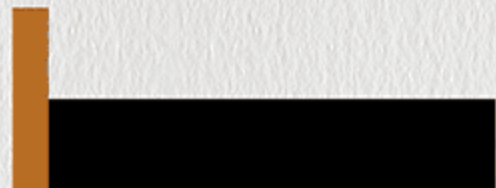


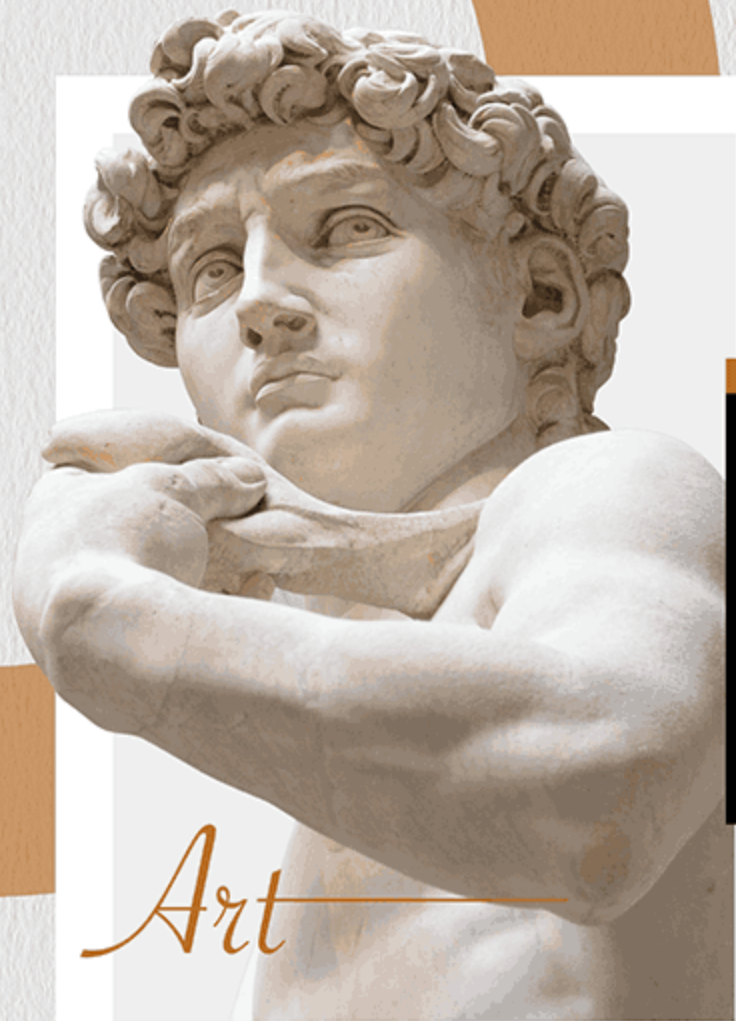


推广渠道计划方案



Art





CONTENTS

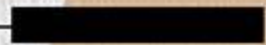
目录

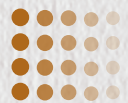
- 推广策略
- 线上推广
- 线下推广
- 合作推广
- 效果评估与优化



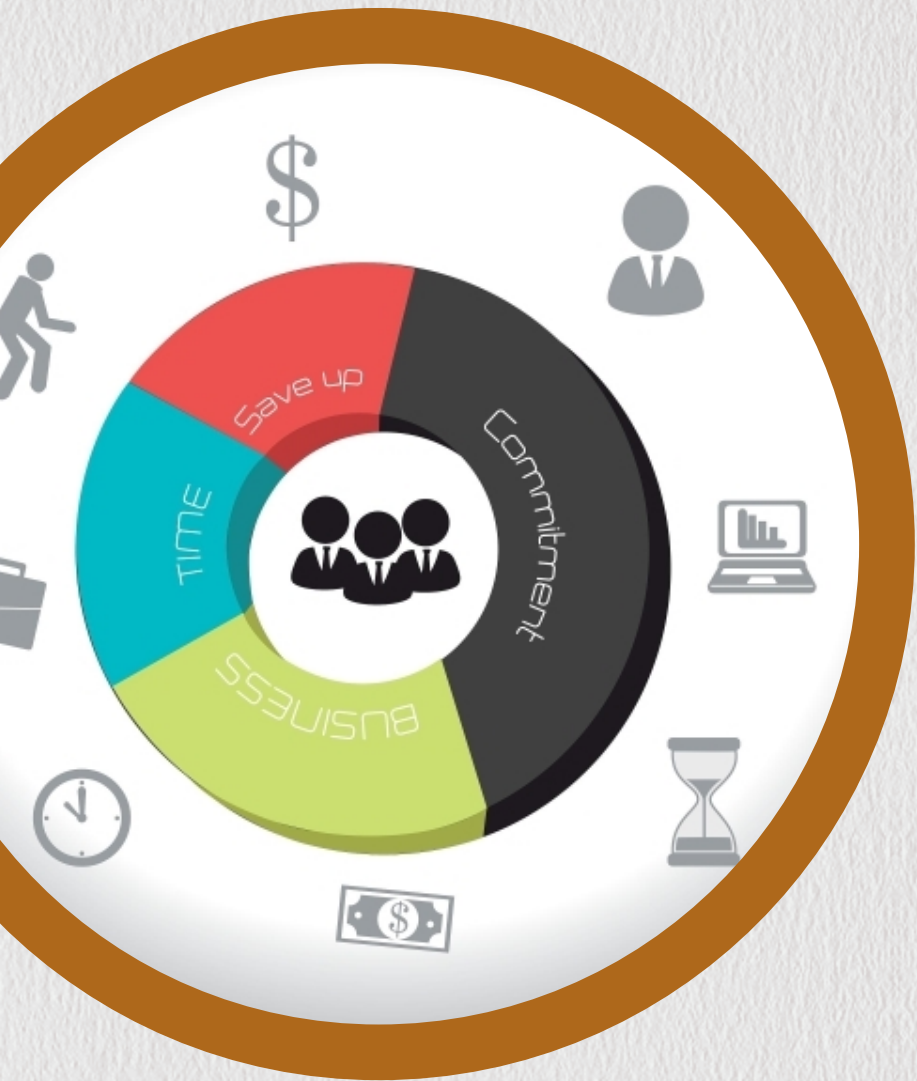
01 推广策略

CHAPTER





目标市场定位



01

目标市场

根据产品特点、品牌定位和竞争态势，确定目标市场范围，如地域、行业或消费群体。

02

市场细分

将目标市场划分为具有相似需求和特点的细分市场，以便更有针对性地进行推广。

03

目标客户画像

根据市场细分，描绘出目标客户的特征，包括年龄、性别、收入、职业、消费习惯等。



目标客户群体

确定目标客户群体

根据产品特点和市场定位，确定目标客户群体，如年龄段、性别、消费能力等。

了解客户需求

深入了解目标客户群体的需求和偏好，以便制定更具针对性的推广策略。

制定客户体验方案

针对目标客户群体的需求和偏好，制定相应的客户体验方案，提升客户满意度。

推广渠道选择



线上推广渠道

利用互联网平台进行推广，如搜索引擎广告、社交媒体广告、网络联盟等。

线下推广渠道

利用传统媒体和实体渠道进行推广，如电视广告、户外广告、报纸杂志等。

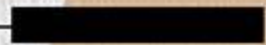
整合营销渠道

将线上和线下推广渠道进行整合，实现全渠道营销，提高品牌知名度和销售额。



02 线上推广

CHAPTER



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/758004014130006110>