

宠物狗粮推广方案设计



| CATALOGUE |

目录

- 市场分析
- 产品定位
- 推广策略
- 营销活动
- 渠道拓展
- 售后服务

01

市场分析



目标客户群分析

宠物狗主人

宠物狗主人是狗粮的主要消费者，他们关注狗粮的品质、口感、营养价值 and 品牌信誉。

宠物狗爱好者

这部分人群可能不是宠物狗主人，但热衷于宠物狗的养护，他们可能关注狗粮的特殊功能和健康保健效果。

线上消费者

随着电商平台的普及，越来越多的消费者选择在线上购买狗粮，因此，这部分人群也是目标客户之一。



竞争对手分析

01

传统品牌

传统品牌在市场上占据较大份额，他们拥有较高的品牌知名度和美誉度，是主要的竞争对手。

02

新兴品牌

新兴品牌在市场上逐渐崛起，他们通常拥有创新的产品和营销策略，对市场有一定冲击力。

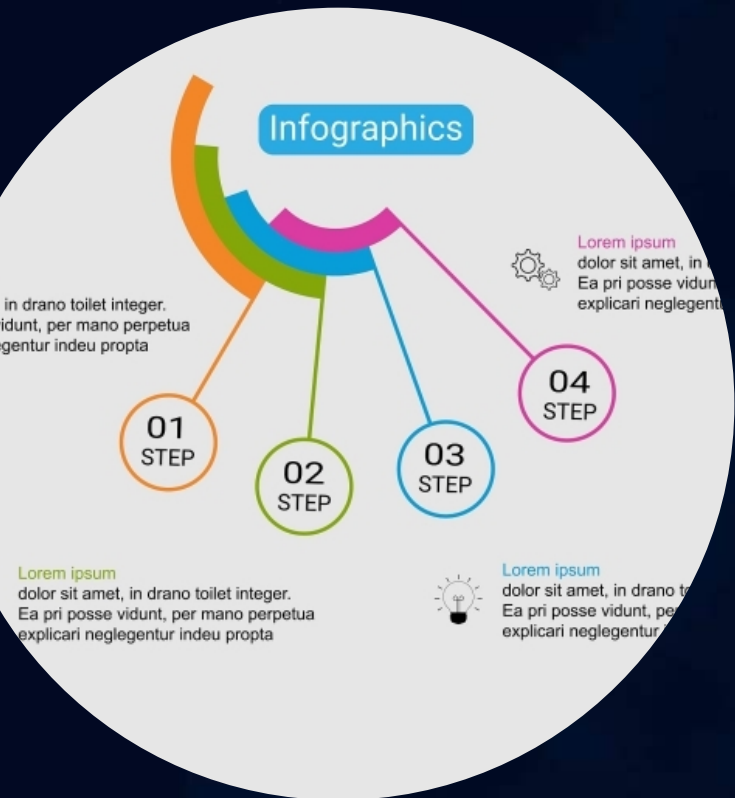
03

跨国品牌

跨国品牌在技术和品牌影响力方面具有优势，也是不可忽视的竞争对手。



市场需求分析



品质需求

消费者对狗粮的品质要求越来越高，他们希望购买到安全、健康、营养均衡的产品。

口感需求

狗粮的口感也是消费者关注的重点之一，他们希望狗粮的口感好，易于消化吸收。

功能性需求

随着宠物狗养护知识的普及，消费者对狗粮的功能性需求也越来越高，如美毛、健骨、提高免疫力等。

价格需求

消费者对狗粮的价格有一定的敏感度，他们希望在保证品质的前提下，能够购买到价格合理的产品。

02

产品定位

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/526031050224010200>