

2006年考试社区营销推广的八大注意事项 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E8_80_83_c40_65000.htm 目前的营销竞争已经把终端的“底

”都做“穿”了，唯一还能称得上竞争薄弱环节的营销渠道就是社区营销。也许对大多数企业和产品来说，社区营销毕竟只是很小的一个市场份额组成部分，带不来实质性的销售效果，并且耗时、费力。其实，每一种营销渠道的崛起，在前期开发时总是不被大多数人看好，只有当这种模式被普遍应用时，人们才发现隐藏在这一渠道模式下的巨大潜力。譬如小糊涂仙对酒店终端开发所创立的终端模式，娃哈哈非常可乐对乡镇、农村市场的开发所创立的“农村包围城市”模式，国美、苏宁对专业家电连锁渠道的开发模式等莫不如此。既然社区营销推广有着如此巨大的潜力，在如何做好社区营销推广方面，我们该注意哪些问题呢？

- 一、注意整体性规划。不管怎么说，社区营销推广在现阶段还处于初级水平，需投入的人力、物力较大，每次推广如果都是临时抱佛脚，随兴之所至，效果一定会大打折扣。假如我们在年度规划中单独避出这一项，做好计划，安排、组织好每一次推广活动，把它做为一个专业化的渠道来运做，那么所获得的回报自然更丰厚。
- 二、注意持之以恒。我们的许多品牌在社区营销推广时总喜欢“一口吃成个大胖子”，追求轰动效应，认为在社区搞一次“户外秀”活动就能让销量出现爆炸式的增长，结果可能为该活动花了2万元的费用却只卖出2千元的产品，自然落差很大，从而丧失信心，人为地给竞争对手让出市场。我们这里有个叫穆斯林的幼儿园，它每年的推广活动就

是在其目标招生社区里面定期做专场演出活动，演员全部是其幼儿园的小朋友，当然也会邀请现场的小朋友上台参与，除此以外，再也没有其它的广告推广，它现在已经有5个连锁幼儿园分布在我们这个城市的各个区域，是我们这里最著名的幼儿园之一，这就是持之以恒的魅力。

三、注意产品及企业的特性。有些产品在做社区营销推广时效果能立杆见影，而有些产品的社区推广却只能起到一些宣传、展示作用，对产品在现场的直接销售没有多大的实际意义。譬如低价值的快速消费品，活动现场的顾客随机性购买比率较高，也容易受现场的情绪蛊惑；而一些高价格的产品如家电类在做社区推广时其现场成交几率较小，更多的是起到宣传和展示作用。

四、注意社区营销推广的目的性。我们组织一次或数次社区营销推广的目的是什么？是为了扩大销售获得直接销售额还是仅仅是做广宣，打知名度？或者是两者兼顾？确认了目的，所有的操作才变得有的放矢，才能做到资源的优化配置，达到效果最大化。

五、注意与社区便利店和零售店的合作性。有人也许会问：我做社区推广难道还要请示他们？非常正确！如果您在做社区推广时为了扩大影响而大搞特价销售，您就是在给自己的产品进便利店和零售店销售自掘坟墓。当然，前提条件是您还打算把您的产品铺进这些便利店和零售店销售的话。南山奶粉在做社区营销推广时十分注意这一点，售卖价格不但与所在区域的便利店和零售店保持一致，甚至采取了略高策略，只是在促销品方面多动了一些脑筋，不但现场售卖效果较好，而且带动了社区便利店和零售网点的销售，因而也深得这些合作伙伴的欢迎。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com