

德州扒鸡市场营销策略分析

摘要：随着人们生活水平的逐渐提高，人们对生活中的日常饮食有了更高的要求，本论文以德州扒鸡在德州地区的经营销售情况为切入点，运用 PEST、SWOT、STP、4P 等分析工具对德州扒鸡进行深度解析，制定出一套适合德州扒鸡的营销策略，确定企业的发展方向，使企业可以从容应对激烈的市场竞争，明确自己的市场定位，实现企业的长期健康发展。

关键词：德州扒鸡； 品牌； 营销策略

引言

德州是扒鸡的发源地，所以扒鸡深受当地人喜爱，而且扒鸡已有三百多年的历史，这么长的时间足足可以培育一代又一代人的饮食习惯，这就帮助扒鸡积累了大量的忠实客户，扒鸡的巨大市场成为培育扒鸡企业成长的最好土壤，随着经济的快速发展，各个扒鸡企业快速成长壮大，整个扒鸡行业的竞争也是愈加激烈，即使德州扒鸡作为扒鸡行业的龙头老大，市场份额也受到了蚕食，德州扒鸡想要在稳定自己现有地位的情况下再得到突破性的发展，一份适合自己的营销策略是相当重要的。

一 绪论

（一）研究背景及意义

1. 研究背景

德州扒鸡作为“天下第一鸡”，凭借着自己生产条件及品牌优势，一直处于扒鸡市场的领头羊位置，各个品牌的扒鸡也在市场选择下迅猛发展，形成了一超多强的局面，在德州做的较好的有乡盛扒鸡，傻小二扒鸡，崔记、李记等品牌扒鸡，且每个品牌都经营良好，拥有自己特定的消费人群，十分具有竞争力，德州扒鸡在扒鸡市场中的市场份额因此受到一定部分的蚕食，品牌优势受到了一定影响。

德州扒鸡虽然作为扒鸡行业的第一品牌，但是在走出德州后影响显著下降，德州扒鸡向外推广发展进入瓶颈，企业离走向全国还有很大一段距离。

2. 研究意义

（1）本论文对德州扒鸡的意义

本论文在清晰了德州扒鸡所处的市场环境，明确德州扒鸡的发展优势和挑战，确定德州扒鸡今后的发展方向，帮助德州扒鸡结合最真实的市场情况，制定出最有效的营销策略，使德州扒鸡在市场经营中可以充分利用好自己的品牌优势，加大宣传力度，发展壮大自己的实力，更好的参与市场竞争^[1]

，根据德州扒鸡在当地市场的营销策略分析，由点及面，明确德州扒鸡走向全国的策略和方向，帮助德州扒鸡成为我国禽类熟制品的第一制造企业。

(2) 本论文对同行业其他品牌扒鸡的意义。

同一行业中，不同企业之间的营销策略之是具有同理性的，德州扒鸡，是扒鸡行业的领头羊，作为行业的典型代表，他营销策略中存在的问题，也是大多数扒鸡企业中存在的问题，十分具有代表性，因此本文通过对德州扒鸡营销策略的研究，不仅可以提升德州扒鸡的营销理论，同时也可以分析得出各品牌扒鸡在我国市场营销的内在规律，对推动扒鸡行业内营销策略的发展具有十分重要的意义。

(二) 研究内容及框架

本文的内容包括以下五个方面。第一部分是绪论，主要讲述了本课题的研究背景和意义，然后介绍了本文的研究内容，最后介绍了本文的研究方法。第二部分是德州扒鸡的历史沿革营销环境分析。首先，阐述了德州扒鸡的发展历程。然后，运用 PEST 对其宏观环境和微观环境进行了分析。第三部分是对德州扒鸡进行 SWOT 分析，明确德州扒鸡的优劣势，机遇和挑战，第四部分是消费者调查与研究，第五部分是德州扒鸡的 STP 分析，包括市场细分、目标市场选择和市场定位。第六部分是本文的营销策略，从产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略四个方面对德州扒鸡提出意见和建议。

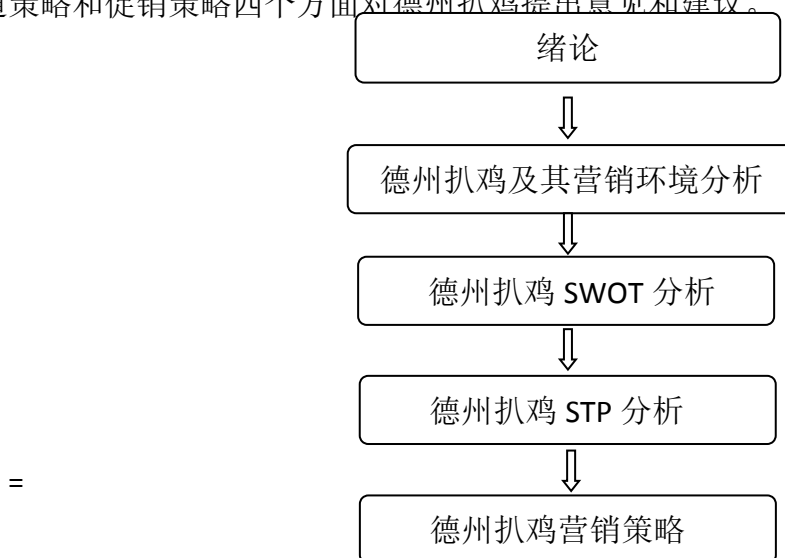


图 1 论文结构导图

(三) 研究方法

1. 问卷调查法，在学校周边以及人流较大的地区，进行问卷调查。更直接准确的得到客户真实的反馈，从而对营销策略最准确的调整。

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/267131166200006101>