

娃哈哈果茶阿润黑龙江市场营销策划方案

摘 要

此次策划方案主要以娃哈哈果润阿润黑龙江市场的实践作为研究主线，对黑龙江分公司市场现状进行分析，分析结论为理论依据。

此次毕业设计主体部分共由四个部分构成：

第一部分：产品定位是拥有自己的主见和行为的 80，90 后群体，本次娃哈哈主推产品是果茶阿润这类的茶饮料，主要以甜茶为主，包装上是选用动漫的主题，生动活泼吸引顾客。

第二部分：价格娃哈哈果茶阿润的价格居于居中水平，不打低价格战，也不冒高险价，如果价格过高，品质再好也抵不过对手的優惠，所以选居中价格是较为理智的决定。

第三部分：渠道娃哈哈售卖渠道为线上线下相互结合，其中娃哈哈最有特点的是联销体模式，将自己旗下的产品合理带入联销网图中。

第四部分：推广策划电脑端的宣传活动，调动客户积极性，维护老客户。本次活动旨在加强产品的宣传推广，增加销售量，开发新客户。

【关键词】 市场营销；策略组合；娃哈哈黑龙江分公司

Abstract

This plan mainly takes the practice of Wahaha Guorun Amur market as the main research line, analyzes the market situation of Heilongjiang Branch, and the analysis conclusion is the theoretical basis.

The main part of this graduation project consists of four parts:

The first part: the product positioning is the 80's and 90's groups who have their own opinions and behaviors. This time, Wahaha's main product is tea drinks such as fruit tea and Arun, mainly sweet tea. The theme of anime painting is selected on the packaging, which is lively and attracts customers.

The second part: the price of Wahaha fruit tea Arun is in the middle level, not playing a low price war, and not risking high prices. If the price is too high, the best quality will not be equal to the opponent's preference, so it is a more rational decision to choose the middle price.

The third part: the channel Wahaha sales channel is the combination of online and offline. The most characteristic of Wahaha is the joint marketing model, which reasonably brings its products into the joint marketing network chart.

The fourth part: promote and plan the computer-side publicity activities, mobilize the enthusiasm of customers, and maintain the old customers.

This activity aims to strengthen the promotion of products, increase sales volume and develop new customers.

Key words:Marketing; Strategy combination; Wahaha Heilongjiang Branch

目 录

摘 要	I
Abstract	II
第 1 章 市场分析	1
1.1 公司企业概况	1
1.2 企业的目标和任务	1
1.2.1 企业的目标	1
1.2.2 企业的任务	1
1.3 果茶阿润黑龙江市场状况及策略分析	2
1.3.1 果茶阿润黑龙江市场现状	2
1.3.2 果茶阿润黑龙江市场的策略分析	2
1.4 环境分析	3
1.4.1 宏观环境分析	3
1.4.2 微观环境分析	4
1.4.3 果茶阿润 SWOT 分析	6
第 2 章 果茶阿润营销策略制定	10
2.1 果茶阿润黑龙江市场目标和任务	10
2.2 果茶阿润 STP 战略	10
2.2.1 市场细分	10
2.2.2 目标市场	11
2.2.3 市场定位	12
2.3 果茶阿润 4P 策略	13
2.3.1 产品策略	13
2.3.2 价格策略	13
2.3.3 渠道策略	14
2.3.4 促销策略	15
第 3 章 果茶阿润营销活动设计方案	17
3.1 活动设计目标	17

3.2 活动设计前准备	17
-------------------	----

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/706121215224010200>