

2024年机用夹具相关项目营销策略方案

● 汇报人：

<XXX>

● 2024-01-19

目录

- 项目背景介绍
- 营销策略制定
- 营销执行与监控
- 风险控制与应对措施
- 未来展望与总结

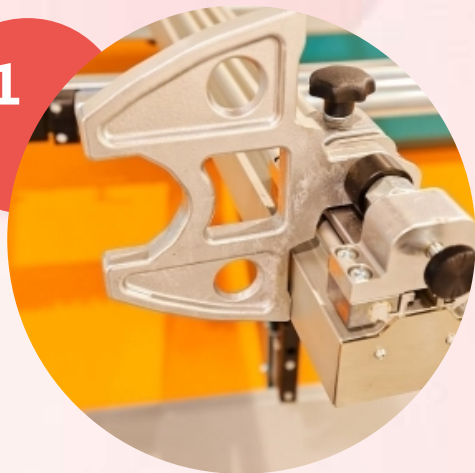


01

项目背景介绍

机用夹具市场现状

01



市场规模



当前机用夹具市场规模稳步增长，随着制造业的复苏和技术进步，市场需求不断扩大。

02

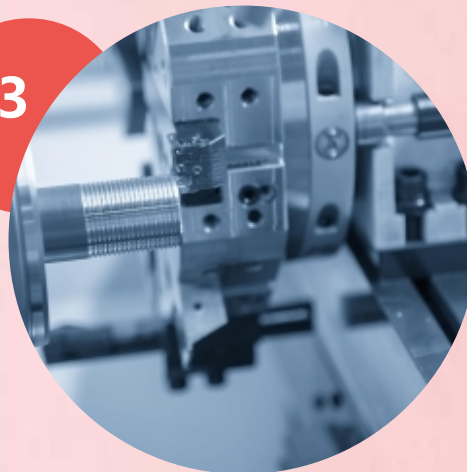


竞争格局



机用夹具市场竞争激烈，众多企业参与其中，产品同质化现象严重。

03



客户需求



客户对机用夹具的性能、品质、服务等方面要求日益提高。



行业发展趋势

● 技术创新

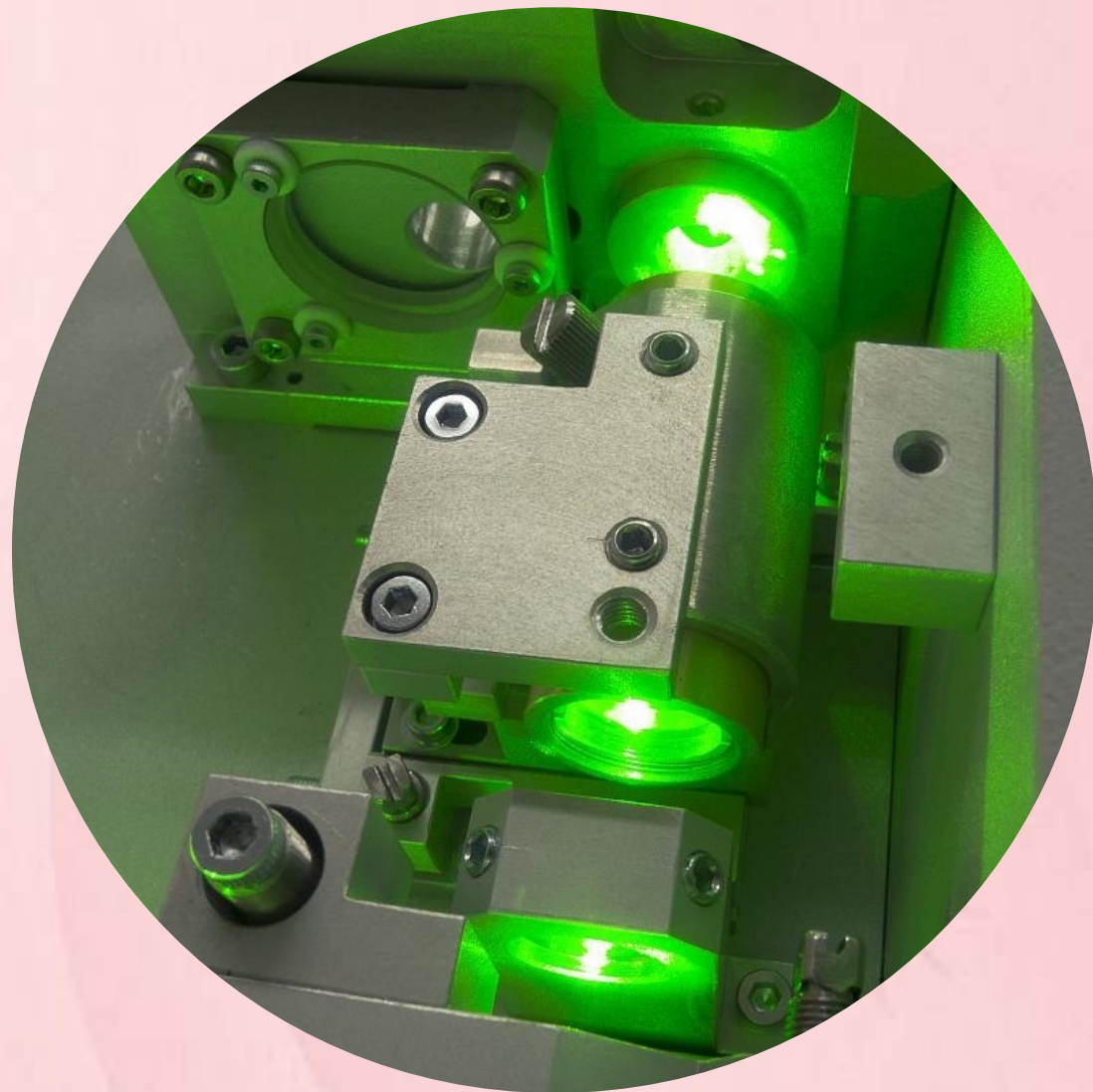
随着科技的不断进步，机用夹具行业正朝着智能化、自动化、高效化的方向发展。

● 定制化服务

越来越多的客户开始需要定制化的机用夹具服务，以满足其特殊需求。

● 绿色环保

环保意识的提高使得绿色、低碳的机用夹具成为行业发展的新趋势。





目标客户群体分析



制造业企业

机用夹具是制造业企业生产过程中必不可少的工具，目标客户群体主要包括汽车制造、机械加工、航空航天等领域的制造企业。

夹具租赁企业

随着夹具市场的不断发展，越来越多的租赁企业开始涉足这一领域，成为我们的目标客户之一。

个体工商户及小型企业

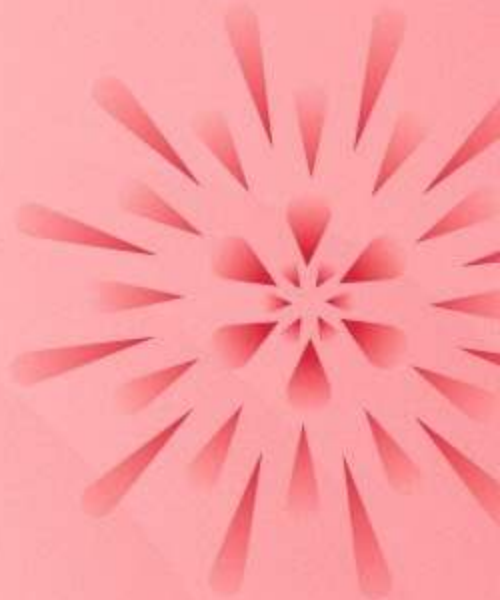
对于一些小型企业和个体工商户来说，购买机用夹具可能成本较高，因此租赁或分期付款成为其选择，我们将这部分客户也纳入了目标客户群体中。



02

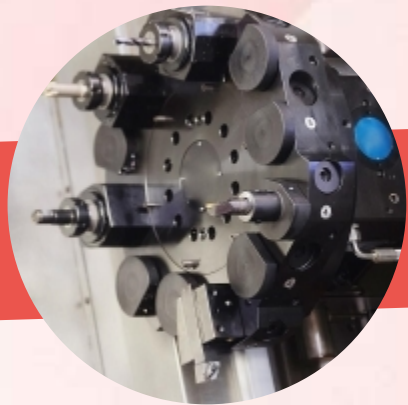


营销策略制定



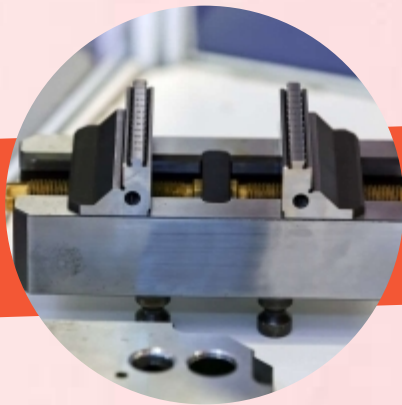


产品定位与差异化



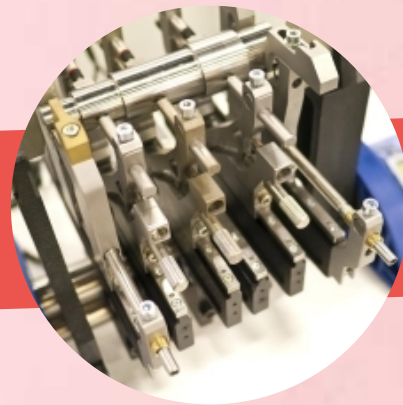
目标市场

明确机用夹具的目标市场，包括行业领域、客户群体等，以便制定更具针对性的营销策略。



产品特点

突出机用夹具的产品特点，如高效、稳定、耐用等，以区别于竞争对手的产品。

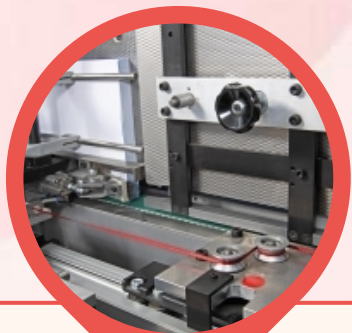


差异化

通过创新设计、材料选择、工艺优化等方面实现产品差异化，提高市场竞争力。

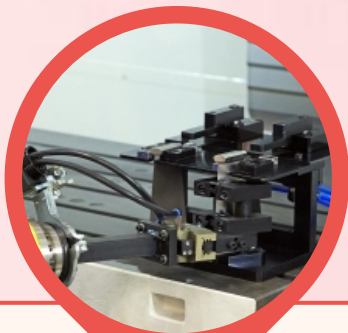


定价策略



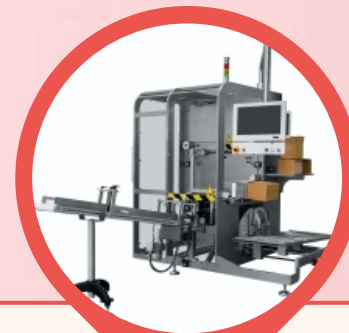
成本分析

对机用夹具的生产成本进行详细分析，为定价提供依据。



竞争定价

根据市场竞争对手的定价情况，制定具有竞争力的定价策略。



价格调整

根据市场需求和竞争状况，灵活调整价格，以保持竞争优势。





渠道策略

直销渠道

建立专业的销售团队，直接与客户建立联系，提供定制化服务。

Vivamus cursus euismod enim, ut dicituram neque. Integer ultricesque ullam eget tuncis interdum.



ONLINE SURVEY

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus cursus euismod enim, ut dicituram neque. Integer ultricesque ullam eget tuncis interdum.



CUSTOMER FEEDBACK

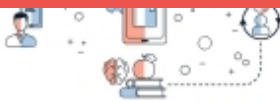
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



网络渠道

利用电商平台、自建官方网站等方式，拓展线上销售渠道。

Vivamus cursus euismod enim, ut dicituram neque. Integer ultricesque ullam eget tuncis interdum.



ONLINE EDUCATION

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus cursus euismod enim, ut dicituram neque. Integer ultricesque ullam eget tuncis interdum.



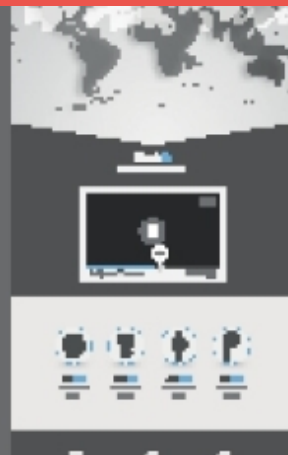
ONLINE TESTS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



分销渠道

与合作伙伴建立分销关系，扩大销售网络，提高产品覆盖面。





促销策略

● 促销活动

策划各类促销活动，如限时折扣、买赠活动等，吸引客户购买。

● 品牌推广

通过广告投放、公关活动等方式，提高机用夹具品牌知名度和美誉度。

● 客户关怀

提供优质的售后服务，增强客户忠诚度，促进口碑传播。

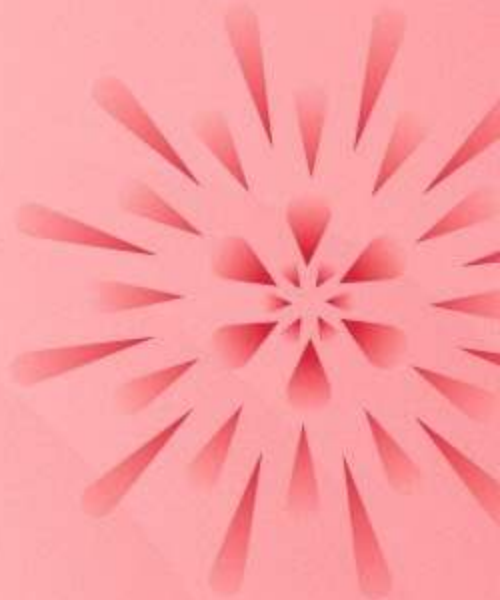




03



营销执行与监控



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/188040050003006072>