第九章 体育市场促销策略

**一、基础知识训练**

1.填空题

（1）从市场地理范围大小看，若促销对象是小规模的本地市场，应以 促销为主。

（2）一般来说，体育市场人员推销有上门推销、柜台推销 、 和 五种形式。

（3）广告媒体中四种最常用的媒体是 、杂志、广播和电视。

（4）体育公共关系的目标是使企业 。

2.判断题

（1）体育企业在其促销活动中，在方式的选用上只能在人员促销和非人员促销中选择其一。（ ）

（2）体育市场人员促销亦称直接促销，它主要适用于消费者数量多且比较分散的情况。（ ）

（3）体育市场人员推销的最重要任务是寻找客户。（ ）

（4）体育广告是否具有感召力，最关键的因素的诉求形式。（ ）

（5）体育广告设计的核心是主题设计。（ ）

（6）通过赞助文化、教育、体育、卫生等事业，支持社区福利事业，参与国家、社区重大社会活动等形式来塑造企业的社会形象是服务型公共关系。（ ）

（7）网络促销与传统促销在促销目的上是相同的。（ ）

（8）体育场馆社群营销的核心是做“容器”，这个容器的核心是装产品和口碑。（ ）

（9）体育场馆网络营销的本质是抓住客户，实现盈利。（ ）

3.单项选择题

（1）在产品生命周期的不同阶段，所选择的促销手段应该也有所不同，在产品的衰退期，最有效的促销手段是（ ）。

A.公共关系 B.人员推销 C.营业推广 D.广告

（2）体育促销工作的核心是（ ）。

A.出售商品 B.沟通信息 C.建立良好关系 D.寻找顾客

（3）在人员推销中，常采用的“刺激，反应”策略也就是（ ）策略。

A.针对性 B.诱导性 C.等待性 D.试探性

（4）越来越多的体育场馆将微信营销作为其营销手段，是因为微信重新定义了品牌之间的交流方式，并且具有（ ）的特性。

A.频繁交流 B.紧密性强 C.时效快速 D.稳定主动

4.多项选择题

（1）体育促销的具体方式包括（ ）。

A.人员推销 B.市场细分

C.广告 D.公共关系

E.销售促进

（2）体育公共关系的活动方式可分为（ ）。

A.宣传性关系 B.征询性关系

C.交际性关系 D.服务性关系

E.社会性关系

（3）传统的网络促销平台有（ ）。

A.微博营销 B.邮件营销

C.论坛营销 D.微信营销

E.搜索引擎营销

5.简答题

（1）体育促销有哪些作用？

（2）体育市场营业推广有何特点？

（3）简述体育市场人员推销包括哪些程序？

（4）社群运营难以长久，主要是由哪些原因引起的？

**二、案例分析训练**

**XYQ专注少儿综合素质教育**

**1.XYQ简介**

**XYQ**教育集团是一家拥有专业师资人才培养基地及企业管理系统的青少年儿童综合素质教育企业。成立于2004年，前身为GLH少儿素质教育基地，十余年来，集团秉承“健康中国”少儿综合素质教育提升运营商的企业愿景，以“引导孩子成为自己人生的冠军”为教育理念，坚持诚信负责、真情关爱、严谨细致开展教学服务，致力阐扬朝气蓬勃、奋发进取的精神，让少年儿童在快乐的成长体验中，培养良好习惯，全面激发潜能，实现“意志坚定、自信感恩、学创俱能、身心两健”育人目标，为学员成功成才提供核心力量。

**2.疫情后如何迎接你的春招**

2020，一个特别的年份，一个美好的数字。可是新冠肺炎的到来，使我们的生活发生了翻天覆地的变化，工厂不开工、学生不上学、工人不上班。这无疑给企业带来了巨大的挑战，在疫情之下如何抓住机遇，突出重围，决胜千里？**XYQ**做了以下促销活动。

（1）公益先行。针对最美逆行者，**XYQ**推出凡属于疫情逆行者，皆可赠送线上课程4节，且在活动期间报名**XYQ**任一校区任何科目皆享受普通年卡6折优惠。

（2）部署线上培训计划。部署疫情期间线上培训计划，让大家在家也能进行学习。

（3）坚持公众号推文。坚持在疫情期间做好微信公众号。

（4）开展直播课程培训。在这场与病毒抗争的战役中，**XYQ**希望通过企业的支援和帮助，使延期开学的学子们顺利过渡到新学期，向全国小学至中学生开设名师直播课并开设100万元全勤奖学金。

（5）推出线上小课包。设计开发系列线上直播互动小班课程，打败疫情宅家综合症。

（6）推出线上引流活动。推出线上9.9元瓜分万元课程的促销活动，为各校区裂变引流新客户。

（7）推出线上长高课。录制线上“孩子长高诀窍”的直播课，9.9元即可抢购10次促进长高的运动课程，以此进行创收、拉新以及线下引流。

【分析与探讨】

（1）案例中**XYQ**分别采取了哪些促销方式？

（2）若你为**XYQ**策划下一年的促销活动，你将会怎样策划？