

保健品促销活动方案设计

汇报人：<XXX>

2024-01-09

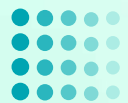


目录

- 保健品市场分析
- 促销活动目标
- 促销活动策略
- 促销活动实施
- 促销活动评估
- 总结与展望

01

保健品市场分析



目标客户群体分析



目标客户群体特征

分析目标客户群体的年龄、性别、收入、职业等方面的特征，了解他们的保健需求和消费习惯。



目标客户群体需求

深入了解目标客户群体对保健品的具体需求，包括功能、品牌、价格等方面的需求，为产品定位和营销策略提供依据。



竞争对手分析

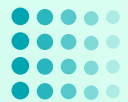
竞争对手产品分析

分析竞争对手的产品特点、价格、销售渠道等方面的信息，了解其竞争优势和劣势。

竞争对手营销策略分析

了解竞争对手的营销策略、宣传渠道、促销手段等方面的信息，以便制定更有针对性的营销策略。





市场趋势分析



保健品市场发展趋势

分析保健品市场的整体发展趋势，包括市场规模、增长速度、消费者需求等方面的趋势。

保健品市场机会与挑战

分析保健品市场的发展机会和挑战，为制定营销策略提供参考。

02

促销活动目标



提高销售额

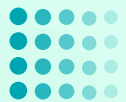
打折促销

针对热销或新品保健品，设定一定期限内的折扣，吸引消费者购买。

买赠活动

购买指定保健品，赠送相关小礼品或试用装，增加购买吸引力。





增加品牌知名度

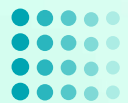
品牌合作推广

与其他知名品牌合作，通过联合宣传和活动，扩大品牌影响力。

社交媒体营销

利用微博、微信等社交平台，发布品牌信息和促销活动，增加曝光度。





提升客户忠诚度



会员制度

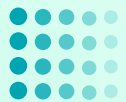
设立会员卡，为会员提供积分、兑换、优惠等福利，鼓励长期消费。

客户回访计划

定期对客户进行回访，了解使用情况，提供专业建议和新品推荐，增强客户粘性。

03

促销活动策略



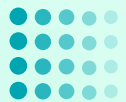
限时折扣

总结词

通过在特定时间段内提供折扣，吸引消费者在短时间内购买。

详细描述

在活动期间，如节假日或周末，将部分保健品的价格降低，可以是直接打折或设定折扣券，以吸引顾客购买。



买一送一

总结词

消费者购买指定商品时，可以免费获得另一份相同的商品。

详细描述

消费者购买指定的保健品时，可以免费获得另一份相同的商品，增加顾客的购买意愿和数量。

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/607021012132006100>