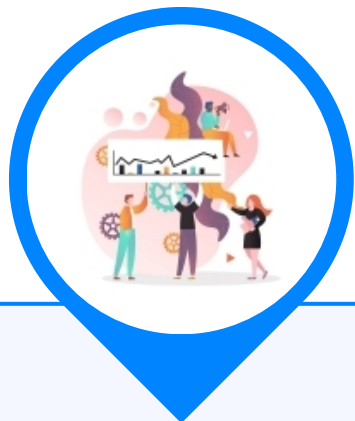


## 品牌建设策略

通过品牌形象、口碑及传播，提升消费者对产品的认知度及忠诚度。

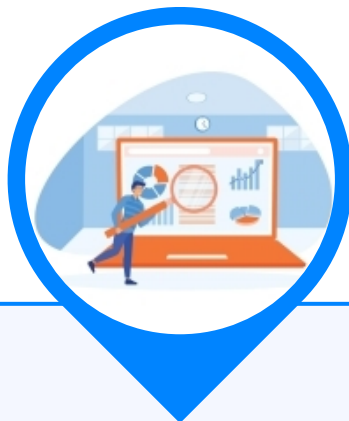
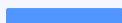


# 价格策略



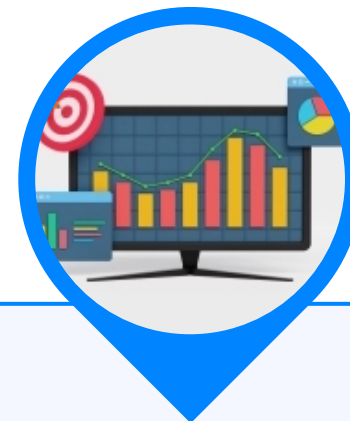
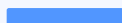
## 成本加成策略

根据产品成本及市场需求，制定合理的价格，确保利润空间及市场竞争力。



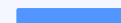
## 竞争定价策略

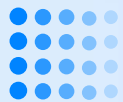
根据竞争对手的产品定价，制定具有竞争力的价格，以吸引消费者。



## 价值定价策略

根据产品的独特价值及市场需求，制定合理的价格，确保产品在市场中的定位。





# 渠道策略

## ● 直接渠道策略

通过自建销售渠道或网络营销，直接面向消费者销售产品。

## ● 间接渠道策略

通过经销商、代理商等中间商销售产品，扩大市场覆盖面。

## ● 多渠道策略

同时采用多种销售渠道，以满足不同消费者的需求。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/028125121047006057>