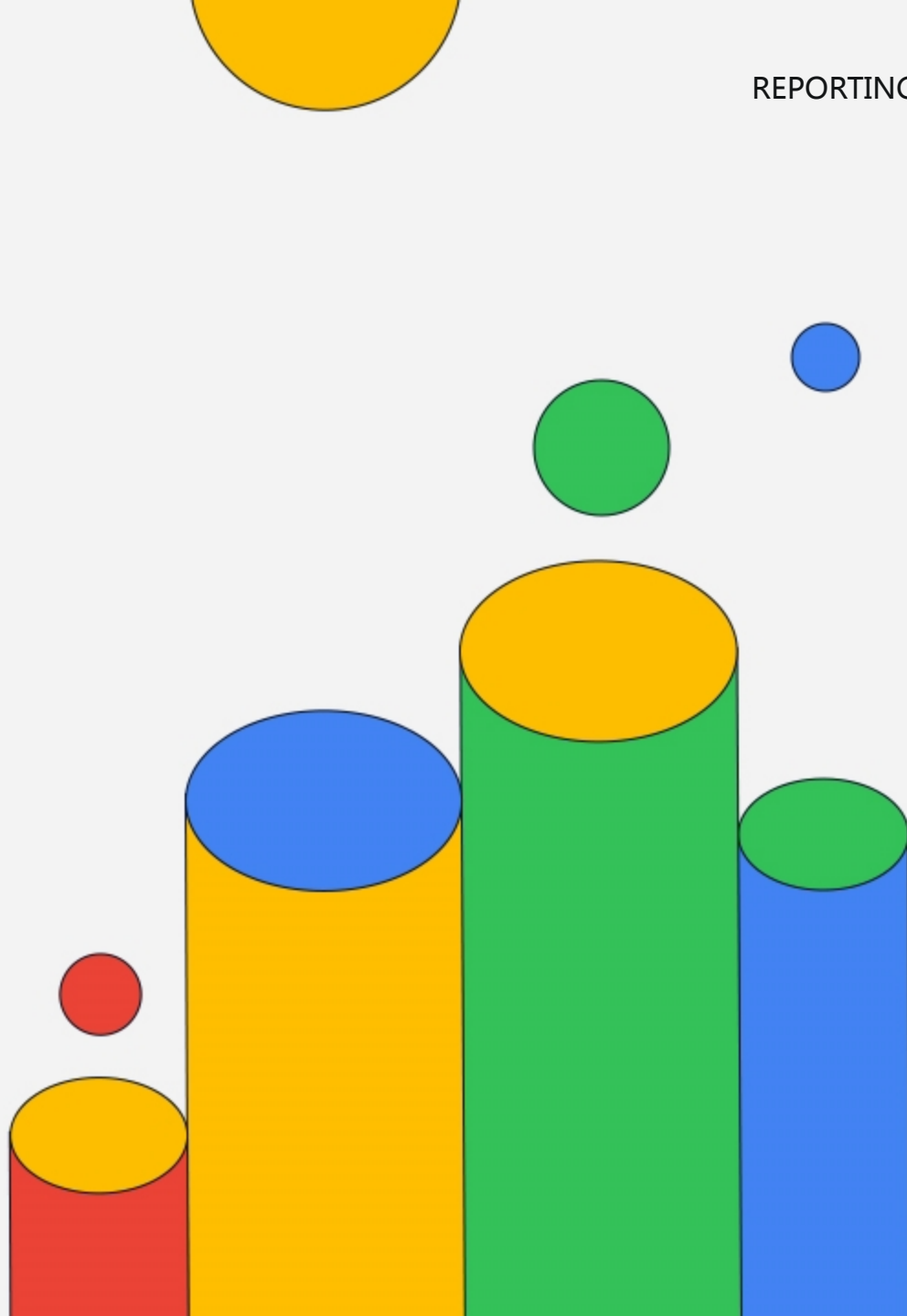


2024年家具相关项目 营销策略方案

汇报人：<XXX>

2024-01-18

可编辑文档



 2023

目录

CATALOGUE

- 项目背景
- 营销策略
- 营销执行计划
- 营销效果评估
- 风险与应对措施

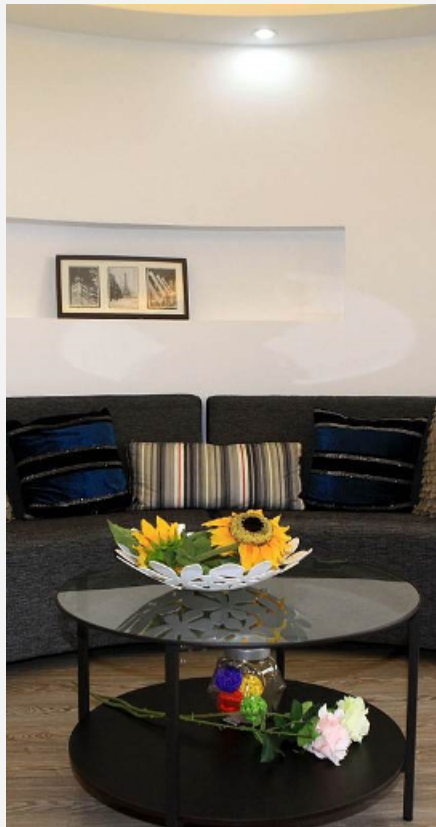
PART 01

项目背景





当前家具市场概况



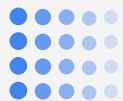
市场规模

当前家具市场规模稳步增长，随着人们生活水平的提高，对家居环境的要求也越来越高，市场需求持续扩大。



消费趋势

现代简约、环保健康、智能科技成为家具消费的主要趋势，消费者更加注重产品的品质和设计感。



目标客户群体分析

年龄层次

目标客户群体主要集中在25-50岁之间，他们有一定的经济基础，追求生活品质，注重家庭生活环境。

消费习惯

目标客户群体通常通过线上渠道了解产品信息，线下体验购买，同时他们也更加注重售后服务和品牌口碑。





竞争对手分析



品牌竞争

国内家具市场品牌众多，如宜家、全友、红星美凯龙等，各品牌竞争激烈，价格战和服务战是主要的竞争手段。

产品差异化

竞争对手的产品线较为丰富，但在产品差异化方面仍有不足，我们可以通过创新设计和个性化定制来提高产品的竞争力。

PART 02

营销策略

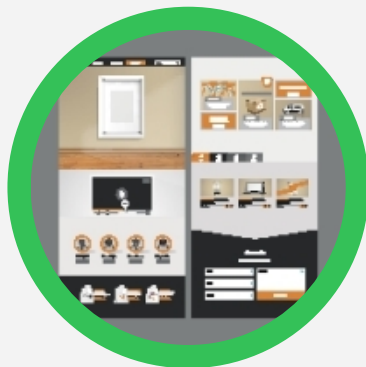




产品策略

创新设计

强调产品的独特设计和个性化定制，以满足不同消费者的需求和品味。



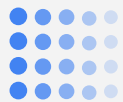
品质保证

确保产品材料和工艺的高品质，提升消费者对产品的信任度和满意度。



多样化产品线

提供不同风格、功能和价格的家具产品，满足不同消费群体的需求。



价格策略



竞争定价



根据市场调查和竞争对手的价格水平，制定具有竞争力的价格策略。



差异化定价



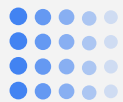
根据产品的不同特点、功能和定位，制定差异化的价格以满足不同消费者的需求。



促销活动



定期开展促销活动，如折扣、满减、赠品等，吸引消费者并提高销售量。



渠道策略



线上渠道

利用电商平台、社交媒体等线上渠道，拓展销售渠道并提高品牌知名度。



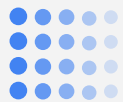
线下渠道

开设实体店、与家居卖场合作，提供体验式购物环境，增强消费者信任感。



跨界合作

与其他相关行业进行合作，共同推广产品和服务，扩大市场份额。



促销策略

广告宣传

通过广告投放、社交媒体推广等方式，提高品牌知名度和曝光率。



体验式营销

通过组织线下活动、体验展览等形式，让消费者亲身感受产品的品质和特点。

会员制度

建立会员制度，提供积分兑换、优惠券等福利，增加客户粘性和忠诚度。



PART 03

营销执行计划



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/206112111220010134>