黑枸杞产品运营方案

1. 背景

 黑枸杞，又称苏枸杞、柴杞，为枸杞的一个品种，主要野生于青海柴达木盆地（德令哈、都兰、格尔木等地）,生长在海拔2800米-3000米的盆地沙漠地带，海拔高气候干旱、生态环境洁净、无污染。研究表明，黑枸杞含有17种氨基酸、13种微量元素，在已知自然界植物中花青素含量最高，品质最为优越，人体极易吸收，号称“花青素之王”。所以黑枸杞本身具有抗氧化、清除自由基的功效。同时黑枸杞还有大量的微量元素，如铁、钙、钴，镍等。正是由于这些含量较高的有效成分，所以黑枸杞也被称为“软黄金”。

1. 目标客群

客户群体

1、最求美容女性

作为口服的天然化妆品，黑枸杞有得天独厚的竞争优势， 食用简单，可泡水，可干吃。随着生活水平的提高，现在的女性在化妆品方面的投资越来越多，这部分群体数量巨大。

2、  工作压力大的中层人士

生活节奏的加快使人们都处在亚健康的状态中，相应产生的各种亚健康疾病越来越多，黑枸杞作为天然的补品，客户需求量大。

3、老年人

老年人对养生比较讲究，因此对治疗失眠、低血压、明目安神、令人长寿的保健品有很大的需求，因此可作为一个目标市场。

4、 病人

黑枸杞在医学上的广泛应用，如抗癌、明目等，也会增加很大一部分客户群体。

5、 送礼人群

我国送礼文化源远流长，现在更是“送礼送健康”，作为高档礼品，包装精美的黑枸杞礼盒符合我国文化特征。

1. 产品定位

黑枸杞作为热门的中高端保健品，具有药用价值，保健价值，美容养颜价值。

1. 营销规划
	1. 产品策略

本公司黑枸杞产品为散装自包装产品，宜定制简装、礼盒装不同包装标准和规格，以适应市场高中低端以及自用和送礼需求。

黑枸杞计划分为简装和礼盒装两种包装标准，其中简装瞄准的是白领、女性购买自用的人群，定价相对亲民；礼盒装定位高端送礼人群，包装极尽精致，定价较高，产品附加值高。

* 1. 价格策略

待定

1. 促销思路与推广方案

自有平台

* 1. 促销计划
		1. 黑枸杞礼盒装返利

黑枸杞礼盒包装的购买人群，多数情况为买的人不吃，吃的人不买，同时礼盒装的产品毛利较高。针对这一情况，可以适当拿出一部分毛利做为返利返还给购物者，以带动销售。

返还的形式：现金、小六美鲜购物卡、境外旅游（抽奖）具体金额和比例需根据产品定价来设定， 总体原则是保证正毛利。

* 1. 推广计划
		1. 自有微信平台推送：服务号做1期专题推送，订阅号做1周的系列推送，可先从痛点说起，逐渐过渡到产品。
		2. 针对白领女性的微信公众大号软广
		3. 微博推送：同步微信推送内容
		4. 合作第三方平台活动同步

私信黑枸杞推广思路

1. 用户转发小六美鲜朋友圈积攒，可以根据具体定的指标赠送体验装，进行推广和增粉。
2. 下单满配送标准，可以赠送体验装，附带黑枸杞的宣传页。
3. 根据朋友圈不同层面的人群，推送适合自己喝的简装和适合送礼的礼盒装。
4. 用户推荐一定数量的好友，可以赠送体验装。
5. 招代理（具体根据后面实施的代理协议商讨）

淘宝 苏宁易购C端关于黑枸杞的活动营销方案

1. 淘宝上架，利用制作淘海报，淘口令，生产微信分享码，利用前期的集团用户资源做基础销量
2. 利用前期的老客户做老客户营销：正常价格购买，好评返现金例如定价：110元，客户原价购买，好评后返现70元加大返现力度做前期销量铺垫
3. 平台活动的报名：淘宝端天天特价报名，淘抢购（收费）
4. 苏宁平台争取1场苏宁大都会官方活动（尽力争取）
5. 直通车引流出转化：保证ROI在1:1以上