

# 电商营销策略与活动策划

**适用人员：**运营和市场策划团队/中层以上管理者

**时间：**单日

**课程背景：**流量红利期已过，品牌粘性逐渐减弱，获取用户关注和最终形成销售转化愈发困难，企业需要更为体系化的营销策略规划和细致的活动策划。

**课程收益：**体系化营销策略规划的方法，数据化市场分析方法，运营与营销节奏的匹配，以及新品上市的完整营销规划。

**已授企业：**海尔厨电产业 海尔空气产业 顺德慧聪家电城

## 依据数据分析找到市场爆点

整体分析

市场分析

行业分析

竞争对手分析

消费趋势分析

销售状况分析

## 自身产品和店铺分析找到差异化优势

产品 SWOT 分析

优势、劣势、机会、威胁

营销战略规划

市场引爆点

市场布局

主导操作思路

运作模式

市场进入与运作思路及设计

## 营销战术规划与平台玩法设置

产品策略

产品定位与细分

价格策略

渠道策略

渠道选择

渠道拓展顺序

渠道规划、渠道占比

渠道销售量预测分析

上市时间计划

## 促销思路概要及促销与推广细案

上市渠道促销计划

上市终端消费者促销计划

上市终端推广计划

媒介促销安排

后期促销跟进计划

## 案例介绍