



智能消费设备的市场竞争力 分析和营销策略实施

汇报人：

2024-01-29

目录

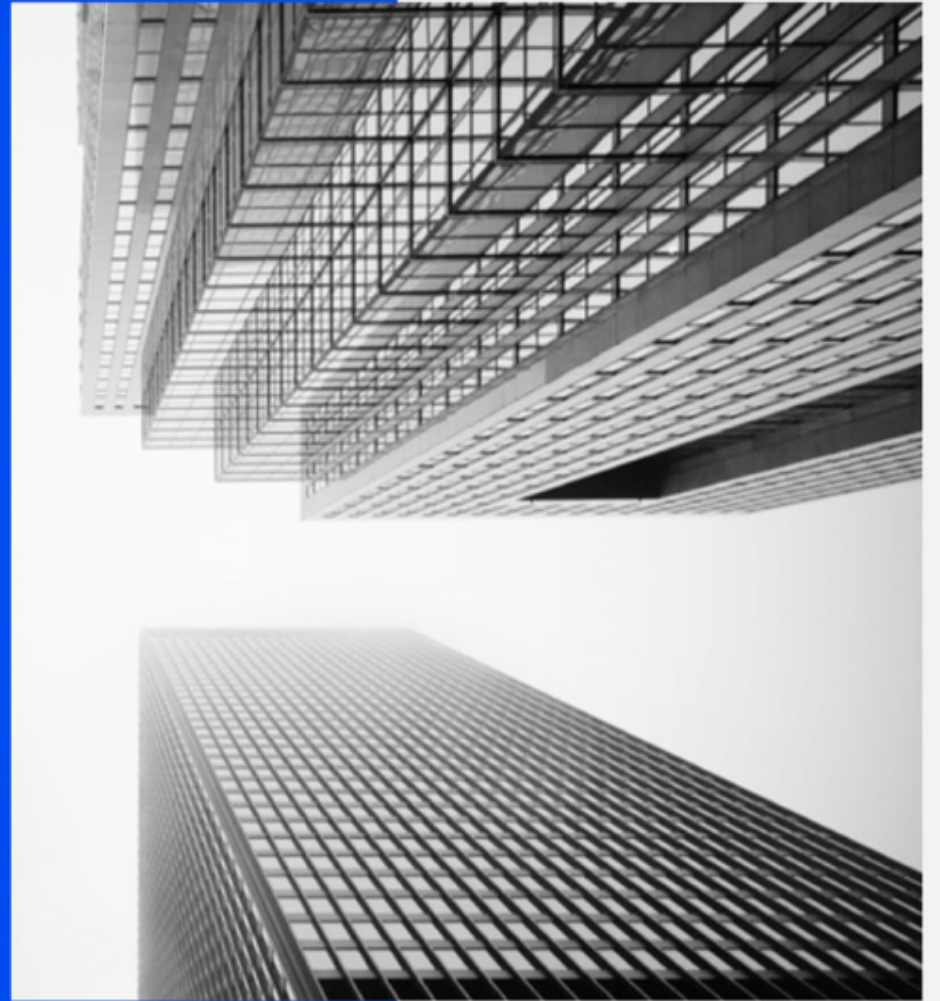
CATALOGUE

目录

- 智能消费设备市场概述
- 智能消费设备市场竞争力分析
- 营销策略制定及实施
- 线上线下融合营销实践
- 合作伙伴关系构建与维护
- 风险防范与可持续发展规划

01

智能消费设备市场概述





市场规模与增长趋势



01

智能消费设备市场规模不断扩大，预计未来几年将持续保持高速增长。

02

随着人们生活水平的提高和科技的不断进步，智能消费设备的市场需求不断增长。

03

新兴市场的崛起也为智能消费设备市场带来了巨大的增长潜力。



消费者需求特点



01

消费者对智能消费设备的需求呈现出多样化和个性化的特点。



02

消费者对设备的性能、功能、品质和外观设计等方面有着越来越高的要求。



03

消费者对智能消费设备的便捷性和易用性也有着很高的期望。



竞争格局与主要参与者

01

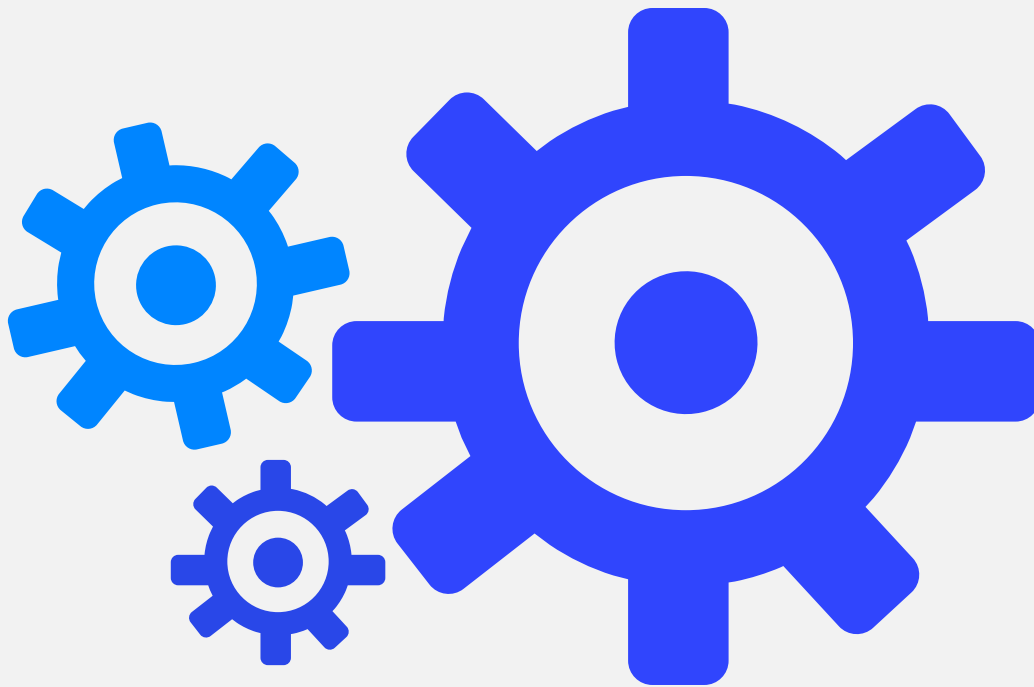
智能消费设备市场竞争激烈，国内外众多品牌和企业参与其中。

02

市场上的主要参与者包括知名品牌、创新型企业 and 跨界进入者等。

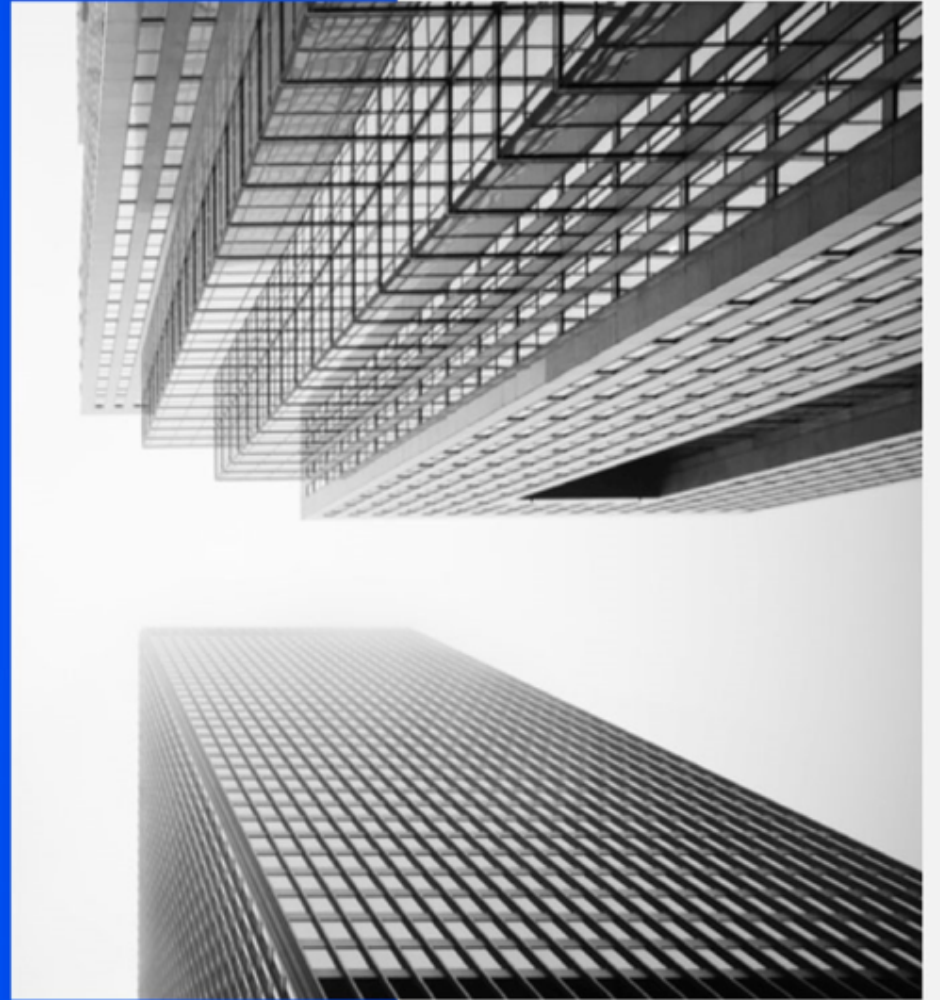
03

不同参与者在技术研发、产品创新、品牌营销等方面展开激烈竞争，共同推动市场的发展。



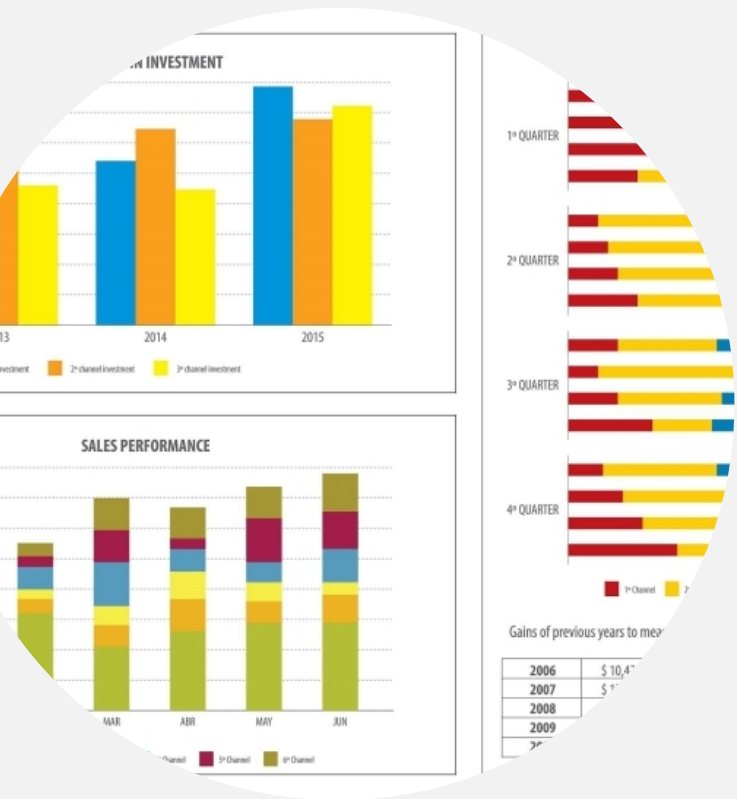
02

智能消费设备市场竞争 力分析





产品创新与技术实力



创新设计

独特且符合用户需求的设计，如可穿戴设备的时尚元素或智能家居设备的便捷性。

技术领先

在硬件、软件及算法方面的技术优势，如更精确的传感器、更智能的AI算法等。

用户体验

设备易于使用，界面友好，且能够提供个性化服务。

持续研发

不断推陈出新，满足市场变化和用户的新需求。



品牌影响力与传播效果



品牌知名度

消费者对品牌的认知程度，通常与品牌的历史、广告投入和市场占有率相关。



品牌美誉度

消费者对品牌的好感度，源于产品的质量、服务和口碑。



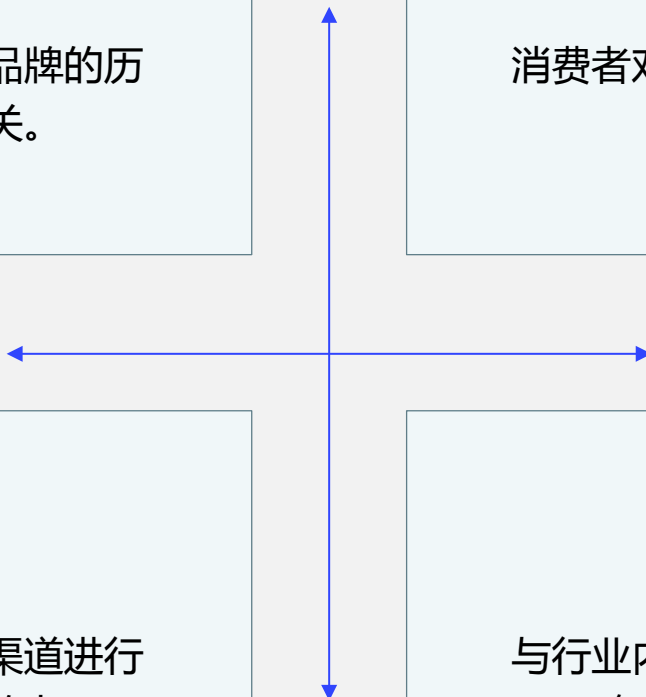
营销传播

通过广告、公关、社交媒体等多种渠道进行品牌传播，提高品牌曝光度和影响力。



合作伙伴关系

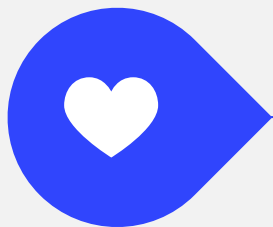
与行业内外的企业建立合作关系，共同推广智能消费设备，扩大市场份额。





渠道拓展与销售策略

线上销售渠道



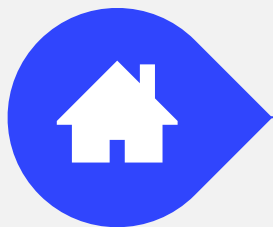
利用电商平台、自建网站等进行在线销售，覆盖更广泛的消费者群体。

线下零售合作



与电子产品零售商合作，设立专柜或体验店，提供消费者直观的产品体验。

定制化销售策略



针对不同消费者群体或特定市场制定销售策略，如企业定制、教育市场定制等。

价格策略



根据产品成本、市场需求和竞争状况制定合理的价格策略。



客户服务与售后支持

售前咨询

提供专业的购买建议，解答消费者疑问。

客户培训

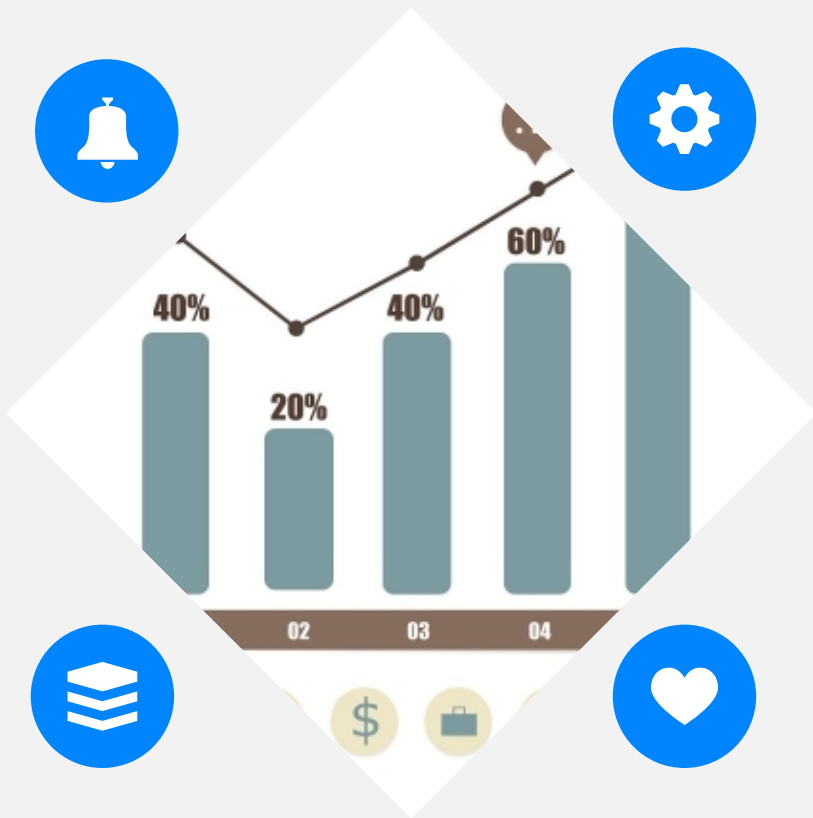
针对复杂的产品功能，提供培训课程或操作指南，帮助消费者更好地使用产品。

售后服务

设立专门的客户服务热线或在线服务平台，提供故障排查、维修等售后支持。

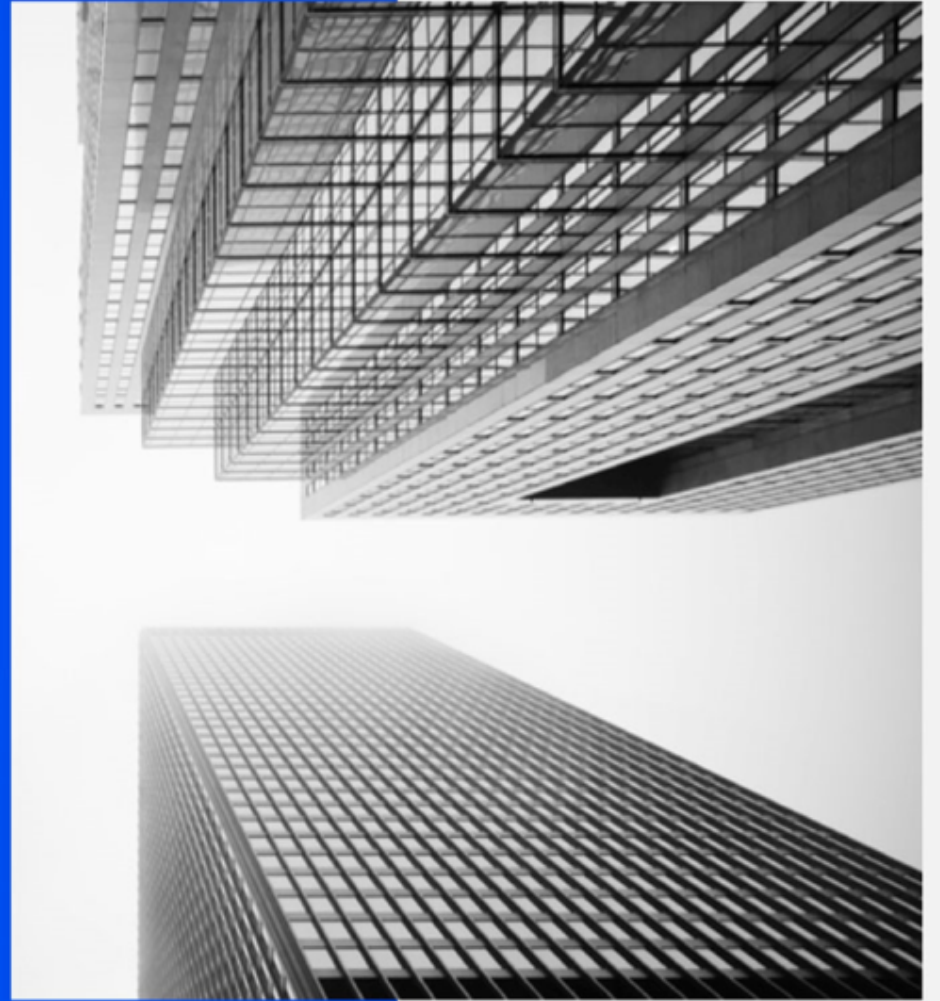
客户反馈机制

收集并分析客户反馈，不断优化产品和服务。



03

营销策略制定及实施





目标市场定位与细分

确定目标市场

通过市场调研和分析，明确智能消费设备的主要目标市场，如智能家居、智能穿戴、智能出行等。

市场细分

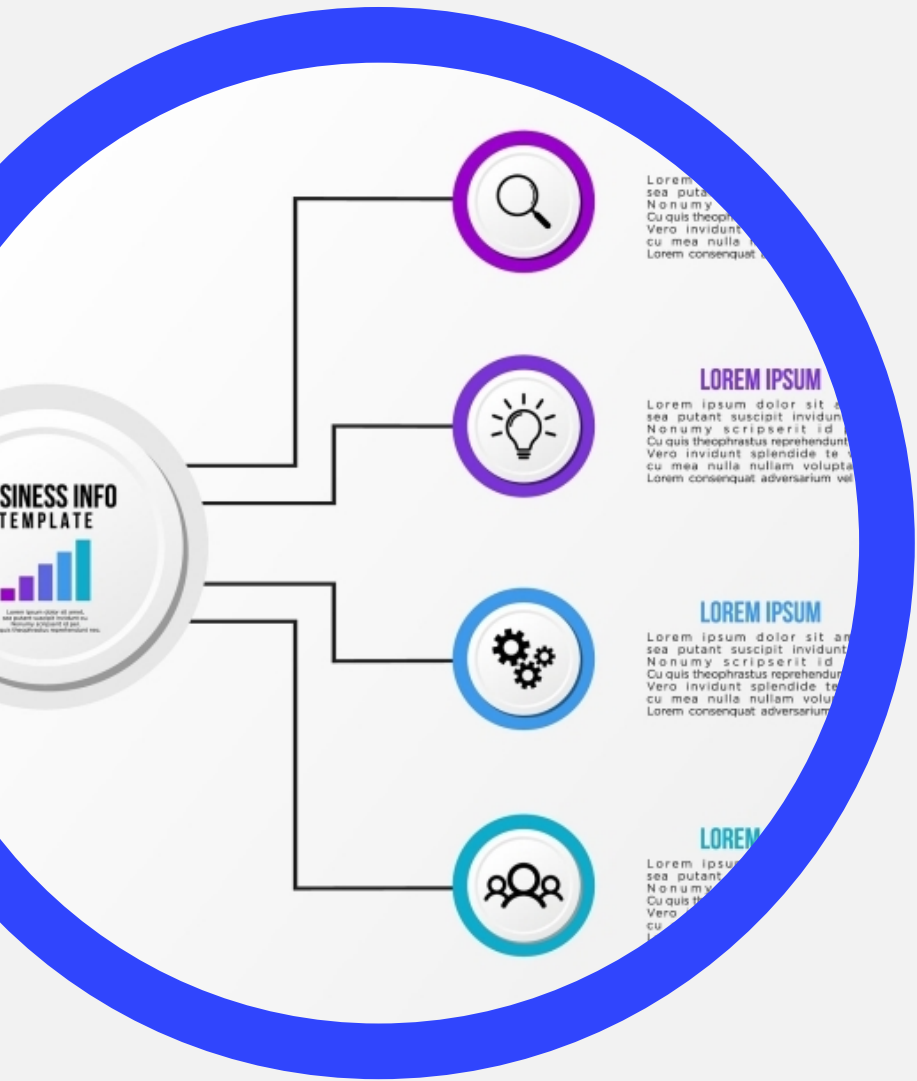
根据消费者需求、购买行为、地域等因素，对目标市场进行细分，以便针对不同子市场制定个性化营销策略。

目标客户群定位

在细分市场中，确定具有购买潜力和增长空间的目标客户群，为产品推广和营销提供精准定位。



产品组合与定价策略



01

产品线规划

根据市场需求和竞争态势，规划智能消费设备的产品线，包括不同功能、性能和价格区间的产品。

02

产品组合策略

通过产品组合的优化和调整，实现产品之间的互补和协同，提高整体市场竞争力。

03

定价策略

综合考虑成本、市场需求、竞争状况等因素，制定合理的定价策略，包括渗透定价、撇脂定价、竞争定价等。



渠道选择与拓展计划

渠道类型选择

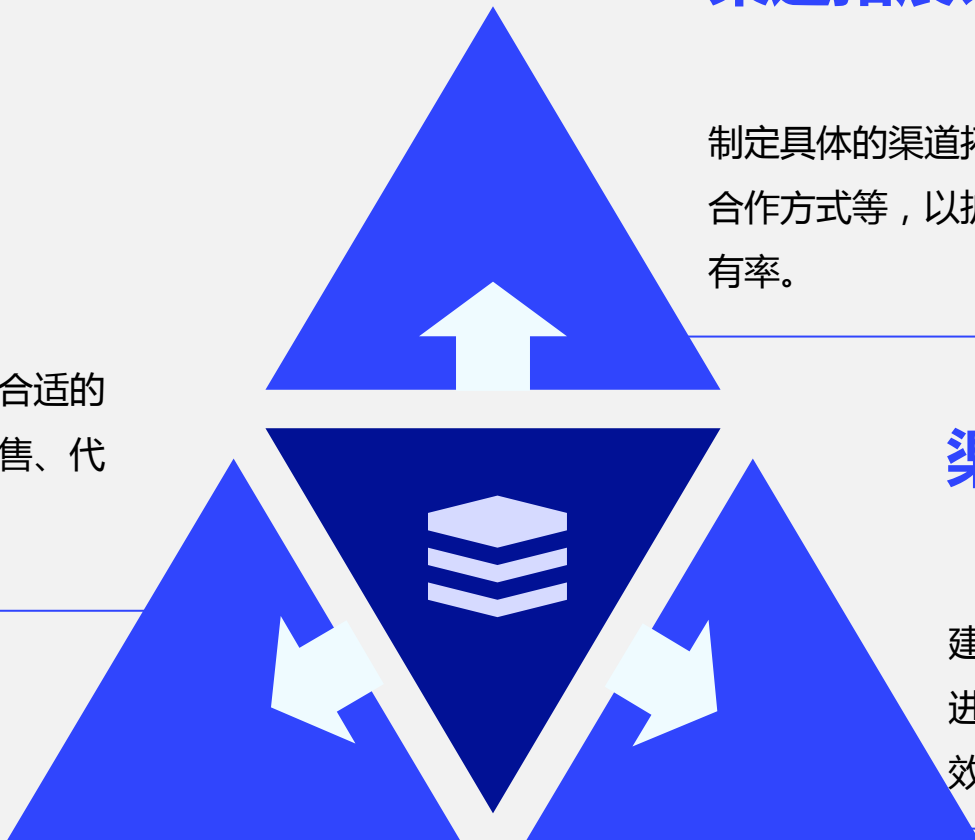
根据产品特性和目标市场特点，选择合适的销售渠道类型，如线上电商、线下零售、代理商等。

渠道拓展计划

制定具体的渠道拓展计划，包括渠道数量、布局、合作方式等，以扩大产品销售覆盖面和提高市场占有率。

渠道管理与优化

建立有效的渠道管理机制，对渠道合作伙伴进行定期评估和调整，确保渠道的稳定和高效运作。



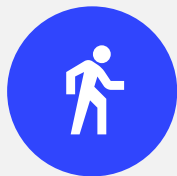


促销活动策划与执行



促销活动类型

根据产品特点和市场需求，策划不同类型的促销活动，如限时抢购、满额赠品、打折优惠等。



活动策划与执行

制定详细的促销活动策划方案，包括活动主题、时间、地点、宣传方式等，并确保活动的顺利执行和效果评估。



线上线下融合

结合线上线下资源，打造多元化的促销活动形式，提高消费者参与度和品牌知名度。

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/23710012206006111>