

江西鼎诚公司营销策略研究

摘 要

随着科技的发展越来越快，人工智能、大数据时代和 5G 时代已经到来，我国的制造业也进入到紧张的时期，据博思数据报告，与 2015 年相比，我国 2016 年的玻璃制造行业规模总资产，增加了 4.63%，总额为 397.77 亿元。就我国光学玻璃制造行业销售额而言，2016 年比 2015 年增加了 7.85%，销售额达到 483.13 亿元。就光学玻璃制造行业的利润而言，2016 年实现的利润总额与 2015 年相比，增加了 20.94%，利润额达到了 28.01 亿元。所以，玻璃行业的发展还是有上升空间的。

以鼎诚玻璃加工有限公司为研究对象，运用 PEST 理论、SWOT 模型、4PS 理论以及服务营销理论等分析玻璃行业，到江西的玻璃市场，再到鼎诚玻璃有限公司的自身分析，分析得出玻璃行业在江西市场线下渠道发展缓慢，增长率较低，服务模式也比较单一，导致营销渠道不是很广泛。对此提出玻璃加工营销策略的改进措施，强化玻璃的趣味性外观，增强玻璃的耐用性，强化用户的体验，完善玻璃加工营销的体制。希望对鼎诚玻璃有限公司有所帮助，同时为其他同行的公司提供有用的借鉴。

关键词：玻璃加工；江西市场；营销策略

ABSTRACT

With the rapid development of technology, the era of artificial intelligence, big data and 5G have arrived, and China's manufacturing industry has also entered a tense period. According to the Bosi data report, compared with 2015, China's glass manufacturing in 2016 The total assets of the industry scale increased by 4.63%, with a total value of 39.77 billion yuan. In terms of China's optical glass manufacturing industry sales, 2016 increased by 7.85% over 2015, and sales reached 48.313 billion yuan. In terms of profit in the optical glass manufacturing industry, the total profit achieved in 2016 increased by 20.94% compared with 2015, and the profit reached 2.801 billion yuan. Therefore, there is still room for growth in the development of the glass industry.

Taking Dingcheng Glass Processing Co., Ltd. as the research object, using PEST theory, SWOT model, 4PS theory and service marketing theory to analyze the glass industry, go to the glass market in Jiangxi, and then go to Dingcheng Glass Co., Ltd.'s own analysis to analyze The industry's offline channel development in the Jiangxi market is slow, the growth rate is low, and the service model is relatively simple, resulting in a very wide range of marketing channels. In this regard, improvement measures for glass processing marketing strategies are proposed to strengthen the interesting appearance of glass, enhance the durability of glass, enhance the user experience, and improve the glass processing marketing system. Hope to help Dingcheng Glass Co., Ltd. and provide useful reference for other companies in the same industry.

Key words: glass working; Jiangxi market; marketing planning

目 录

前 言	1
第 1 章 绪论	2
1.1 研究背景	3
1.2 研究综述	3
1.3 研究目的与意义	8
1.4 研究范围与方法	9
第 2 章 理论基础	11
2.1 PEST 理论	11
2.2 4Ps 理论	12
2.3 服务营销理论	13
2.4 客户管理理论	13
第 3 章 鼎诚玻璃制品有限公司营销现状及问题研究	14
3.1 鼎诚玻璃制品有限公司的营销现状	14
3.2 鼎诚玻璃制品有限公司的服务营销理论分析	14
3.3 鼎诚玻璃制品有限公司营销环境分析	16
3.4 鼎诚玻璃制品有限公司的客户管理现状分析	17
3.5 鼎诚玻璃制品有限公司的 4Ps 理论分析	18
3.6 鼎诚玻璃制品有限公司的 SWOT 理论分析	20
3.7 建筑玻璃营销存在的问题	22
第 4 章 鼎诚玻璃制品有限公司营销优化策略	24
4.1 建筑玻璃的存在问题的对策	24
结 论	26
附 录	28
参考文献	31
致 谢	33

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/117036023115006132>