# 附件1：

# 比赛推荐题目（可自拟）

**第一部分、公司简介**

珠海格力电器股份有限公司是一家集研发、生产、销售、服务于一体的以生产空调为主的国际化企业，2015年格力电器位列福布斯“全球500强”第385位。四川新兴格力电器销售有限责任公司成立于1999年，是由格力电器在四川地区授权设立的、由董明珠董事长创立的以资产为纽带、以品牌为旗帜的首批区域性销售公司，全面负责格力中央空调及相关智能产品在四川、西藏地区的品牌宣传、市场开发、销售管理及售后服务工作，承担其下属子公司的全部职能。

作为珠海格力电器和全川1000多家经销商之间的链接桥梁，四川新兴格力电器带领全川经销商开展格力家庭中央空调、格力商用中央空调两大类产品的市场营销工作。作为渠道终端，全川广大经销商面向广大消费者提供格力家庭中央空调品类产品的设计、安装、调试等服务，面向商业用户提供格力商用中央空调的选型、设计、安装、调试等服务。

四川新兴格力作为格力中央空调在四川地区营销推广的操盘手，依托全川广大经销商所组成的渠道力量实现了格力中央空调在全川的销量稳定增长和超高市场占有率，连续8年摘得四川中央空调行业销售冠军。但渠道建设、市场营销、宣传推广、专卖店运营管理等方面仍然是我们不断改良、完善的方向，请立足省级销售管理公司的事业格局，以格力中央空调区域操盘手的身份入手，选择以下三大类9个课题中的一个为题，给出您的智慧和创意！

1. **大赛选题**

**第一类：格力中央空调传播策略**

**1、创新格力中央空调传播策略**

对于家庭用户而言，中央空调属于传统空调的升级换代产品，广大家庭用户面对中央空调产品，目前仍存在着诸多的消费认知空白和误区。为实现“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”，积极改变大众认知、引导消费需求成为了格力中央空调的当务之急。请从媒体平台应用、传播途径创新、宣传内容创新等维度为格力中央空调设计引导消费升级的创新传播策略，形成社会化话题、社会化营销的格局。

**2、设计格力“智睿”家庭中央空调整合营销策略**

2018年3月8日，具有划时代革命意义的格力新一代家庭中央空调——GMV智睿多联机面世，该机型为格力首创、采用全球领先的核心科技，帮助家庭客户实现“用电省一半”的节能需求。请以产品推广为导向，设计本产品的整合营销策略。

**3、设计格力中央空调二三级市场及乡镇市场的宣传推广策略**

目前，成都是四川省中央空调消费的绝对主力市场，全省广大的二级城市、区县市场、乡镇市场受制于经济水平、消费意识、消费能力等因素制约，仍属于相对空白的市场区域。为了抢滩未来中央空调品牌的竞争主战场，提前站位消费者品牌认知，四川格力中央空调将大力在二级城市、区县市场及乡镇市场开展宣传推广。请结合上述市场特性，制定行之有效的宣传推广策略。

**4、设计格力家庭中央空调的活动促销策略**

长期以来，四川格力中央空调配置了大量的资源鼓励经销商走出专卖店，开展终端活动促进销售，广大经销商也根据自身的实际情况开展了形式多样的落地活动，如小区驻点地推、联合其他品牌开展异业联盟活动等。请围绕格力家庭中央空调产品的终端活动开展，给出市场拓展、落地营销的活动促销策略。

**第二类：格力中央空调产品的市场推广策略**

1、**设计格力家庭中央空调融入精装成品房建设推广策略**

  2017年10月17日成都市人民政府办公厅发布了《关于进一步加快推进成都市成品住宅发展的实施意见》，意见要求“到2022年底全成都市只销售成品住宅”。格力家庭中央空调作为精装成品房的重要组成部分，如何引导开发商在预装环节加装格力家庭中央空调，引导消费者认可、接受、选择是最为棘手的难题。请围绕此项政策，设计格力家庭中央空调融入精装成品房建设的推广策略。

**2、格力商用中央空调大型工程项目营销推广策略**

在大型楼宇场馆、轨道交通工程、生产基地等大型工程项目中，大型商用中央空调为其提供冷暖保障，处于举足轻重的地位。但在样板工程的诱惑下，各大品牌间的竞争也十分激烈。如何向甲方团队推介格力商用中央空调产品、引导甲方人员选择格力品牌给出你的智慧意见。请针对格力商用中央空调大型工程项目制定营销推广策略。

**第三类：格力中央空调专卖店运营管理策略**

1、**格力中央空调专卖店功能策划创新**

专卖店是格力中央空调传统而又十分重要的终端销售阵地，2018年格力中央空调将在全川新建300家专卖店。请从展陈布局、功能划分、现场导视、场景交互等角度给出格力中央空调专卖店功能性策划创新策略，帮助实现销售提升。

1. **格力中央空调专卖店经营管理模式创新**

格力中央空调专卖店是广大经销商的业务承载主体，但受制于经销商的格局、知识面等现状，目前格力中央空调专卖店经营管理的模式与时代脱轨，导致经销企业难以应对市场环境变化、发展缓慢，请从企业管理理念、企业管理制度、企业管理战略、企业技术管理、企业人力管理等层面给出新型现代企业管理模式创新策略。

**3、格力中央空调专卖店客户关系管理创新**

中央空调产品属于半成品，需要后期的设计、安装、调试工序，但在电商冲击各类实体行业的时代，伴随着大众消费认知的改变和消费方式的颠覆，中央空调行业的危机感正逐步加大，请从专卖店客户关系管理角度给出创新策略，助力专卖店的销售提升。