



新公司推广和营销的意义与渠道

了解推广营销的方式

新公司成立之后面临的一个重要问题就是推广和营销，想要生存与发展就需要进行推广和营销，那么推广和营销的渠道究竟有哪些呢？



推广和营销对新公司有何意义

有些人认为新公司刚成立还不需要推广和营销，实际上这种想法是不正确的，由于刚成立的公司还没有太高的知名度，所以就更需要推广和营销。

新公司有知名度吗

对新公司来说推广是极其重要的环节，而许多创业者在创业初期往往忽视这一重要工作。如今，已经不是“酒香不怕巷子深”的时代，随着推广渠道日益多样化，初创时期的公司将面临更多的挑战，但是随之而来的也是机遇。

推广对公司经营和发展具有重要作用，总结起来公司要做推广的理由主要有以下几方面。

- ◆ **提高知名度：**初创时期的公司往往没有太高的知名度，而消费者更信任有知名度的公司，通过推广可以快速提高公司的知名度。
- ◆ **获取新客户：**公司的发展离不开业绩，在进行推广的同时会吸引一部分新客户关注和购买公司的产品，从而提高公司的销售业绩。

- ◆ **塑造品牌影响力**：随着公司一步步的发展，树立品牌形象是公司发展的一个方向，受媒体宣传的影响，客户会认为公司具有更强的实力、更值得信赖。
- ◆ **提高招聘效果**：新公司常常会遇到招聘困难的局面，在推广的过程中，一些优秀的人才也会了解公司并到公司进行应聘，随着应聘者的增多，公司也更容易招聘到优秀的人才。
- ◆ **增强竞争力**：在竞争激烈的环境下，初创公司想要占有一席之地，其中一个重要的途径便是推广。

营销对公司能产生什么作用

营销是指通过寻找消费者需求，从自身产品出发，让消费者认识和了解产品并进行购买的过程。市场环境在不断地变化，公司要在市场中立于不败之地，营销起着关键的作用。市场如战场，营销对公司来说有以下作用。

- ◆ **了解消费者需求**：公司的营销是以满足消费者需求为目的的，在营销的过程中公司会与消费者发生互动，从而了解到消费者的需求状况。
- ◆ **提高管理水平**：公司营销要取得成功离不开各部门的配合，这就要求各部门员工有着良好的沟通和协调能力，随着各部门的参与，会逐渐提高部门与员工之间的默契度，从而提高管理水平。
- ◆ **开拓市场**：营销会增加公司产品的销售量，公司想要发展壮大必须开拓市场，营销可以促进公司根据消费者需求积极开发产品，致力于开拓新的市场。
- ◆ **有利于可持续发展**：公司在发展过程中会遇到各种问题，在营销过程中这些问题会被凸显出来，发现问题后及时解决，不断总结，公司才能实现可持续发展。
- ◆ **公司成功的关键因素**：虽说营销并不是公司成功的绝对因素，但却是不可忽视的关键因素，营销策略的好坏对公司战胜竞争者从

而取得胜利有着重要作用。



新公司营销有哪些方式

如果把公司的营销渠道分为两大类，可以分为线上营销和线下营销，线上营销也是常说的互联网营销，线下营销是以面对面与消费者沟通的方式来实现销售目标的一种营销手法。

不能丢弃的线下营销

线下营销仍是大多数公司重要的营销渠道，作为传统的营销方式它有着不可小觑的力量。

(1) 线下营销的优势

线下营销通过一对一的沟通交流，采取线下活动、开设门店等方式来达到推广和销售的目的，线下营销的优势有如图 1-1 所示的几点。

- 1 线下营销能够更好地和客户进行面对面沟通，更易取得客户信任
- 2 通过面对面的沟通，更容易营销成功
- 3 更直观地了解客户的需求，有利于产品的改进
- 4 线下营销的销售目标和目标群体更加明确
- 5 人们的生活习惯和生活方式等都更容易接受线下营销
- 6 对于一些具有个性化或者需要亲自体验的产品，更适合线下营销

图 1-1 线下营销的优势

（2）线下营销的渠道

线下营销的渠道很多，在大街小巷都可以进行线下营销，它的营销渠道有以下几种。

- ◆ **实体店铺**：店铺、经销商和厂家等都是线下营销的重要渠道。
- ◆ **生活用品**：生活中常见的杯子、衣服和包装袋等都可以成为线下营销的载体，为公司做营销宣传。
- ◆ **广告媒体宣传**：杂志、报纸、广告（DM）单以及电视等都是线下营销的途径。
- ◆ **促销活动**：促销活动能够吸引潜在的目标客户，达到营销的目的。
- ◆ **营销专员上门拜访**：通过营销人员上门拜访的方式可以快速了解客户需求，抓住潜在客户。

与时俱进的互联网营销

互联网营销是随着互联网的发展而兴起的营销方式，它也被称为网络营销或者线上营销。与传统的营销方式相比，互联网营销有着得天独厚的优势。

但是互联网营销也给许多公司出了一道难题，事实上并不是所有的公司都能做好互联网营销。互联网营销在给公司注入新鲜血液的同时，也给众多公司带来了新的挑战。

（1）互联网营销的新挑战

随着互联网的发展人们接受信息的方式也在发生改变，随之改变的还有人们的消费习惯。在这种情况下，公司面临着以下的挑战。

- ◆ **营销策略的定位**：如果公司前期的营销模式主要以线下营销方式为主，要重新规划互联网营销策略，在部署战略方针时可能无法制定有效的方针。

- ◆ **缺乏可用人才**：公司要发展互联网营销需要懂互联网营销的优秀人才，目前互联网营销优秀人才稀缺，人才招聘也成了公司进行互联网营销的一大挑战。
 - ◆ **网络安全仍是问题**：网络安全是公司和消费者共同面临的问题，网络病毒以及网络入侵等危害造成的损失是巨大的。
 - ◆ **无法整合线上和线下资源**：如何把线上和线下的资源有机结合起来以及如何引流，增加客户满意度与销售业绩也是很重要的问题。
 - ◆ **消费者缺乏信心**：互联网营销无法近距离地接触实体产品，消费者在购买时也会有疑虑，无法下定决心购买该产品。
 - ◆ **受网速的限制**：网速的快慢影响着消费者接受信息的速度，如果消费者没有太多耐心等待，营销也可能失败。
 - ◆ **无法把握消费群体**：公司在进行互联网营销时无法准确分析网上消费群体，无法从受众人群中找到潜在客户。
-

（2）互联网营销的优势

互联网营销以网络为媒介挖掘潜在客户，使潜在客户转化为有效客户，网络已经成为许多人生活中不可缺少的工具。

在 2015 年 7 月，中国互联网信息中心发布的调查报告中显示，我国的网民规模达到 6.68 亿，手机网民的规模为 5.94 亿，网络覆盖率为 48.8%，这为开展互联网营销提供了条件。

与此同时，许多公司也在互联网营销中找到商机，从而占有一席之地，面对这一趋势，许多公司也把互联网营销作为公司战略的一部分。互联网营销之所以能够产生巨大的力量，是因为它具有以下的优势。

- ◆ **提高效率**：互联网具有传播速度快，不受地域、时间控制等特点。互联网营销利用这一特点，使营销打破了地区与地区之间的限制，同时传播内容更详尽，更生动，速度也更快。
- ◆ **降低成本**：互联网营销产品进入市场的时间较短，并且营销方案

的制定时间也较短,这使得营销的时间和劳动力成本都相应的减少。同时,互联网营销不需要实体店铺,可以减少公司的运营成本。

- ◆ **具有交互性和纵深性:** 互联网的信息传播方式以信息互动的方式传播,通过简单的操作,客户可以很快获得想要了解的产品的各种信息。客户也可以及时反馈信息,让公司更快地了解到客户需求。
- ◆ **受众人群高:** 不同上网时段的人群都可以通过互联网了解到公司的产品。
- ◆ **产品表现更丰富:** 互联网营销可以采用图片、视频和声音等不同方式表现产品特征,让客户能够在轻松的环境下了解和接受产品。
- ◆ **具有可重复性和可检索性:** 客户可以重复观看,通过信息检索还可以迅速筛选产品。
- ◆ **可进行监控和统计:** 互联网营销可以对用户的上网习惯、信息发布进行监控和统计,从而分析出目标客户的特征,为后期开展营销活动提供依据。
- ◆ **增加宣传的多样性:** 网上推广产品可以把不同的媒体渠道结合起来,使得广告更具有多样性。

(3) 互联网营销与传统营销的区别

互联网营销和传统营销的目的是相同的,都是为了公司的发展,提高公司竞争力。它们都是营销活动,但是两者的营销方式和定义都是不同的,互联网营销对传统营销产生了冲击,互联网营销与传统营销相比有以下不同点。

- ◆ **理念不同:** 传统营销的推广理念与互联网营销的推广理念是有区别的,传统营销采取面对面的销售模式,公司要主动出击,而互联网营销客户通过自由选择的方式选择自己感兴趣的产品。
- ◆ **营销媒介不同:** 互联网营销通过发送电子邮件、消息以及网页链接的方式告知客户促销信息,传统营销通过派发DM单和广告等方式。

- ◆ **获取产品的时间不同：**在网上购买客户可以节省选购产品的时间，如果是实体商品则需要等待商品邮寄，而线下购买一般可以直接提取产品。
- ◆ **竞争方式不同：**传统营销是商家与商家，厂家与厂家面对面的较量，互联网营销是一个虚拟的空间。在传统营销下规模大、有实力的公司更具有优势，在互联网营销条件下，两者之间的差距会相对减小，小公司取得成功可能性会增大。
- ◆ **所需成本不同：**互联网营销减少了批发商以及代理商的中间环节，减少了配送产品的运输成本，但是要承担邮寄产品的费用。
- ◆ **购买方式不同：**互联网营销使客户足不出户就能了解产品信息，传统营销环境下客户需要到实体店才能了解产品信息。

（4）互联网营销与传统营销有效结合

互联网营销有着自身的优势，但并不意味着它能完全取代传统营销，如今，单纯只靠传统营销就能在行业里占有一席之地的公司已经越来越少了。因此，想要更长远地发展就需要把互联网营销与传统营销有效结合起来，具体需要做到以下几点。

- ◆ **思维模式的整合：**公司在制订产品的推广计划时就要把互联网营销和传统营销都考虑到，思维模式不能还停留在以前传统营销的基础上，而应该认识到互联网营销对于公司的重要性，同时也不能完全抛弃传统营销，也不能把传统营销的方式用来运营互联网营销，要认识到两者的有机结合才能达到公司宣传的最好效果。
- ◆ **产品推广的整合：**公司在进行产品推广的时候就要把传统的推广方式与网络营销的推广方式结合起来，例如，传统的发传单的营销方式与微信营销相结合，最简单的结合方式就是把公司微信的二维码印在DM单上，当客户在浏览公司宣传单的信息时就可以

扫描二维码，客户可以通过二维码了解公司更多的产品信息。

- ◆ **线下与线上的整合：**公司可以将线下的商机与互联网相结合，让互联网成为线下交易的前台。也可以把在互联网上寻找到的消费人群带到实体商店中，这样就使得互联网上的客户资源被引流到了线下，客户也可以通过在互联网上了解了公司的产品后，再到实体商店购买的产品，也节省了客户的时间。
- ◆ **整合三方面优势：**随着互联网营销方式的发展，其也不仅仅局限于过去的PC端营销的方式，而应该把PC端的营销方式与移动互联网结合，同时再结合传统的线下营销方式。不同的消费者对于信息的接受习惯是不同的，整合这三种营销方式，就可以让不同的客户通过不同的渠道来了解企业。

方便快捷的移动互联网营销

随着智能手机的普及，用手机上网的人越来越多。手机已经不仅仅是简单的通信工具，人们可以用手机上网聊天、购物以及了解新闻资讯等。

手机网民的不断增加也表明了移动互联网快速发展的趋势，在空闲的时间用手机上网已经成为很多人的习惯。而这对公司来说正是营销的商机。

（1）认识移动互联网营销

移动互联网营销是把移动通信工具与互联网结合起来的营销方式。移动互联网营销的方式多种多样，具体如下。

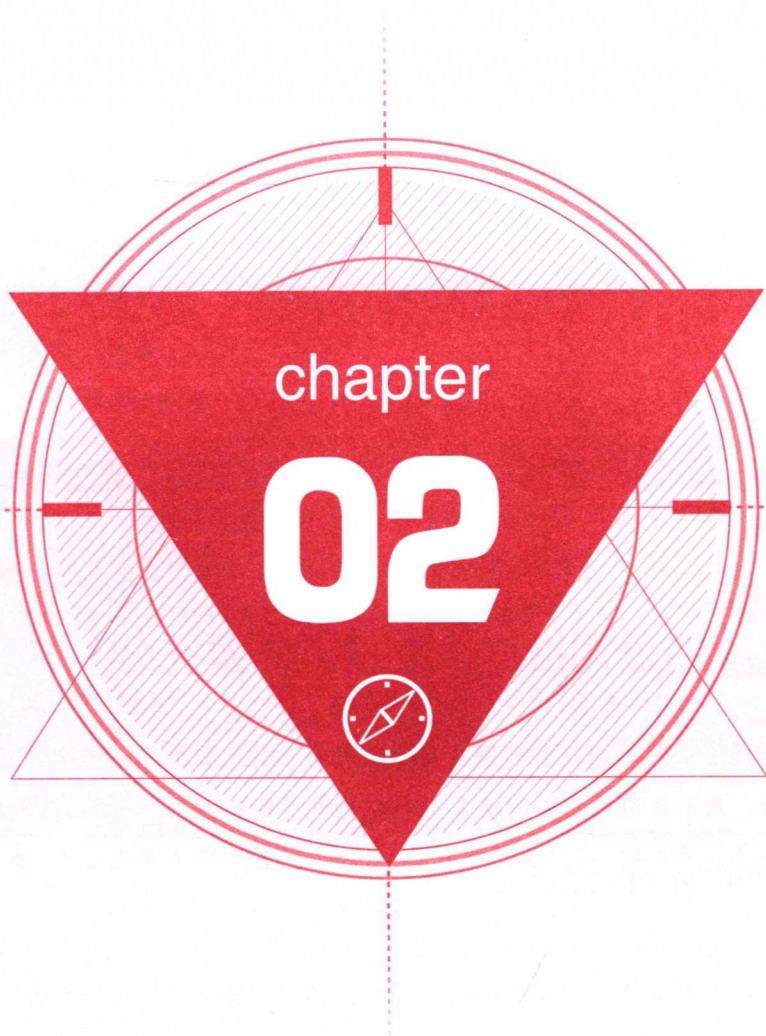
- ◆ **分享推广：**通过分享网页链接的方式对某一产品进行推广，当用户点击相应的链接以后。公司不仅可以推广产品还可以获取用户的一些信息，如QQ号码等。
- ◆ **微信推广：**公司建立微信公众号，通过发送用户感兴趣的内容来吸引目标客户，公司产品的宣传内容可以借助微信发送在关注者的手机上。

- ◆ **APP 推广**：用户下载公司 APP 后可以在 APP 上了解公司产品信息，如果公司 APP 具有订购功能，用户还可以在 APP 上订购公司产品。
 - ◆ **短信、彩信推广**：当公司推出新产品后或者某一产品有优惠活动时，通过发送短信和彩信的形式告知用户。
-

（2）移动互联网营销优势

移动互联网给公司带来的不仅仅是营销渠道的增加，而是用户上网习惯的改变，移动互联网营销与传统的互联网营销相比具有不可比拟的优势。

- ◆ **地域限制更小**：使用手机可以在公交车、地铁以及长途汽车站上网浏览信息或者购物。
 - ◆ **时间碎片化**：人们可以利用零碎的时间用手机上网或者购物，如等公交车的时候。把这些零碎的时间加起来计算，大多数人使用移动上网的时间都不短。
 - ◆ **次数多**：使用手机上网可以实现随时随地上网，移动上网的方便也增加了人们使用手机上网的频率。
 - ◆ **精准性**：一部移动手机代表一名受众，对目标客户进行分析后，公司可以更精准地推广产品，并且可以达到一对一的与目标客户交流的效果。
 - ◆ **专注性**：手机屏幕较小，用户在浏览信息的时候也更容易专注于信息内容。
 - ◆ **便捷性**：手机的体积较小，可以随身携带，这使得手机上网更加便捷。
-



如何开展新公司的推广和营销

进行推广和营销的主要方法

了解了营销两大渠道后，要进行公司的推广和营销还需要做推广和营销前的准备工作。要想公司的推广和营销取得效果就不要打无准备之仗。



新公司推广，准备工作要充分

在进行公司的推广和营销前要做足准备工作，做到有的放矢，才能事半功倍。那么公司需要做的准备工作究竟有哪些呢？

如何写好营销策划方案

推广和营销的策划工作是根据公司的营销目标制定策划方案，通过策划的方案来指导公司的实践行动。因此，策划方案的好坏是影响推广和营销结果的一个因素，营销策划方案应该包括以下一些内容。

- ◆ **策划目标：**策划目标是指此次营销需要实现的目的和达到的效果。
- ◆ **营销策略：**营销策略是计划书中比较重要的部分，指具体使用何种方式开展营销。
- ◆ **营销预算：**营销预算指此次营销费用的一个估算。
- ◆ **管理策略：**管理策略是指营销过程中所涉及的资料以及人员管理方面的内容。
- ◆ **计划执行表：**计划执行表指营销计划开展的整个具体的流程。

了解营销策划书的具体内容后，对各部分内容应该如何编制可能还不是太明白，下面我们针对各部分的内容来看看应该如何编制。

（1）策划目标

策划目标的内容是具体可以实现的目标，要具体化，不能过于模糊。可以把目标分为长期、中期和短期，规定具体实现目标的时间并用表格的形式来表现，见表 2-1。

表 2-1 营销策划目标表

时间	目标内容
2015 年 10 月	实现总销售量为 10 万件，预计毛利 5 万元，市场占有率实现 20%
2016 年 5 月	力争销售收入达到 100 万元，利润比上年翻一番
2016 年 12 月	完善分销市场，发展 20 家分销业务合作伙伴

（2）营销策略

营销策略包括产品定位、价格策略、营销渠道以及具体行动方案这几个方面的内容。

- ◆ **产品定位**：为产品的目标消费者进行定位，明确该产品针对的是男性还是女性、针对哪个年龄阶层或者哪类工作性质的人群。
- ◆ **价格策略**：为产品制定价格，在成本价位基础上上下波动。确定最低和最高销售价，以及价格优惠规则。
- ◆ **营销渠道**：确定此次营销的渠道，如开展线上营销还是线下营销，其中线上营销开展的方式是 APP 营销还是微博营销。
- ◆ **具体行动方案**：具体行动方案要对每一种策略的细节进行说明，例如，说明表现广告效果的标题、文字、图案、色彩的设计等。

（3）营销预算

营销预算需计算整个营销过程中的所有费用，包括总费用、阶段费用、项目费用等。营销开展所要实现的目标就是公司所要实现的利润。

（4）管理策略

管理策略需写明营销活动开展的主要负责人，以及开展期间的监督

人，营销活动结束后的检查人。对不同的项目还需安排具体的人负责，如电销部营销负责人、网销部营销负责人等，做到对各部门的职责有明确的分工。

(5) 计划执行表

计划执行表就是把每个时间段的工作形式、执行要点、执行部门、完成时间以及执行评价的内容都用表格的形式表示出来，见表 2-2。

表 2-2 计划执行表

顺序	工作形式	执行要点	执行部门	完成时间	执行评价
1	开展线下营销	对公司周边消费群体进行线下宣传	渠道部	2015 年 6 月	
2	开展微信营销	搭建平台，积累粉丝	网销部	2015 年 8 月	
3	开展百度推广	签订合同，定期进行关键词调整	网销部	2015 年 9 月	

备注 可根据具体情况合理地调整工作形式

在具体的营销过程中，可能会出现营销策划方案与现实情况不符的现象，所以要及时根据市场的变化调整营销策划方案。

找准公司定位才能明确营销方向

不同行业的公司都需要有自身的定位，品牌的建立是公司发展的重点。公司品牌的定位是建立在市场定位和产品定位基础上的，准确的产品定位能够表现产品的特性，体现出产品的核心价值。选择目标市场后，才有发展的方向。

准确定位能为营销和推广指明方向，初创时期的公司可能还没有自主品牌，但是可以有明确的定位。找准公司定位，打造自身的核心竞争力才能让自己在竞争中独占鳌头。对初创时期的公司来说，可以做到以下几点定位。

- ◆ **市场定位**：可以调查竞争对手对产品的定位如何、公司自主产品在什么样的市场上受欢迎，以及在当前市场上客户需要的是什么。通过这几个方面的回答可初步判断在目标市场上所处的位置。
- ◆ **客户群体定位**：要知道自己的客户群体是哪几类，而客户群体并不是一成不变的，还应根据市场变化分析客户的需求。
- ◆ **价格定位**：每一种产品都有其价格，公司产品的价格定位可以根据市场来把握，如果以扩大市场份额为目标可以采取较低的价格；如果产品质量和受欢迎度高于其他竞争者，可以采用较高的价格。
- ◆ **管理目标定位**：要有行之有效的绩效考核体系、员工培训计划、薪酬制度和晋升考核体系。有了这些管理制度后，员工才有共同努力的目标。

如何打造强大的营销团队

要在营销中提高自身竞争力就需要拥有自己的营销团队，一个人的能力是有限的，营销倡导的不是“个人英雄主义”。销售目标是一个可量化的数字，需要所有人一起配合、一起努力才能实现公司的业绩目标。

要打造营销团队就需要招聘营销人员，一般来说营销团队需要营销主管和营销专员。不管是营销主管还是营销专员，对于招聘的人员一般有以下几点任职要求。

- ◆ 专科及以上学历，市场营销专业或有一定销售经验的优先。
- ◆ 善于沟通，有一定的市场分析及判断能力，良好的客户服务意识。
- ◆ 性格外向、能够承受一定的工作压力并且有一定的学习能力。
- ◆ 有团队协作精神和责任心。

营销主管在公司的营销和推广中扮演着重要的角色，对营销主管的要

求要比其他营销人员更高，一个优秀的营销主管应该具有以下品质。

- ◆ 营销主管要有较强的抗压能力和自信心，完成公司营销目标有一定的困难性，作为营销的主管要能够接受这些挑战，给团队中的其他员工足够的自信。
- ◆ 营销主管要具有领导力，因为营销工作的开展是集体行为，如果营销主管没有组织和协调能力，那么就无法管理好整个营销团队。
- ◆ 能否倾听不同的意见以及提出创新的营销策略展现了营销主管的能力，一个优秀的营销主管不仅具备良好的业务能力还要有良好的人际交往能力。
- ◆ 营销主管还应有较强的学习能力，能够根据市场的变化改变不适用的营销理念并提出切合现实情况的营销策略。

作为公司营销和推广的管理人员，营销主管是营销团队的核心和支柱，营销主管要比团队中的其他人更具有责任心和团队精神，一个公司的营销主管的职责有以下几点。

- ◆ 制订团队销售目标和计划，并让团队中的其他人也明确销售目标。
- ◆ 制定市场营销的策略并根据市场的变化及时作出调整。
- ◆ 与其他销售人员进行沟通，共同完成公司制定的销售业绩。
- ◆ 对市场进行分析和调研，指导其他销售人员开展营销工作。
- ◆ 对销售团队的其他人员进行不定期的培训，提高个人的销售能力。
- ◆ 不定期对营销结果进行评估和总结。
- ◆ 完成公司交办的其他工作。



新公司营销的难点与策略

为了在当前激烈的竞争环境下占得有利位置，还需要了解一些基本的

营销策略，这对公司进入市场很关键。在这之前，首先来了解一下新公司营销到底有哪些难点。

新公司营销的难点在哪里

新公司在开展营销的过程中会比成熟公司遇到更多的问题，这些问题也正是公司营销的难点，这些难点很可能让公司陷入困境。

（1）营销计划难以执行

对许多公司来说制订营销计划并不是难事，难的是执行。因为执行困难使得公司制订的营销计划成为“花瓶”，造成营销计划难以执行的原因之一是公司的营销计划缺乏一定的事实依据，没有从实际情况出发。

另外，也有可能是因为营销计划传递不到位或者营销人员不知如何开展营销工作。使营销计划能够有效执行的方法有以下几点。

- ◆ **制订一份具有 SMART 法则的营销计划：**S（Specific）指的是“具体的”；M（Measurable）指的是“可衡量的”；A（Attainable）指的是“可以达到的，切合实际的”；R（Reasonable）指的是“合理的”；T（Time）指的是“有时间性的”。SMART 法则是制订营销计划应遵循的原则。
- ◆ **营销计划需要过程管理：**要让营销计划更好的执行，就需要进行层层细分，把销售目标落实到具体的人员头上，并制订日计划、周计划和月计划。
- ◆ **营销计划要考核：**没有考核的营销计划，将很难执行，考核应分为正负激励，对表现较好的员工应给予奖励，对不负责任的员工也应有惩罚。这既能激励员工为完成营销目标而努力，也能防止不负责任的员工出现。

（2）没有科学的营销策略

公司的营销策略应有全局意识和长期眼光，为了制定科学的营销策略