

百莲凯美容集团市场选择与产品策略
题目：_____研究

目 录

1. 绪论.....	1
1.1 研究的背景和意义.....	1
1.1.1 研究的背景.....	1
1.1.2 研究的意义.....	1
1.2 文献综述.....	1
1.2.1 论文涉及的概念和理论.....	1
1.2.2 国内外美容行业营销管理理论与策略研究状况.....	2
1.3 研究方法和论文结构.....	3
1.3.1 论文的研究方法.....	3
1.3.2 论文基本结构.....	3
2. 我国现代美容行业现状与百莲凯公司概况.....	3
2.1 美容行业营销环境简述.....	3
2.1.1 国外美容营销环境简述.....	3
2.1.2 国内美容营销环境简述.....	4
2.2 我国美容行业现状.....	4
2.2.1 我国美容行业的发展过程.....	5
2.2.2 我国美容行业的市场容量.....	5
2.2.3 我国美容行业存在的问题.....	6
2.3 百莲凯美容集团股份公司发展过程及现状.....	7
2.3.1 百莲凯公司的发展过程.....	7
2.3.2 百莲凯的经营业绩.....	8
3 百莲凯美容集团目标市场营销环境 SWOT 分析.....	8
3.1 优势分析.....	8
3.2 劣势分析.....	8
3.3 潜在机会分析.....	9
3.4 面临威胁分析.....	9
4 百莲凯美容集团的目标市场消费者研究.....	9
4.1 我国传统美容院美容市场消费者状况.....	9
4.2 百莲凯美容集团目标市场消费者分析.....	9
4.2.1 目标市场消费者需求分析.....	9
4.2.2 目标市场消费者收入分析.....	10
4.2.3 目标市场消费者年龄分析.....	10
4.2.4 目标市场消费者职业分析.....	10
4.2.5 目标市场消费者学历分析.....	11
4.2.6 目标市场消费者分析总结.....	11
4.3 百莲凯美容集团消费者粘度分析.....	12
4.4 百莲凯美容集团目标市场消费者定位策略.....	12
5 百莲凯美容集团目标市场下的产品策略研究.....	12
5.1 产品的功效定位.....	12
5.2 产品的包装定位.....	12
5.3 产品的价格定位.....	13
结 论.....	15
参考文献.....	16

百莲凯美容集团市场选择与产品策略研究

【摘要】随着我国经济飞速发展，中国的美容市场如今成为世界上最大的新兴市场，美容品牌与企业的竞争日趋激烈。新的产品，新的项目层出不穷，不断的更新，让消费者眼花缭乱。而市场经济本质就是优胜劣汰，竞争是处处存在着的，任何一个市场都不可能是一家企业独霸天下。因此如何在这个美容市场上分得一块蛋糕，战胜竞争对手。企业必须为自家产品选则一个正确的市场位置，树立一鲜明的形象，这就是市场定位问题。

本文通过研究我国美容行业营销环境和营销现状，着力于分析百莲凯公司营销机会和威胁，探寻百莲凯公司自身的优势与劣势，并着重分析了该企业目标市场中目标消费群的情况，致力于该公司产品策略调整分析和思考。同时尝试寻找企业现阶段的产品策略存在的问题，并为产品策略提出更多的建议。

【关键词】 目标市场;产品策略;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/578026047000007006>