



社科奖第九届全国市场营销大赛 以深圳为试点的“一元租赁”共享模式

营 销 策 划 书



指导老师：曾洁雯老师、余海冰老师

学 校：广东轻工职业技术学院

团队名称：营领轻春

团队成员：伍志斌、鲁桂香、梁子扬、廖斯雅、黄丽林



2017年11月16日



社科奖第九届全国市场营销大赛

前言

全国高校市场营销大赛是在全国范围内举办的公益性和专业性大赛，是国内最具权威的高校赛事。大赛以学生为中心，借鉴国际标准开展权威公正的大赛和表彰活动，举办至今已至第九届。在师兄师姐宣传介绍的一个契机下，我们很幸运的邀请到曾洁雯老师和余海冰老师作为指导老师，成功组建了“营领轻春”团队。

经过分析，小巧便捷的无线路由器在应用中的智能化和在选择中的个性化表现得越来越激烈，即智能无线路由器可以让你方便连接其它电子设备，更可以让你通过远程控制这些设备开展工作，它可以满足商务人群在工作方面的不同要求。同时，资费优惠的 170 电话卡也可以满足在商务人群对于电话的需求。由此可见，这两款产品的消费市场存在共性，于是我们决定进行产品组合，并开拓广州的外贸企业出差人群这一消费市场。

为了引起消费者对我们产品的关注，提升产品知名度和美誉度，使我们找准营销方向和目标并顺利完成营销工作，我们做出了此策划方案。同时也非常感谢大赛给予我们这个平台，让我们能得到更多的锻炼和成长经验，我们也将通过不断地改进和完善使之成为有效性和可行性的策划书。

蜂卡·蜂行天下

www.fangma.cn

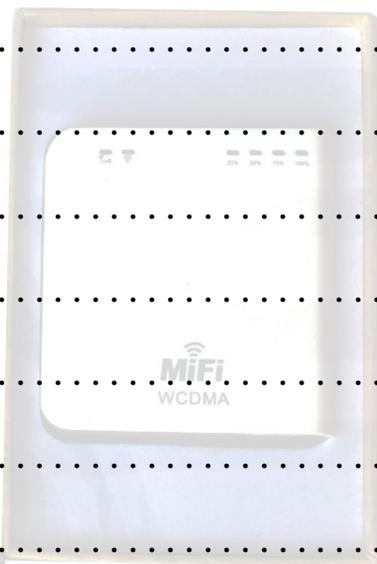
客服热线 400-1569-009



社科奖第九届全国市场营销大赛

目录

一、项目概述.....	1
二、现状分析.....	2
(一) 企业简介.....	2
(二) 团队简介.....	3
(三) 营销环境分析.....	3
(四) SWOT 分析.....	12
(五) STP 分析.....	14
三、营销目标.....	20
四、营销策略.....	21
(一) 4P 策略.....	21
(二) 具体操作方案.....	25
(三) 时间安排.....	28
(四) 费用预算.....	28
(五) 应急方案.....	29
五、结束语.....	30
附件.....	30



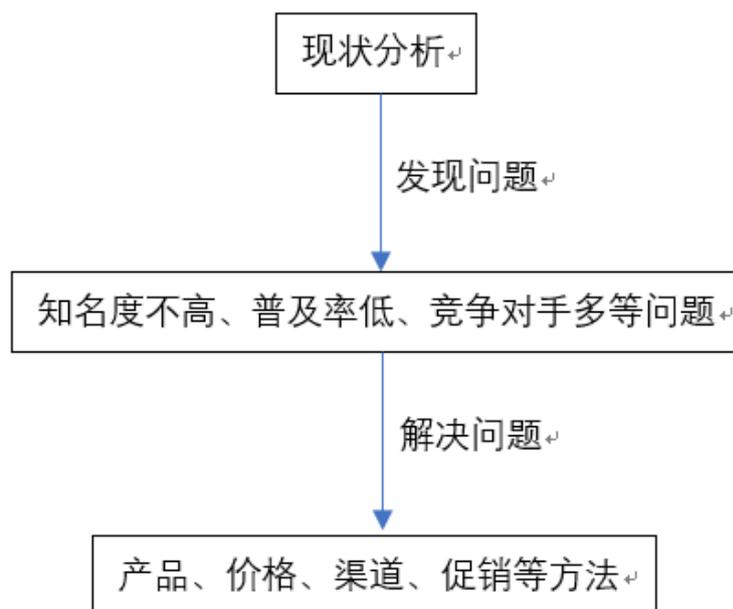


一、项目概述

通过我们对无线路由器以及 170 电话卡的市场现状和前景分析后，我们了解到这两款产品的市场存在着一定的发展空间，特别是这个在互联网时代消费者对网络的强烈需求。

然而，对于我们自身的产品如今在市面上的知名度并不高，普及率低，且竞争对手多而强，如无线路由器的龙头企业华为、TP-LINK 等，而 170 电话卡有苏宁、国美等一线品牌。于是我们对产品深入剖析后进行了 SWOT 分析，然后根据 STP 理论分析精准定位了目标人群。

针对现有的市场现状我们提出了扩大知名度和提高产品市场占有率的营销目标，使我们的品牌在市场上达到一定的占比，并为此目标做出了一系列营销战略，如 4P 策略，也为此做出了应急方案，使之成为可行性的策划方案。





二、现状分析

(一) 企业简介

1. 移联佰汇(北京)网络技术有限公司

移联佰汇(北京)网络技术有限公司是一家成立于 2013 年的电子商务公司，依托公司研发的移联佰汇电子商务平台和 ERP 软件，对供货商、经销商、直销商进行管理以及进行在线业务。其电子商务平台是专业综合缴费系统电商平台，为用户提供专业的综合缴费系统，主要以移动、联通、电信手机话费充值为主，供货平台提供优质一手全国手机话费充值货源。平台商品涵盖通讯服务类、生活服务类等类目，为用户提供话费货源、QQ 币、水、电、煤生活缴费、票务预订等综合便民服务。

该公司秉持“好平台、好货源、好服务”的电商经营理念，为用户提供专业的综合缴费系统和官方货源的便民缴费商品，同时还有专业的运营团队和先进的技术团队全程跟进，为用户提供安全、稳定的缴费系统，树立了互联网行业服务的新标准，致力于打造全新无需代理商或合作伙伴值守的携带优质货源的缴费平台，让用户享受更专业、更便捷、更稳定的智能化的服务。

移联佰汇网络技术有限公司实力雄厚，重信用、守合同、保证产品质量，经销的品种齐全、价格合理，以多品种经营特色和薄利多销的原则，赢得了广大客户的信任。

2. 国信工控科技股份有限公司

国信工控科技股份有限公司，2017 年 2 月 24 成立，主要经营电

信增值业务及互联网贸易，提供远程教育教学支持服务。经营范围有电信增值业务及互联网贸易（凭相关资质及许可文件经营）；研发、设计计算机硬件、网络技术、通信技术及教育软件并提供技术转让、技术咨询和技术服务；计算机技术培训；提供远程教育教学支持服务；销售自行研发的产品（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

（二）团队简介

本团队由广东轻工职业技术学院财贸学院市场营销专业 16 级学生组成，团队名称为“营领轻春”，寓意着希望作为市场营销专业的我们能够带领轻院走向春天。我们每个人都有着不同的性格特长，有的善于策划，有的善于演讲，有的善于出主意找渠道，我们是一群有活力有梦想的年轻人，喜欢不断挑战自己，奋力拼搏。作为轻院学子，我们敢挑战，善思考，发挥不怕苦不懈努力的营销精神，我们正青春，相信坚持能带我们走向胜利的春天。

（三）营销环境分析

1. 当前市场状况及市场前景分析

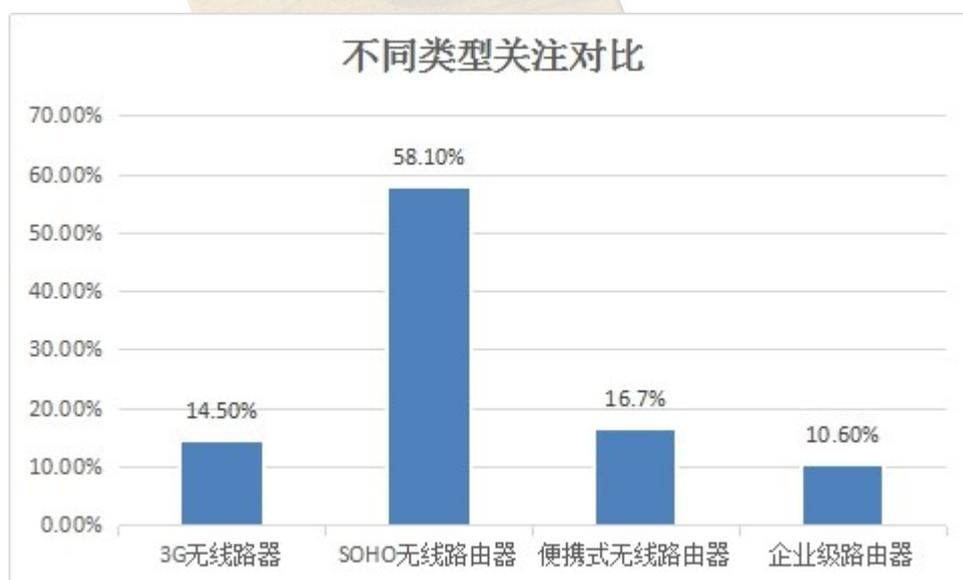
（1）无线路由器——2017 年中国无线路由器市场分析

①无线路由器市场品牌占比



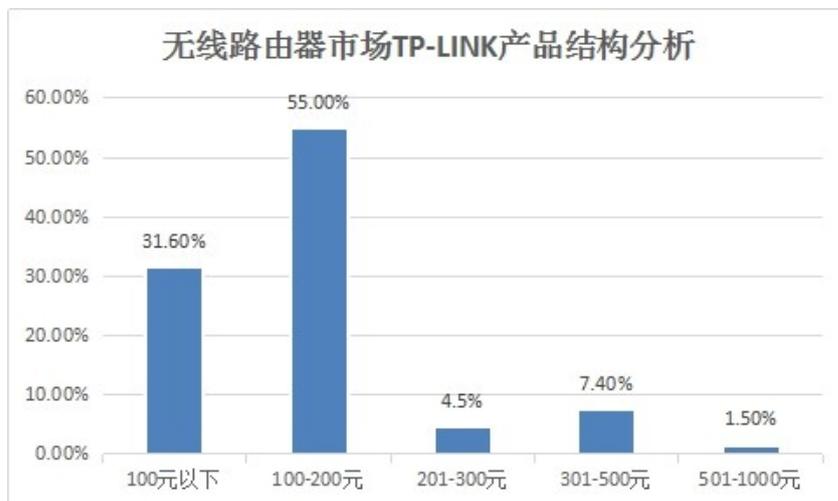
上图所示，中国无线路由器市场参与竞争的品牌数量较多，其中前十品牌累计占据九成关注度，竞争激烈。TP-LINK 依旧超四成的关注比例领跑，D-Link 获得 10.5% 的关注比例，排在亚军位，其他上榜品牌关注比例均在 10% 以下。

②路由器不同类型关注对比



上图所示，无线路由器市场上，SOHO 无线路由器获得 57.6% 的关注比例，最受用户关注。其次是便携式无线路由器的关注度达到 16.7%，能够为用户提供 WIFI 与 3G 双重体验的 3G 无线路由器关注度是 14.5%。

③无线路由器市场 TP-LINK 产品结构分析



上图所示，从 TP-LINK 的产品结构来看，其以 100-200 元价格段无线路由器为主，获得 55.0% 的用户关注比例，在各价格段产品中居首。TP-LINK 百元以下与 301-500 元价格段产品关注比例却相差较大，前者获得三成以上关注度，用户关注较为集中，后者关注度不足 10%。

④2014-2017 上半年智能路由器销量占比



在行业发展中，2014 年-2017 年上半年智能路由器销量占比逐年上升。2017 年全球企业和服务提供商（SP）路由器市场整体市场规模为 152 亿美元，比 2016 年增长 4.0%。其中 2017 第四季度达到 40 亿



社科奖第九届全国市场营销大赛

美元，同比增长 2.4%。按照市场细分，2017 全年服务提供商路由器市场增长了 5.7%，企业路由器件市场增长了 1.1%，2017 年路由器销量占比达 17.8%。据预测，未来三年全球及中国路由器市场规模将继续呈稳步增长趋势，到 2020 年全球路由器市场规模预计达到 230 亿美元，年均复合增长率约为 4%。

⑤小结

以上，我们得知无线路由器的市场有一定的发展空间。在上网(4G 下行)速率方面，目前 4G 网络速度至少是 3G 时代的数倍，因此即使多 MiFi 终端分享，上网体验还是相当不错的；与此同时，4G 的资费与 3G 时代持平，这在物价普遍上涨的今天，也可以说是变向降价了。如今 MiFi 路由器的设计都不在比拼精巧，因为其借鉴了移动电源的成功经验，并将其与 MiFi 路由器功能合二为一，既能将 4G 网络转换为 WIFI，又能给手机等移动终端充电，同时续航时间通常超过 10 小时，对于用户来说 MIFI 产品的实用性大大增强。

作为互联网的入口设备，无线路由器市场还将保持持续增长，并逐渐走向成熟阶段。企业往后也将更多新技术如物联网等直接作用于无线路由器上。智能手机、平板电脑、笔记本电脑、智能家居设备等智能设备的迅速崛起，使得家家都需要部署 WIFI 网络。除了在家中，走亲访友我们恨不得第一句话也是“你家 WIFI 密码多少？”家家都必备无线路由器，抓住这些消费者对网络的诉求，市场是相当广阔的。今后，无线路由器不仅仅单纯承担为用户提供无线网络的功能，它更可以成为家庭的娱乐中心和数据中心，甚至是智能家居控制中心。

因此，MIFI 移动路由器产品的未来前景再度被看好！

(2) 170 电话卡

2012-2017年170电话卡出货量
单位:万张



2012 年-2017 年 170 电话卡出货量逐年波动增长。在电信领域，2016 年全球电信 SIM 卡发卡量约 54 亿张，2017 年 170 电话卡出货增长率达 3.22%，总出货量达 96.2 万张。全球网络通信迁移以及手机用户的平稳增长成为 170 电话卡发展的主要推动因素。

2. 项目宏观环境分析

政治环境
<p>现在正处经济高速发展时期，国家的政治局势稳定，人民生活水平日益上升，生产发展效率逐步提高。为推动信息通信行业持续健康发展，2017 年 1 月工信部编制发布了《信息通信行业发展规划》提出了加大政策支持力度，将深入推进信息通信业与经济社会各行业各领域的融合发展，信息通信业整体规模进一步壮大，综合发展水平大幅提升。移联佰汇以及国信可以借助自身企业资源及技术，制定顺应当代时事政治发展的策略。</p>
经济环境



社科奖第九届全国市场营销大赛

经济环境是影响企业营销活动的主要环境因素，其中收入因素和消费结构对企业营销活动影响较大。根据国家信息中心的统计数据显示，2017 年中国共享经济市场交易额 49205 亿元，较上年增长 47.2%，在我国，随着互联网以及移动互联网的发展，共享模式已经成为众多企业发展的重要选择。

我国经济正高速发展，国内生产总值逐年增长，带来了人民收入和生活水平的提升，经济发展趋势的上升促进我国第三产业发展，这给移联佰汇和国信创造了营销机会。

社会文化环境

企业营销活动必然受到社会文化环境的影响和制约。消费者的文化教育水平对产品的包装和功能都有一定的要求。随着物质需求的提高，人们对社交、自尊、求知、审美的需要也更加强烈，这对通信行业和通讯行业带来了良好的发展前景。

技术环境

随着国家注重通信设备基础设施的建设的完善，基站的数量在不断增多，信号覆盖的范围也随之增加。通信行业和通讯行业得到长足的发展，信号覆盖的地方，人们都可以使用手机和远在千里之外的亲人、朋友以及同事聊天，也可以在互联网中自由冲浪。在此技术环境的支持下，MiFi 路由器以及 170 电话卡便有了它不断发展的空间。

3. 项目微观环境分析

因素	分析
供应商	国信工控科技股份有限公司和移联佰汇(北京)网络技术有限公司所用的技术和设备将直接影响 MiFi 路由器或 170 电话卡的质量，在物资供应紧张时，供应商更起着决定性的作用。因此，通过网络咨询，及时了解下一级供应商情况，有助于企业及时作出调整。
顾客	对于消费者市场，通过物流系统，快送将 MiFi 路由器和 170 电话卡送达客户手上，运用互联网技术将客户信息进行统计，及时跟踪和反馈 MiFi 路由器和 170 电话卡的质量或服务，将大数据提供给生产商。

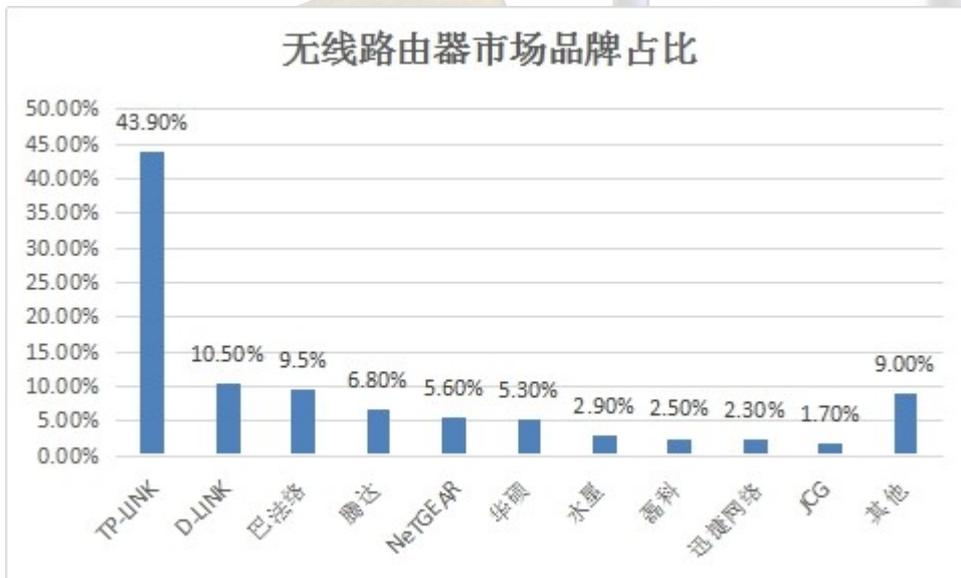


竞争者

对于国内市场，有竞争必然有输赢。而 MiFi 路由器的替代品也很多，如华为 4G 无线路由器、紫米 4G 随身路由器、本腾 4G 随身 Wi-Fi 等，这些都是我们竞争者的产品；而 170 电话卡的替代品，如中国移动卡、中国电信卡、中国联通卡，这些无疑是 170 电话卡最大的竞争产品。适者生存的游戏规则在市场上更为显著，洞悉市场规律有利于站在行业的前端。

4. 竞争者分析

(1) 无线路由器



由上图所示，根据 2017 年中国无线路由器市场分析，中国无线路由器市场参与竞争的品牌数量较多，其中前十品牌累计占据九成关注度，竞争激烈。TP-LINK 依旧超四成的关注比例领跑，D-Link 获得 10.5% 的关注比例，排在亚军位，其他上榜品牌关注比例均在 10% 以下。而 MiFi 路由器品牌知名度低。

针对 MiFi 路由器的特性，市场上的竞争对手主要有 TP-LINK、腾达、华硕、斐讯、小米路由器等。而竞争对手的大致情况如下：

竞争对手	情况
------	----



社科奖第九届全国市场营销大赛

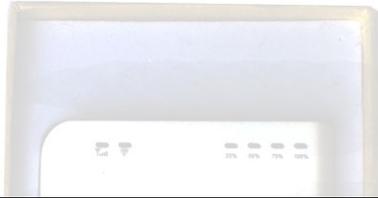
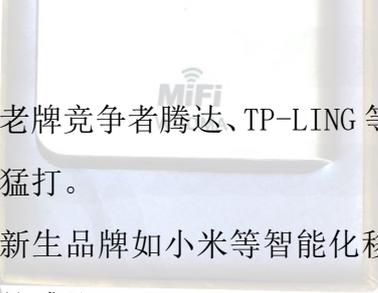
TP-LINK 路由器	TP-LINK 是普联技术有限公司旗下的品牌，成立于 1996 年，是专门从事网络与通信终端设备研发、制造和行销的业内主流厂商，也是国内少数几家拥有完全独立自主研发和制造能力的公司之一。
腾达路由器	腾达致力于中国网络产业的发展，为用户提供人性化的、创新的涵盖无线网络、有线网络、区域网络的各类产品。
华硕路由器	台湾华硕电脑股份有限公司是目前全球第一大主板生产商、全球第三大显卡生产商，同时也是全球领先的 3C 解决方案提供商之一，致力于为个人和企业用户提供最具创新价值的产品及应用方案。
斐讯路由器	斐讯数据通信技术有限公司成立于 2009 年，是一家集研发、制造、销售于一体，致力于向客户提供移动终端、数据通信、云计算等技术设备及整体解决方案和服务的高新技术企业公司。
小米路由器	小米路由器是小米公司三大主要产品之一，以互联网思维改变传统行业的又一力作。它实现了类似 NAS 的功能，解决传统路由器上网慢、设置复杂等痛点。 它成为移动互联网时代的家庭娱乐数据中心、智能家庭网络中心。

众多竞争对手中，华硕路由器是一家专门致力于网络智能终端产品的公司，在路由器行业中具有较大的影响力，且面临着和 MiFi 路由器相似的市场困境，可以作为我们路由器可以在短时间内追赶的一个目标，树立一个和自己同样水平的目标竞争者，为了更好的将 MiFi 路由器和华硕路由器做优劣势的比较，我们将其分别进行了 SWOT 分析：

优势	劣势
①产品外型设计上加入时尚元素、美	①安装程序复杂，不适合小白用户。



社科奖第九届全国市场营销大赛

<p>观科幻，科技感十足</p> <p>②产品获得多项技术权威认证，质量过硬，拥有全球领先的 3c 解决方案，科技实力强大。</p> <p>③产品功能多样化，产品覆盖面广，产品线多元化，产品灵活性强，独创 AiMesh 技术。</p>	<p>②价格定位混乱，价格不占优势。</p> <p>③知名度低和市场认可度不高</p> 
<p>机会</p>	<p>威胁</p>
<p>①国内少数几家拥有完全自主研发和制造能力的公司之一，创建了享誉全国的知名网络与通信品牌。</p> <p>②产品知名度和市场认可度逐渐提高。</p> <p>③转变营销模式，开拓线下市场，完善了华硕的产品生态链。</p>	 <p>①老牌竞争者腾达、TP-LING 等品牌紧追猛打。</p> <p>②新生品牌如小米等智能化移动路由器的威胁。</p>

(2) 170 电话卡

针对 170 电话卡的特性，市场上的竞争对手主要有腾讯王卡、米粉卡、蚂蚁宝卡、哔哩哔哩卡等。而竞争对手的大致情况如下：

竞争对手	情况
腾讯王卡	腾讯王卡是联通联合腾讯推出的通信产品，其最大的亮点就是提供腾讯应用宝免流量服务，王卡用户不仅能在应用宝内免流量下载和更新全网应用，更可以免流量费使用微信、腾讯视频、王者荣耀等腾讯系 APP。
米粉卡	小米携手中国电信推出的米粉卡，还有中国联通版米粉月租卡，小米旗下 APP 免流。
蚂蚁宝卡	蚂蚁宝卡是支付宝与中国联通联合推出的专属号卡产品，分为“蚂蚁国宝卡”、“蚂蚁大宝卡”和“蚂蚁小宝卡”。蚂蚁大宝卡的亮点在于针对全国免流，接听免费，是目前市面上



社科奖第九届全国市场营销大赛

	价格最低的流量套餐之一。
哔哩哔哩卡	哔哩哔哩卡是 B 站联合联通正式推出的专属免流卡，对 b 站经常要观看视频的用户具有极大吸引力。

从众多竞争对手中，腾讯王卡是一家专门致力于通信产品的公司，在通信行业中具有较大的影响力，是 170 电话卡的主要竞争对手；为了更好的 将腾讯王卡和 170 电话卡做优劣势的比较，我们将其分别进行了 SWOT 分析。

优势	劣势
①资费合理，办卡门槛低。 ②腾讯的客户群体庞大，旗下 APP 免流吸引力大。 ③功能多样化，流量通话双管齐下。	①赠送的话费不能抵扣套餐费用，不能抵扣日租宝的费用。 ②免流的 APP 覆盖率不高，免流的 APP 全部是腾讯旗下的软件。 ④免流的 APP 范围标准划分混乱。
机会	威胁
①资费逐渐降低，竞争力更大。 ②网卡免流的 APP 越来越多，用户使用率越来越大。 ③经常推出优惠套餐，吸引更多用户。	①市场竞争越来越激烈。 ②产品可选性越来越多，市场竞争对手增加。

（四）SWOT 分析

1. MiFi 路由器 SWOT 分析

优势	劣势
①小巧轻便。可随身携带，无线 WIFI 网络+移动充电两用。 ②经济实惠。对于出行人员来说，有些高端酒店都不提供或者收费很高，使用此产品，可以减少在外出差的网络	①流量资费费用较高。 ②信号不稳定。易受环境影响，如在山区等欠发达的地区可能影响到 WIFI 信号。 ③耗电大。用电速度较快，无法保证一



社科奖第九届全国市场营销大赛

<p>费用。</p> <p>③安全。随身 WIFI 是使用者独享或者是熟识的人共享，避免使用公共 WIFI，信息泄露的风险，保证了使用者个人信息的安全。</p> <p>④操作简单。无需设置，开机即可使用。</p>	<p>天的使用需求。</p> <p>④品牌知名度低。该款产品宣传力度不足，缺乏较为有力的品牌支撑，知名度较低，没有忠实的客户群体。</p> <p>⑤售后服务系统不完善。产品缺乏完善的售后服务体系，遇到使用上的问题，不能够及时给到消费者解决方案。</p>
机会	威胁
<p>①产品市场前景大：市场需求大，市场接受程度高。</p> <p>②市场潜在消费能力高和客户粘性强。</p> <p>③4G 网络的极速体验成为时代潮流。</p> <p>④作为互联网的入口设备，移动路由器市场将保持稳定增长，市场需求持续增长。</p>	<p>①移动路由器产品相关技术尚未完全成熟。</p> <p>②产品同质化严重，来自市面上竞争者的威胁越来越大。</p>

2.170 电话卡 SWOT 分析

优势	劣势
<p>①用费低。全国打电话 0.12 元/分钟，来电显示 6 元/月可选，卡内含 10 元话费，费用低。</p> <p>②无套餐、全国无漫游。用多少花多少，自由消费。</p> <p>③没有最低消费。套餐任意组合，适用于各类的消费群体。</p> <p>④选号方便。消费者可根据自己的意愿选择心仪的手机号码。</p>	<p>①不能进行银行卡绑定。</p> <p>②段号可能会被杀毒软件自动屏蔽。</p> <p>③网站注册不识别。</p>
机会	威胁



社科奖第九届全国市场营销大赛

<p>①主打市场前景大，市面上没有主打通话需求的电话卡，竞争压力相对小。</p> <p>②通话套餐资费合理，业务人群扩大，通话需求增加，潜在消费能力大。</p> <p>③稳定极速的 4G 通话体验成为时代潮流。</p>	<p>①产品主打通话，功能较单一目标消费人员有局限性。</p> <p>②竞争者的威胁：市面上竞争者多，产品和功能多样化。</p>
---	--

3. 小结

科技的发展带动了移动智能设备的产生和发展，如今人人都离不开网络，甚至还可以赋予所有无生命的物品智能化，方便了人们的生活。在快速发展的时代，消费者越来越追求个性自由、便捷实惠的产品，在进行营销的时候，能够准确的传达 MiFi 路由器和 170 电话卡自身的优势特点信息给消费者，能吸引不少顾客对产品的关注。因此，为了有效利用两款产品的优势，加大产品的价值，我们建议将两款产品组合在一起，并通过推出产品对顾客的价值意义的宣传活动和促销活动，在有限的资源下充分发挥两款产品的优势，以获得消费者的青睐和信任。

因此，在这样的时代环境下，需要准确的利用机会抓住消费者对网络和通话的需求，并不断通过建立品牌创新来突破竞争者的威胁和压力，给予消费者不一样的用户体验。

（五）STP 分析

1. 市场细分

（1）按城市分

按城市分	分析
------	----



社科奖第九届全国市场营销大赛

一线城市	北广上深。该四大城市的人群消费能力强，对于网络和通信的追求质量高。
二线城市	如杭州、南京等省会城市。该类城市人群消费较一线城市弱，追求高质量的网络以及通信的人群少。
三线城市 及以下	如江门、桂林等三线城市。该类城市居民规模小，消费能力较差，对于网络及通信的高质量追求少。

(2) 按行业分

按行业分	分析
外贸业	外贸行业员工会经常出差会对流量网络以及通话有着较大需求。
制造业	工厂员工平时工作下班后会对网络和通信有消遣需求（宿舍可能未能覆盖 WiFi）
医疗行业	医生或医疗器械的业务员外出时，需要进行网络完成工作和通话需求。
教育行业	机构老师或学校老师平时办公需要网络完成基本的教学备案以及需要和家长进行电话沟通，而学生平时在宿舍也需要网络来进行网上冲浪和家里人进行电话联系。
旅游行业	旅游行业的导游和跟团的团员在行程出行时，各个旅游景点的信号不同，导游需要稳定的网络进行办公同时也会用到电话卡和每位的跟团的团员保持联系，保证出行的安全，而跟团的旅游人员也会需要稳定的网络进行娱乐消遣活动和电话通讯。

2. 目标市场

我们选定一二线城市外贸公司出差人群作为目标市场。为了节约成本，一二线城市的企业把工厂建在二三线城市，出差人群在出差途中不仅需要用网络连接电脑办公，同时还需要时刻和外地的供应商电话联系。而 MiFi 路由器不仅能满足消费者的工作需求，还能满足为其手机进行实时充电的需要。而且用上这两款产品能还降低公司出差



社科奖第九届全国市场营销大赛

人群对于网络费用和通话费用的成本。为了更好为目标人群服务，我们对目标人群进行了以下分析：

●目标人群痛点分析：

- (1) 外出办公需要网络和通话
- (2) 电脑连接手机热点网速慢，无法满足网络稳定的需求
- (3) 手机流量套餐价格较高
- (4) 质量好的路由器价格偏高



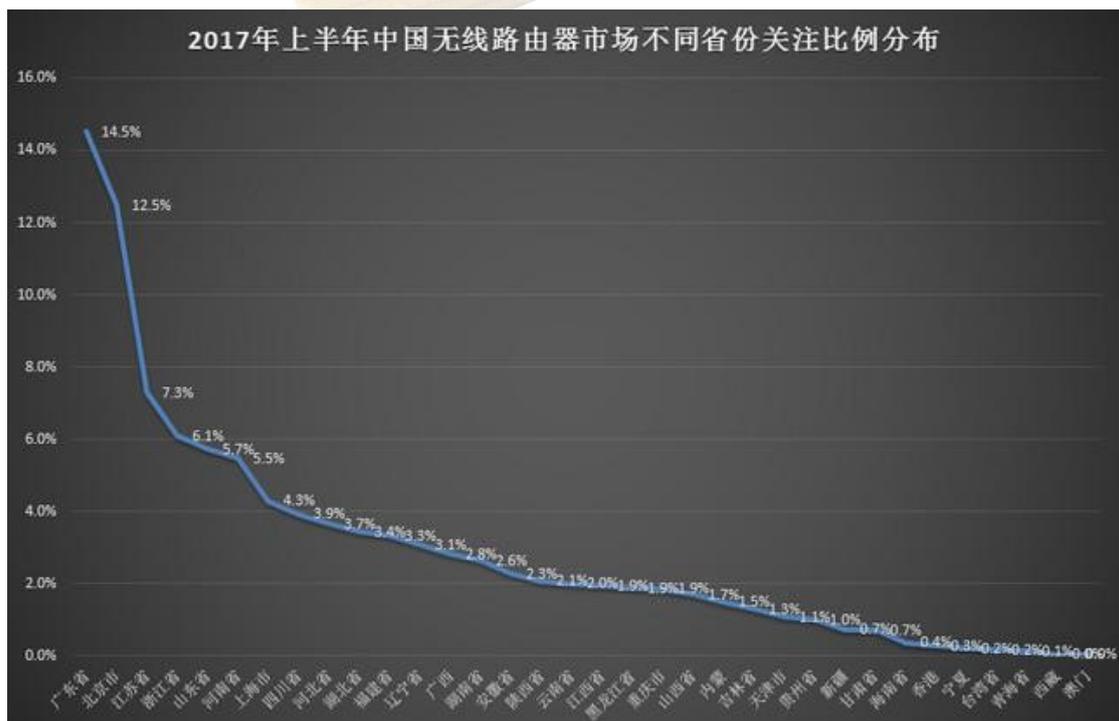
●目标人群消费特点分析：

- (1) 追求便捷和实用
- (2) 注重产品的功能性能，不太在乎外观

通过以上分析，我们还进行了调研，具体分析如下：

(1) 无线路由器

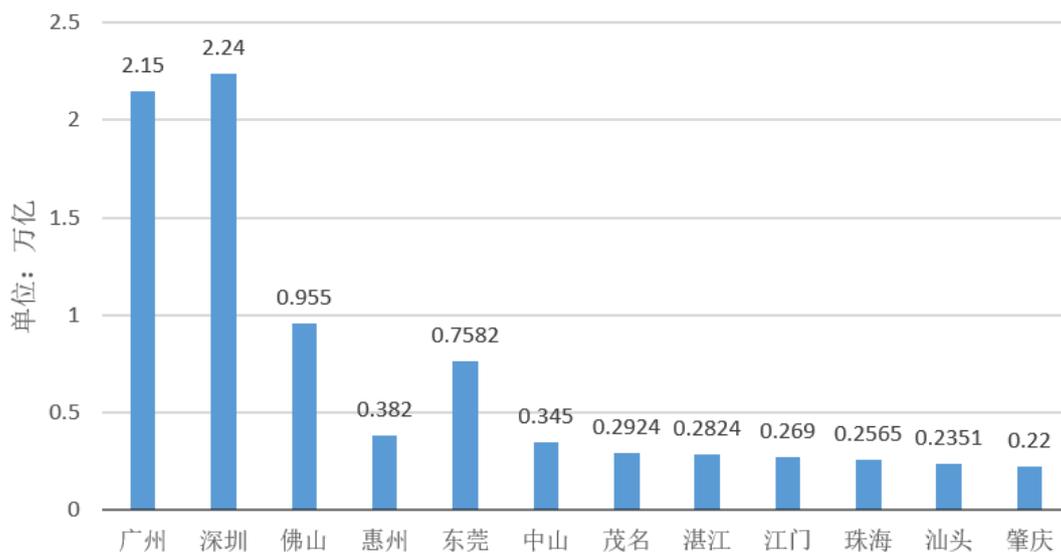
①2017年上半年中国无线路由器市场不同省份关注比例分布



由图 1 看出，发达省份和人口密集省份，用户对无线路由器的需求旺盛。随着宽带中国、光网城市等政策驱动，全国都在进行宽带建设，为无线路由器提供了一个优越的土壤。其中，广东省最高，为 14.5%，北京市紧随其后为 12.5%。江浙两个富裕省份紧随其后，山东、河南、上海、四川等省市人口密集，宽带基建比较好，无线路由器需求较大。偏远地区、自然环境恶劣的地区，由于宽带基础建设缺失，无线路由器的需求不是很大。因此，消费市场初定在广东市场。

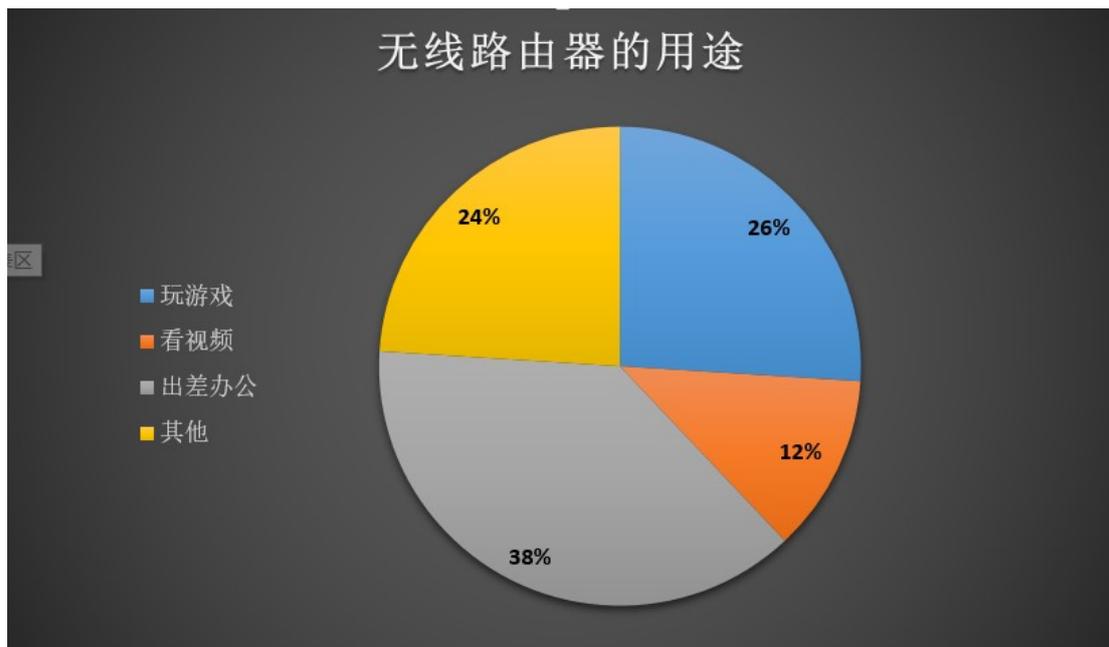
②2017 年广东省各城市 GDP 排名

2017年广东省各主要城市GDP总值排名



据国家数据网 2017 年统计，由图 2 看出，2017 年深圳 GDP 达 2.24 万亿元，GDP 排名位居广东省第一，因此，消费市场进一步定位在深圳。

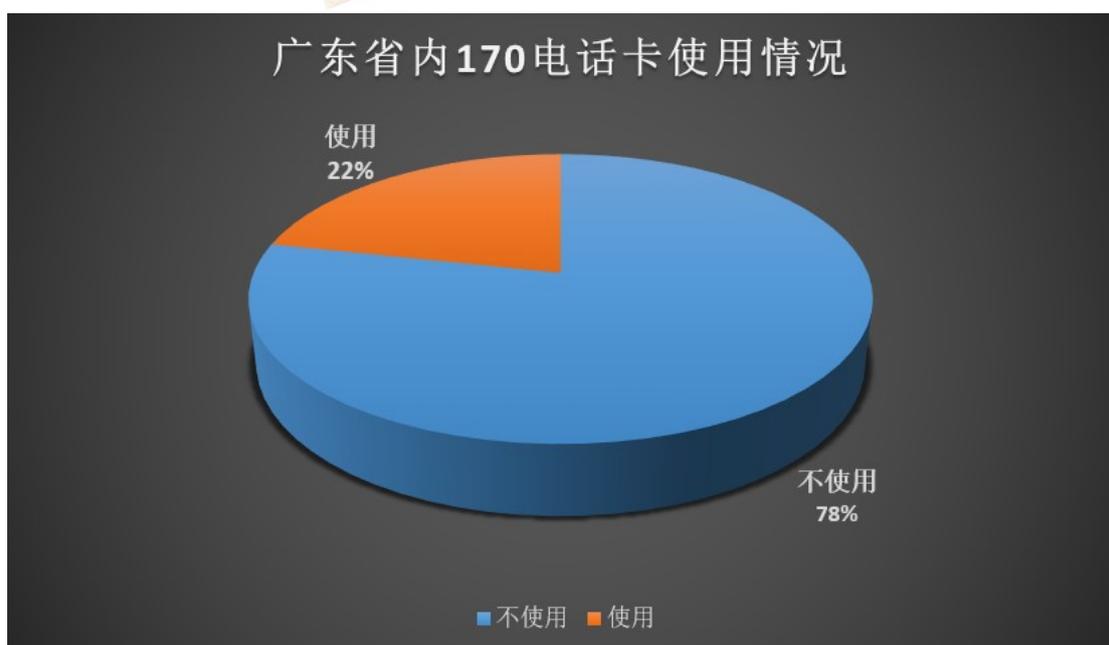
③无线路由器的用途



根据调查数据发现，无线路由器的用途比例中，出差办公是主要用途，高达 38%，而游戏玩家用户紧跟其后，占据 26%，看视频的用途比例则有 12% 的比例，其他需求占据 24%。因此，我们的目标市场定于出差办公的人群。

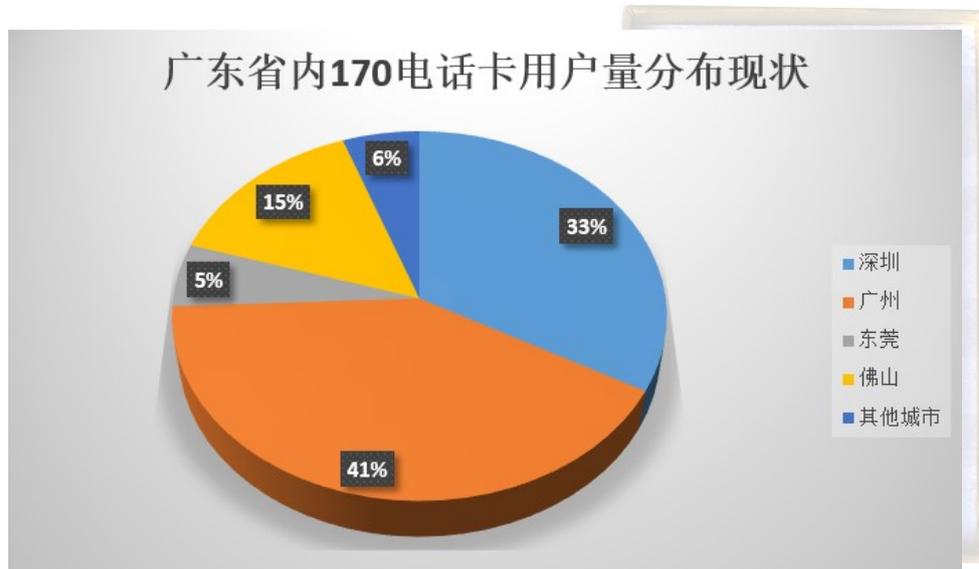
(2) 170 电话卡

① 广东省内 170 电话卡使用情况



据调查问卷结果显示，广东省内使用 170 电话卡的用户比例达到 22%，因此，170 电话卡在广东中是有一定比例的市场。

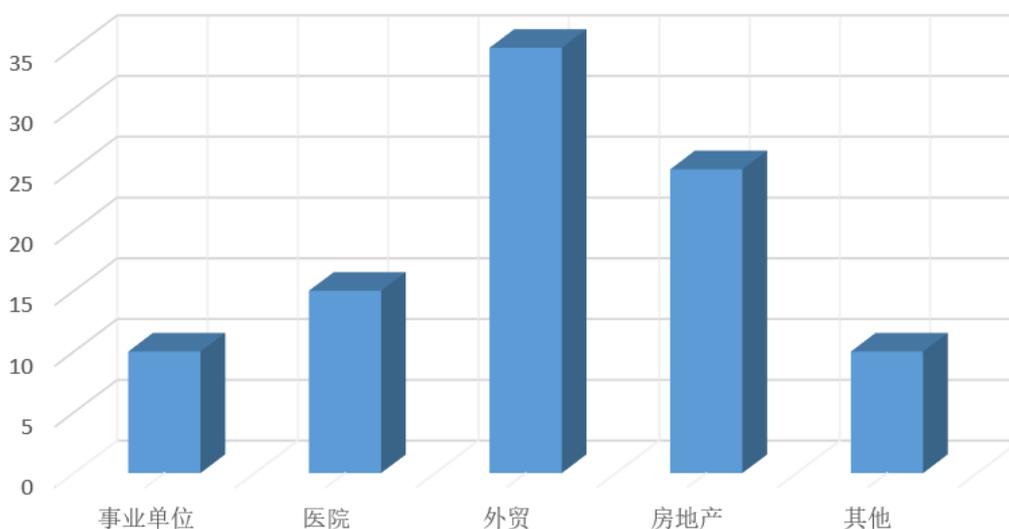
②广东省内 170 电话卡用户量分布现状



据调查，170 电话卡在广东省内的用户量有 41%分布在广州，其次是深圳占 33%，再次是佛山等二线城市。因此可以看出广州深圳等一线城市对于 170 卡的接受程度是比较高的。

③深圳市 170 电话卡用户人群分布

深圳市170电话卡用户人群分布





社科奖第九届全国市场营销大赛

根据调研数据显示，深圳市主要使用 170 电话卡的行业群体为外贸行业，约占调查比例的 34%，房地产紧随其后，比例约达到 23%。由此可看出，外贸行业使用 170 电话卡的人数多于其他行业，潜在市场大。

3. 市场定位

国信公司的路由器小巧便捷，WiFi 和充电一机两用；移联佰汇的 170 电话卡 0 月租资费低，将 MiFi 路由器和 170 电话卡组合在一起，能同时满足消费者上网和通话的需求，提供给目标人群无线 WIFI+移动充电+通话的服务。因此我们市场定位为：

- (1) 使用者定位：追求便捷的中低端外贸企业的出差人群。
- (2) 产品特色定位：优惠，便捷。

4. 总结

根据以上分析，现在是个共享经济时代，人们追求便捷经济的产品。路由器的电话卡存在市场机会，而企业提供的产品能够满足出差族网络和业务通话的需求，再结合两款产品的特点，决定用共享模式来推广产品，提高产品知名度。

三、营销目标

2018 年布局广东移动网络市场，拓展福田区租赁业务，2019 年实现罗湖区和福田区共增加 50 个共享租赁服务点。增加 50 个的原因如下：

投放取得预期效果后，适当扩大自助机的投放数量和投放规模，是公司发展的必然要求。在共享模式取得预期效果后，公司需

要扩大投放自助机的目标城市的地区，扩大到全省乃至全国，50 台的自动机的投放目标是扩大投放地区的行动步骤

四、营销策略

（一）4P 策略

1. 产品策略

（1）产品定位

定位人群	原因
外贸企业出差人群	① 差旅途中不仅对宽带网络需求较高，还需要经常和外地的供应商相关负责人联系，对通话需求也高。 ② 外贸公司出差人群对移动电源有需求，MiFi 路由器兼备移动电源的功能。 ③ 两款产品的组合使用能有效降低公司出差人群对于网络费用和通话费用的成本。

（2）产品包装

MiFi 路由器	170 电话卡
本产品使用原木材质外壳包装，简约大气，充分体现商家注重环保节能，新颖时尚的理念易让消费者接受该款产品。同时简洁的包装更适合当今物联网时代的个人专属定制，个性化的设计会更容易打开市场。	170 电话卡卡身设置有三种不同尺寸的卡型，大卡中卡小卡使使用者能更方便的适用于各类型手机，卡身加入个性化的设计以及详细的使用方法介绍能帮助购买者正确使用。

（3）产品服务

MiFi 路由器
① 售前服务： 耐心礼貌解答消费者对于产品的疑问和顾虑（详见附件 1：关于 MiFi 路由器的基本问题解答），为消费者传递此款产品的优点和便捷之处，在每一次的咨



社科奖第九届全国市场营销大赛

询服务中打出产品的最大卖点，服务好每一位的客户，做到顾客满意。

②售后服务：

商品售出后，及时跟进消费者的使用情况，实现一对一的售后个性化服务，保证消费者正确使用本产品，做好相关技术支持服务工作。

170 电话卡

①售前服务：

解答消费者对于产品的疑问，为消费者介绍此款产品的优点和便捷之处，为消费者讲解产品自身安全性，消除消费者顾虑。

②售后服务：

商品售出后，及时跟进消费者的使用情况，实现一对一的售后个性化服务，保证消费者正确使用本产品，做好相关技术支持服务工作。

(4) 产品组合

MiFi 路由器+170 电话卡的有效组合使得两款产品产生了 1+1>2 的效果，精准的市场定位，合理的市场目标使得两款产品深受市场的一个欢迎。如，流量需求大的外贸出差人群，在出差等特殊工作地点的时候往往也是 170 电话卡的潜在需求客户；而需要 170 电话卡的外贸出差人群，有时也需要 MiFi 路由器的流量来提供除了通话以外的其他需求，销售人员在销售单一产品时，可以给客户提供“组合销售”的建议，自然而然地使得两款产品进行组合销售。

而外贸公司出差人群则是我们“组合销售”的目标人群。由于外贸公司的产品在二三线城市的工厂生产的，所以外贸公司需要派出自己的出差人群到工厂抽查自己公司的产品。在出货高峰期时，外贸公司出差人群需要花费一定的时间，去到外地出差。在差旅途中不仅对宽带网络需求较高，也需要经常和外地的供应商相关负责人联系，对



社科奖第九届全国市场营销大赛

通话需求也高。这时候 MiFi 路由器能满足此类消费者的工作需求以及手机进行实时充电的需要；170 电话卡也能满足这一人群对通话的需求。更重要的是，这两款产品的组合使用能同时降低公司出差人群对于网络费用和通话费用的成本。因此，将两款产品结合起来，强强组合，满足外贸企业出差人群的多种需求，实现产品组合价值的最大化。

2. 价格策略

定价方式	产品	数量	价格
租赁价	路由器	1 台	220 元
零售价	170 电话卡	1 张	10 元

备注：
用户使用产品时，每天从押金扣取一元的费用(不满一天按一天价格算)
用户归还产品时，将从押金扣除租金费用， 剩余押金将在三个工作日内退还
用户若超过 220 天未退还产品，视为自动购买，押金不予退还
产品流量费用需用户自行购买，不定期举办活动赠送流量

220 元不仅是我们的租赁押金，还是我们的成本价，体现公司在共享模式下服务社会的企业理念。

3. 渠道策略

(1) 线上 H5 宣传

借助 H5 平台，提供消费者购买产品渠道的同时，让消费者更加了解产品的价格、质量、功能等信息。设置自助机的操作方式和组合模式，发布到深圳出差族的论坛、贴吧、QQ 群等宣传推广。

(2) 以“共享模式”为主导的一元租赁

自助机在深圳罗湖区的投放，和罗湖区各大外贸公司附近的酒店、



社科奖第九届全国市场营销大赛

商场，写字楼，娱乐休闲场所如：电影院，网吧，饭店，奶茶店等的业务负责人进行合作，通过商场招商投标的联系电话和邮箱，网络联系等方法联系投放地点的负责人，咨询投放价格以及投放条件。

根据调查和网上资料显示，不同场所的自助机投放价格有差异，市面上同类型的自助机投放参考价是：每月 300 到 500，一次性需要缴纳 3 个月即 900 到 1500 元，以三个月为周期，进行商业投标。

投放条件有：产品质检报告、产品合格证明以及 3c 认证、相关部门（工商部门和街道办）的区域投放营业许可证、和投方地区负责方的合作合同。

4. 促销策略

(1) 公众号推文宣传

①结合公众号，不定期推出转发集赞获奖活动，制定产品组合，配套数据线、耳机、交通卡、U 盘、小台灯、雨伞等小礼品，提高成品的知名度和影响力。

②为了时刻关注了解消费者需求，借助微信公众号平台，发布相关调查问卷填写内容，本次问卷填写内容由后台活动支撑，认真填写调查问卷内容且完成问卷调查后截图发送至后台，即可获得随机抽奖机会，工作人员将后续公布中奖名单，发放寄送对应的奖品。

③通过标题及富有讨论性的题目内容以及通过场景设定，设计故事情节，吸引读者点击阅读推文，以小植入的形式，间入产品信息，介绍产品具体功能和特色，加强消费者对产品的认知度。

(2) 活动推广



社科奖第九届全国市场营销大赛

首单租赁优惠活动：首次扫码租赁，即可参与抽奖活动，抽奖活动奖品为：1G 流量赠送、7 折购买 MiFi 路由器、免租金 3 天（押金还是要缴纳）、DIY 定制交通卡、小礼包一个（内含电影票一张或数据线一条或 u 盘一个）中奖者截图联系公众号客服，7 个工作日内到指定地点领取。租赁产品，用户有机会中优惠红包。

(3) 广告投放

在外贸公司附近派发宣传单；发送 H5、易企秀、推文广告。

(二) 具体操作方案

通过本团队的了解和调查，特此为公司设计“以‘共享模式’为主导的一元租赁”的产品营销方法。此营销方法围绕“租赁”展开，具体操作如下：

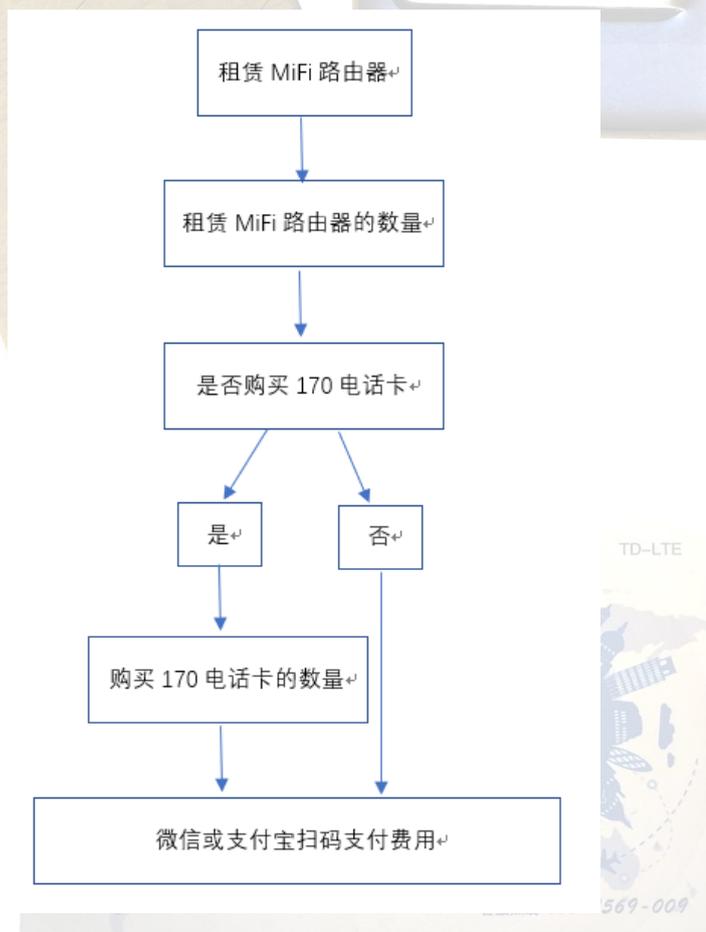
通过查阅资料，深圳区的外贸公司集中在罗湖区，将近 1000 家。因此在这个区域的外贸公司附近投放 5 台“一元租赁——万能出差包自助机”（以下简称“自助机”），每台自助机内提供数台 MiFi 路由器和数张 170 电话卡。投放 5 台的原因是：投放超过 5 台，自助机成本预算增加，会造成投资者一定的资金压力；投放少于 5 台，地区共享覆盖面不足，达不到共享租赁得预期效果。出差人员在出差前可自行到自助机进行租赁，手机扫描二维码根据提示完成操作。此“万能出差包”能满足外贸出差人群的稳定移动网络需求、便携电源需求和业务电话需求。自助机上会有用户注册和操作指南的二维码。当自助机库存不足时，工作人员会及时调整库存。



社科奖第九届全国市场营销大赛

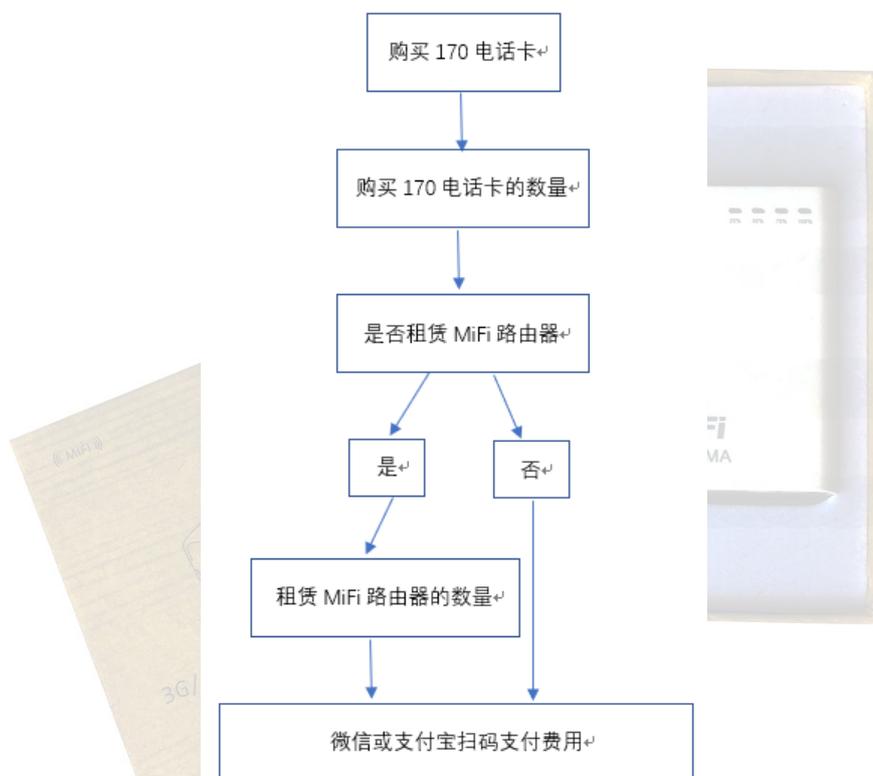
用户租赁产品的过程简单，自动机购买选项有三项，分别是“租赁 MiFi 路由器”、“购买 170 电话卡”、“归还 MiFi 路由器”，具体租赁过程如下：

①当用户选择“租赁 MiFi 路由器”，用户需要输入租赁 MiFi 路由器的数量；输入数量后，设备会弹出“是否购买 170 电话卡”，当选择“是”时，用户需要输入购买 170 电话卡的数量，随后用户需要用微信或支付宝扫码支付费用，当选择“否”时，用户则直接用微信或支付宝扫码支付费用。示意图如下：



②当用户选择“购买 170 电话卡”，用户需要输入购买 170 电话卡的数量；输入数量后，设备会弹出“是否租赁 MiFi 路由器”，当选择“是”时，用户需要输入租赁 MiFi 路由器的数量，随后用户需要用

微信或支付宝扫码支付费用，当选择“否”时，用户则直接用微信或支付宝扫码支付费用。示意图如下：



③用户拿到产品后，请扫码了解相关开通或使用指南。

④用户归还 MiFi 路由器，可就近选择自动机，点击归还按钮，自助机会自动打开归还通道，用户只需将产品轻放回机器，机器检测到归还后，系统将自动退还用户剩余押金（用户的租赁费用将在押金里面扣除），押金退还后，用户即可结束租赁全过程。示意图如下：





社科奖第九届全国市场营销大赛

⑤用户超过 268 天未归还，则视为自动购买本产品，押金不予退还。产品非人为性损害可更换另一产品，否则扣除押金。

（三）时间安排

1. 团队时间安排



2. 企业时间安排

时间段	安排	
2018.6	进行市场调查，分析调查数据并得出结论	
2018.7-8	确定企业营销目标，制定行动方案	确定目标市场
		确定自助机具体投放点
		制定 4P 策略
		作出经济预算
		制定应急方案
2018.9-2019.12	实施方案，完成营销目标	

（四）费用预算

项目	明细	单价	数量	金额
	DIY 定制 U 盘	40 元	8 个	320 元



社科奖第九届全国市场营销大赛

活动费用	小礼品	DIY 定制交通卡	40 元	8 个	320 元
		USB 小灯	2 元	20 个	40 元
		耳机	15 元	15 条	225 元
		安卓数据线	3 元	15 条	45 元
		苹果数据线	8 元	8 条	64 元
		雨伞	12 元	5 把	60 元
	宣传单	0.2 元	1000 张	200 元	
设备	自动机	15000 元	5 台	75000 元	
租金	自动机点位费	3000 元/年	5 个	15000 元/年	
工资	自动机日常人员	3000 元/月	12 个月	36000 元/年	
其他	如广告宣传	/	/	10000 元	
总计	137274 元				

(五) 应急方案

问题	应急方案
供货与销售问题	MiFi 路由器和 170 电话卡自推出以来,深受外贸人员的喜爱与支持,公司在特定城市(如深圳)投放自助购物机,方便消费者购买;其次,企业应当增加 MiFi 路由器和 170 电话卡的库存量,按时检查自助机的货存量,及时补给。
产品售后问题处理	企业需要完善售后服务,及时跟顾客做好沟通工作,增加 MiFi 路由器的产品售后服务力度。维护人员还需要按时检查机器,跟进自助机的维护售后,避免出现机器损坏而消费者无法购买的情况。
客户信息泄露	MiFi 路由器和 170 电话卡在自助机销售产品,缴纳押金。企业需要保障客户信息,提高网络安全意识,完善网络安全信息系统,让客户安心购买 MiFi 路由器和 170 电话卡。
恶意买家	MiFi 路由器和 170 的组合通过自助机出售,可能会遇到恶意买家损坏机器,企业可以通过法律途径,维护好公司和自己的合法权益,依法追诉赔偿。

押金 无法 退换 问题	顾客收到提示订单异常提示，押金无法退回时，有将充电宝顺利归还到自助机中，且退款时间一般是 20 分钟左右到账，使用绑定的银行卡到账时间约为 1 个工作日。我们已经尽量优化这一流程，顾客耐心等待规定时间后，押金还没有退还，可以将订单截图发送到公众号后台，并拨打客服电话，后台核查订单确实异常并且已经归还路由器后，客服将人工操作返还押金。
----------------------	---

五、结束语

为了实现营销的目标，在老师们的指导和团队的共同努力下，我们顺利完成了此项策划案。在这个策划案中，根据 MiFi 路由器以及 170 电话卡两个产品的特点，针对外贸公司的出差人群对其进行组合销售，主要通过线下投放“一元租赁——万能出差包自助机”的方式进行推广产品。此策划书还在试行阶段，这不仅能帮助我们如何更好销售出产品，更多的是想通过此策划案帮助到企业更好的发展。

附件

