

附件：

2017 年“南航杯”营销方案创意大赛

一、主题

以墨尔本出发的南航国际航班为基础，制定一份面向澳大利亚本地市场的年度营销方案，以 200 万澳元为预算上限，旨在增加南航在澳市场份额和航班上座率，锁定更多目标客户群体，实现盈利模式最优化和收入最大化

二、参赛方案要求

1. 方案以一年为周期，涵盖一年之中各个季节
2. 预算在 200 万澳元以内，需要合理分配与充分利用预算
3. 以墨尔本出发的国际航线为目标市场
4. 营销方案以增加南航市场占有率、航班上座率、航班收入与盈利为主目标
5. 参赛者可参考以下的营销方案目标，为自己的方案制定子目标
6. 方案需要考虑各营销渠道并整合具特色及创意的营销组合

三、营销方案的目标

1. 提高南航品牌知名度，特别在澳洲本土市场和澳洲华人市场
2. 提高南航的曝光率：如何有效地提高南航在市场上的曝光率
3. 提高潜在顾客的关注度：如何把南航打造成“来往全世界”的代名词
4. 增加潜在顾客转化率：如何把潜在顾客的关注度转化成顾客
5. 增加常客量：如何把新顾客转化成常客
6. 提高线上直销市场占有率
7. 提升顾客满意度

四、营销方案内容要求

1. 市场定位：通过对南航以及对市场上其他竞争对手的分析与了解，明确及据策略性的市场定位
2. 服务与产品设计：根据市场定位，为南航设计服务与产品的组合
3. 定价策略：根据市场定位，为所设计的服务与产品的组合定价
4. 宣传策略：以新兴媒体的优势为主导，配合传统媒体的功能，为南航制定全面的宣传策略
5. 销售渠道策略：以直销为主要渠道，配合其他分销渠道，为南航制定全面的销售组合
6. 速销/其他策略：除主流宣传方式以外，非持续性的宣传及销售策略，如一次性的速销活动
7. 方案展示：包括简报设计、演讲者的整体表现与着装

计分表（由评委商决）：

	各内容整体 分数	创意度	全面性	可行性	预期成果	其他方面
市场定位 (10%)	/10					
服务与产品设计 (10%)	/10					
定价 (10%)	/10					
宣传策略 (25%)	/10					
销售渠道策略 (25%)	/10					
速销/其他策略 (15%)	/10					
方案展示 (5%)	/10					