

飞利浦降噪耳机推广方案

Philips noise reduction headset promotion program



目 录

01

市场洞察

Insight

02

产品定位

Positioning Pillars

03

营销策略

Marketing Plan & Execution

04

媒介资源

Media List

市场洞察

品牌市场趋势、竞品市场影响力、购买力等分析

01

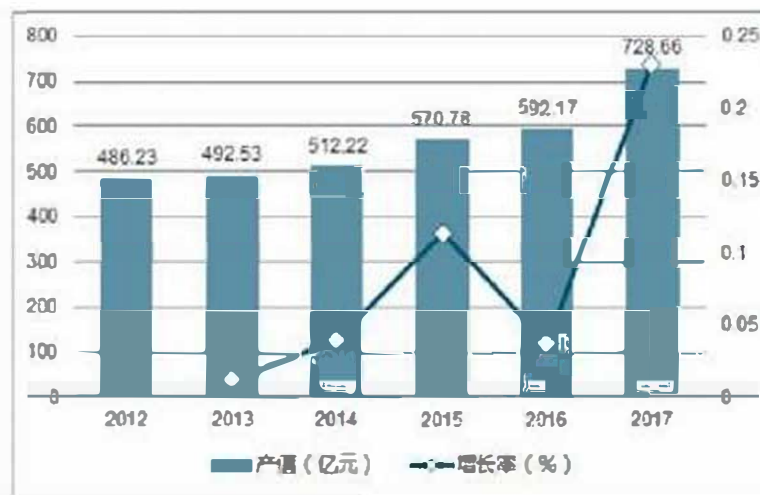
市场发展趋势

数据来源：公开资料整理

2010-2016年全球耳机市场规模



2012-2017年我国耳机行业产值及增长趋势

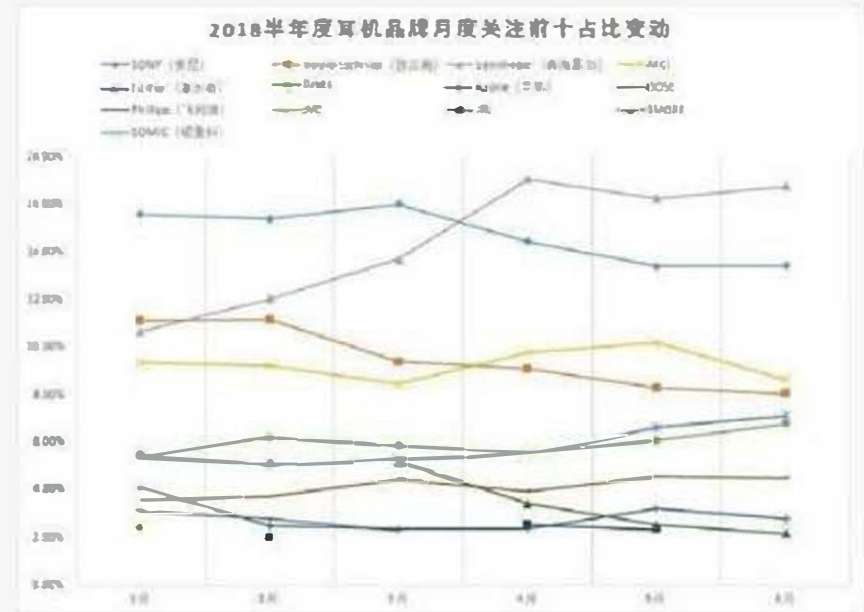
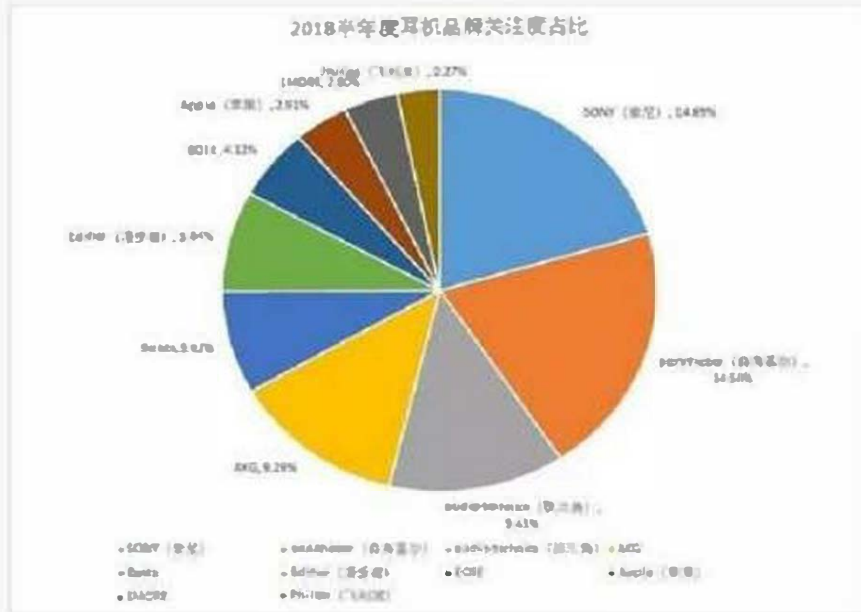


多项促进因素带动中国耳机市场交易规模持续增长

耳机市场已经形成了**较为完整的产业链**。近年来，随着社会娱乐生活逐渐丰富及各种智能终端逐渐普及，中国也逐渐发展成为主要的耳机消费市场之一，耳机市场规模**逐渐扩大**

行业排行

数据来源：互联网消费调研中心 ZDC



行业格局完善、四强显现

耳机行业**品牌众多**，竞争力大，不同品牌的影响力呈**明显差距**。
 2018 半年度，中国耳机市场将继续向纵深拓展，同时向平台化延伸，将出现多家大企业共存寡头竞争格局

购买人群

数据来源：GFK 数据

电商网站在消费者咨询获取平台占比中处于领先地位

消费者从意向到购买的决策路径中，信息收集占有很大比重，而电商网站是网购耳机获取信息的最重要的渠道



GfK © 2017. 全球市场信息咨询有限公司, 中国北京. GfK
www.gfk.com.cn



众口难调，消费者获取信息的途径还需完善

耳机消费特征



买家是谁？

年轻化，择优消费

- 19-38岁
- 学生与白领群体
- 月收入2000-20000



买什么样产品？

时尚、运动、便携、个性化

- 蓝牙
- 运动
- 主动降噪
- HIGH-RES
- TRUE-WIRELESS
- 衣带式



如何获取信息？

购物娱乐化，社交化，注重口碑

- 电商网站
- 论坛：耳机大家坛，IMP3等
- 贴吧
- 微博，微信
- 问答社区：知乎等



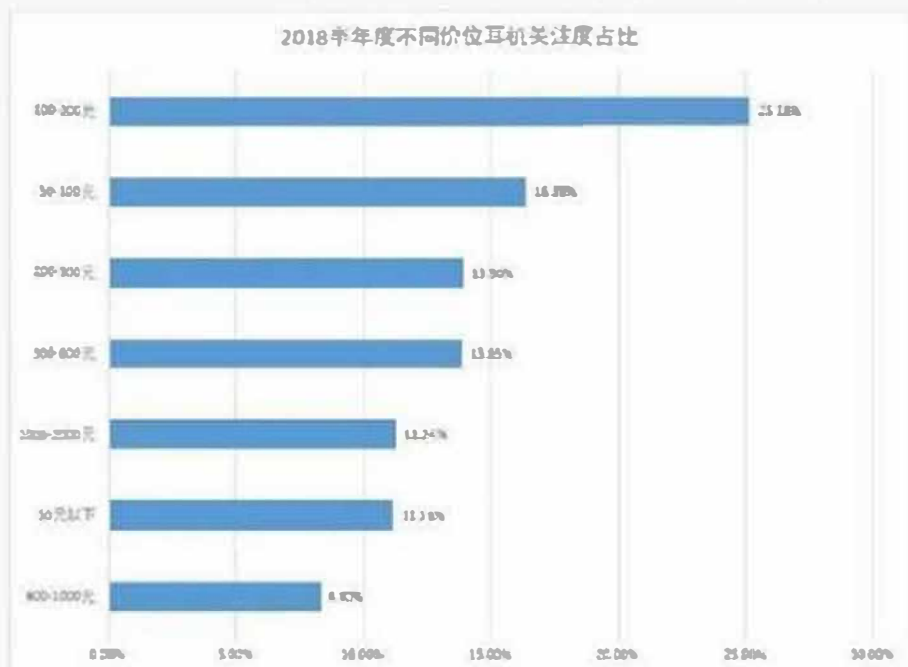
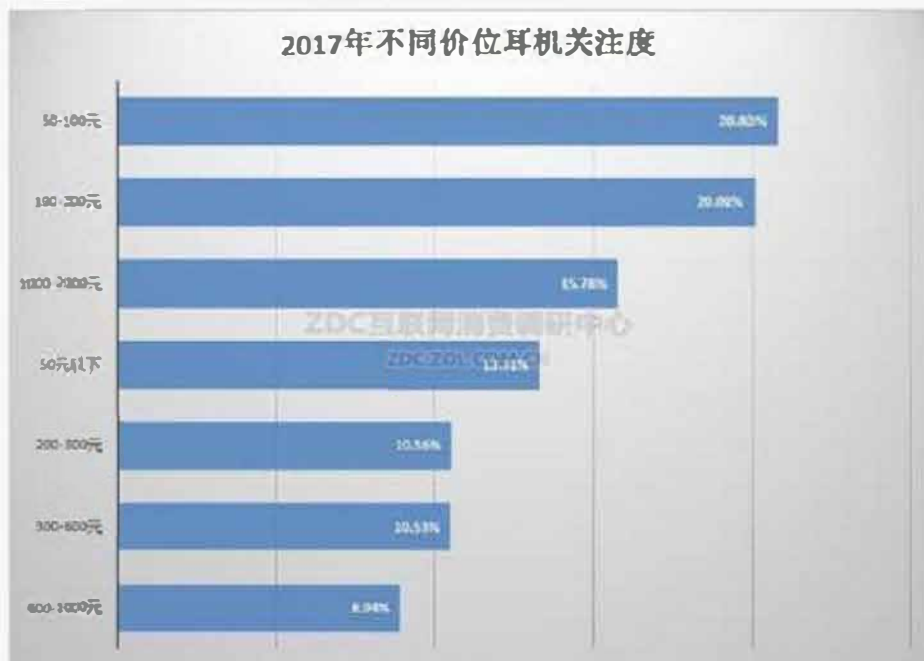
www.gfk.com.cn

电商市场活跃用户覆盖率电商网站遥遥领先

消费者从意向到购买的决策路径中，信息收集占有很大的比重，而**电商网站**是网购耳机**获取信息**的最重要的渠道。

价位区间

数据来源：互联网消费调研中心 ZDC



价格成为用户选择不同品牌主要原因

消费者从意向到购买的决策路径中，信息收集占有很大的比重，而**电商网站**是网购耳机**获取信息**的最重要的渠道。

产品定位

品牌挑战、用户需求、策略定调

02

专注场景用户 渠道发声为核心

在传播过程中实时优化，通过个性化体验，完成用户时间、空间的立体纬度的归属感和价值感，增强用户粘性，区隔对手

>>

加强品牌的知名度和影响力，打破现有行业布局，快速打入消费者市场



>>

维系现有用户
开发新用户（KOL 粉丝群体）
从行业风口抢夺用户

>>

通过一系列的营销事件建立商旅属性加成的品牌，持续引起目标人群的关注



PHILIPS

多阶选择

品牌实力

主动降噪



A busy city street scene, likely in London, with many pedestrians walking. The street is lined with buildings, including one with a large arched entrance and a flag. The scene is overlaid with a semi-transparent dark layer containing text.

TA 们需要什么？

挖掘精准用户需求，产品端、渠道端两大端口直击市场缺口



产品端

普及降噪耳机，教育式打开市场认知

就像雾霾天的口罩，也许不是每天都用的着，但是你必须要有

渠道端

意见领袖构建渠道市场

打消用户的抵触心理，口碑推荐形成传播途径

网红效应是驱动电商的最大动力

对于电商而言网红自带光环效应及背后数以万计的粉丝流量，意见领袖的作用在现阶段仍然是非常有效的方式，对获客难、成本高的电商而言意味着巨大的商机



强势站住掘金口 社群 + KOL，打造营销闭环



借助流量kol 端口曝光导流，利用网红效应产生粉丝经济

购买力人群在哪里
我们就在哪里



三大场景 一大核心

打造品牌综合营销体系



降噪

以价取胜 以质夺声

顺电商促销大势而行，把品牌格局拉伸到场景对气氛中，让飞利浦降噪耳机充分曝光，以别样对姿态获得话题声量

获取
声量

全渠道

有趣 · 能玩 · 可晒

大众八卦围观心理，互动需求极大的得以满足，与消费者建立不可替代的精神共鸣点进入公众视野。

情感
共鸣

全民声

降噪因何而生？

实现同质化的突围。互联网营销的围可以对受众产生足够对刺激。究竟玩转“降噪”靠谱不靠谱？

玩转 风口

全娱乐

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/777165006144010006>