

# 永辉营销推广方案



# 目录

- 市场分析
- 产品定位
- 营销策略
- 品牌建设
- 营销执行与监控

contents

# 01 市场分析





# 目标市场

01

## 定位人群

永辉的目标市场主要是家庭主妇和有一定消费能力的年轻人群。家庭主妇是家庭日常用品的主要购买者，而有一定消费能力的年轻人则更注重品质和个性化。

02

## 地域分布

永辉的目标市场主要集中在大中城市，这些城市人口密集，消费能力强，且居民对生活品质有一定要求。

03

## 消费习惯

目标市场的消费者习惯于在超市购买日常所需，注重商品的品质、新鲜度和价格。







# 消费者行为分析

## 购买决策过程

消费者在永辉超市的购买决策过程通常包括需求确认、信息收集、选择评估、购买决策和购后评价五个阶段。



## 忠诚度建立

通过提供优质的产品和服务，以及打造舒适的购物环境，永辉超市可以建立消费者的忠诚度。



## 影响购买行为的因素

价格、品质、品牌、服务和购物环境是影响消费者在永辉超市购买行为的主要因素。





# 竞争者分析



## 主要竞争对手

家乐福、沃尔玛等大型国际连锁超市是永辉的主要竞争对手。



## 竞争优势与劣势

永辉的优势在于其新鲜食品和本地特色商品，以及良好的售后服务。但与国际连锁超市相比，永辉在品牌知名度和全球化采购方面存在劣势。



## 应对策略

永辉应继续发挥其新鲜食品和本地特色商品的优势，同时通过提高品牌知名度和全球化采购来弥补自身的不足。

# 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/526225212242010154>