

推广包装方案



目录

- 产品分析
- 竞品分析
- 推广策略
- 包装设计
- 营销活动策划
- 预算与效果评估

contents

01

CATALOGUE

产品分析



产品特点

● 独特性

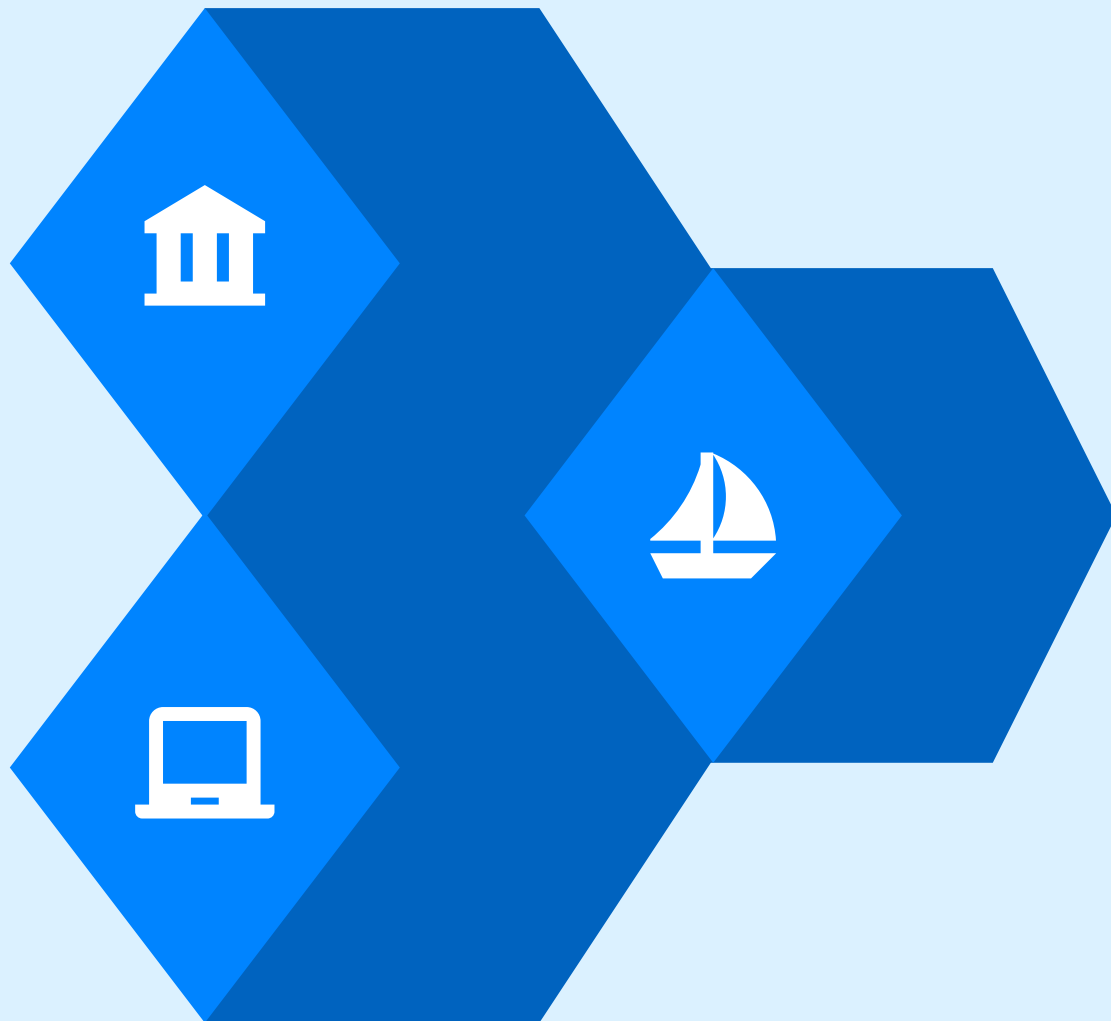
产品具有独特的特点，区别于其他同类产品，能够吸引消费者的注意。

● 实用性

产品具有实际的使用价值，能够满足消费者的需求，提高生活质量。

● 美观性

产品外观设计美观，符合消费者审美需求，增加产品的附加值。





目标客户群体

年龄

产品针对的年龄段消费者群体具有共同的特征和需求。

性别

针对不同性别的消费者群体，产品在设计 and 定位上会有所不同。



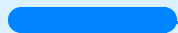
收入水平

针对不同收入水平的消费者群体，产品在价格和品质上会有所调整。

产品优势与不足

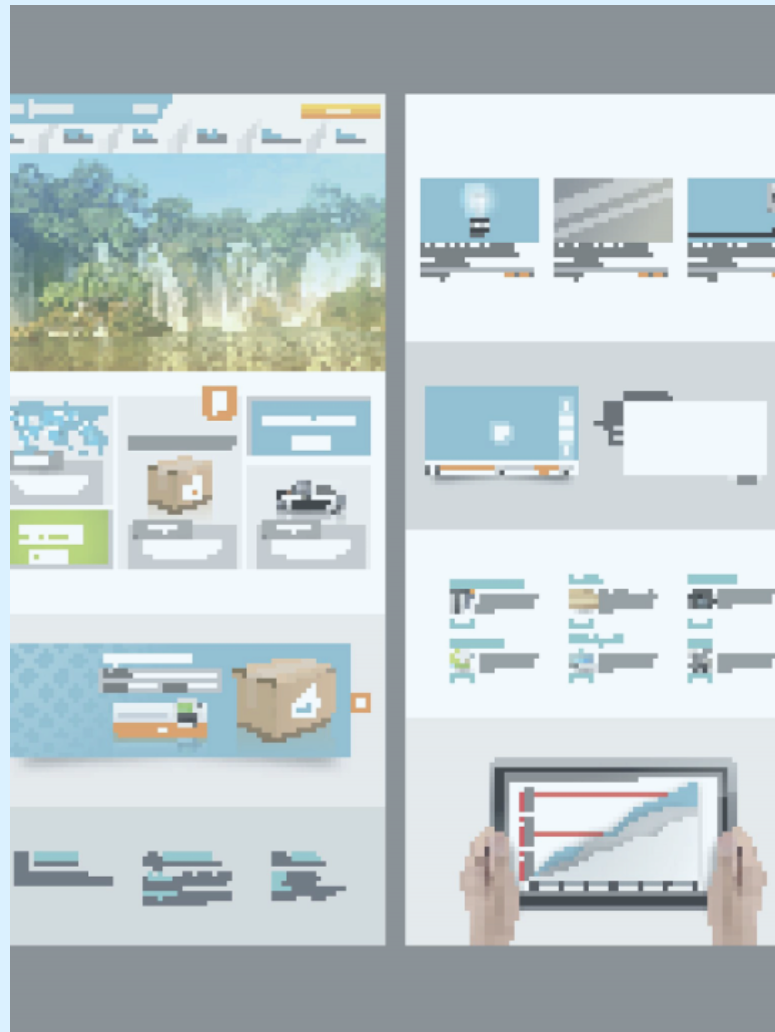
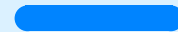
优势

产品具备独特的特点和优势，能够满足消费者的需求，提高市场竞争力。



不足

产品存在一些不足之处，需要不断改进和优化，提高产品的质量和附加值。



02

CATALOGUE

竞品分析

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/667006021201006130>