

活动策划方案论文

篇一：活动项目策划论文

姓名：张若松 班级：市场营销 1101 班 学号：09

夏季防晒护肤品活动策划方案

一：前言

夏季将至，防晒成为绝大多数女生的首要任务，然而一系列的防晒产品尤然而生，防晒的观念也被越来越多的中国女性所认可。曾有人对我市的女性进行了一次普查，占一半以上的人都开始注意皮肤保养，夏季进行防晒措施。我公司设计推出的“清凉夏季，不再怕晒”系列防晒护肤产品，专为广大爱美女士贴心设计，我公司准备在一年一度的端午节来临之际，面向广大消费者隆重推出我公司防晒护肤系列“买一赠一，多买多增”多重好礼相送活动，在此期间，我公司将面向我市各大超市、商场进行宣传促销，欢迎各位爱美女士以及要为各位佳人送礼的男士登陆我公司站查阅最新相关信息，最新活动资讯详情请关注我公司官方微博，扫描二维码还有机会获得我公司赠送豪礼大奖哦！

二：内容

1. 策划目的：本活动主要针对夏季防晒产品进行宣传，让广大女性了解更多的防晒产品，并针对自己的肤质选择适合自己的产品。

2. 产品介绍

珍珠防晒乳霜:

作用: 全面美白日间使用防晒珍珠乳霜, 即刻增白, 更能全面隔离, 有效防止肌肤被晒黑晒老。夜间使用美白精华露, 既能修复肌肤在日间受到的伤害, 又能达到全方面的美白效果。

用法: 白天外出前取适量均匀涂抹于面部、颈部。

喷雾型珍白防晒乳霜:

作用: 清爽配方, 不油腻, 能减少面部油光, 令肤色清新自然, 抵抗辐射有效防护电脑辐射对肌肤造成的伤害, 防止计算机皮肤的形成

用法: 白天外出时可随时喷于面部及全身裸露部位皮肤上, 喷后用手揉开至吸收。

冰凝全频防晒露:

作用: 集防晒、补水、修护三合一型护肤品, 质地轻盈, 富有透明感, 不会增加肌肤负担, 防晒成分迅速融于皮肤表面, 能隔断日常生活中紫外线对皮肤造成的伤害, 防晒功能持久。

用法: 于日间使用, 每次取适量在整个面部均匀涂抹, 也可用于肩及颈等裸露部位。

三: 市场环境分析

近年来, 化妆品行业, 新技术、新原料不断涌现并运用于实践, 科技的重要性再次凸现出来。 打造好的产品, 没

有捷径可走，只能靠科技创新。无疑，天然、植物、安全将会是美容化妆品技术革新的总体趋势和潮流。要实现这一目标，目前我们可感知的新技术主要有 4 个方面：生物工程技术、纳米技术、太空工程技术和天然植物萃取技术。在这个经济日益发展的市场上，防晒也成为一种健康保护，因此防晒观念已深入人心，防晒产品品种也不断增多，价格不断变化，有上百元的稍高端产品，也有五至六十的中等产品，又有二十至三十的低端产品。规模巨大，种类繁多也成为一种无形压力。

四：竞争对手分析

目前市场上有很多的产品，销量口碑都非常好，比如：欧莱雅、雅芳、珀莱雅、曼秀雷敦、相宜本草等等一系列产品。

欧莱雅：欧莱雅 1907 年创立于法国，1996 年进入中国建立苏州有限公司，之后扩展至中国各个地方建立销售点，品牌由此建立。具有高雅，有气质，有活力的形象。

雅芳：雅芳是一家具有独特价值观的企业，在中国给人的印象区别于同类竞争者，显得那么独特。雅芳的形象广告是从雅芳直销员的角度呼吁女性参与“雅芳这个大家庭”这正符合 25 岁女性的特质，具有独特、信任、尊重等形象。

相宜本草：创建于 1999 年，总部在上海。是一家国产天然本草类化妆品品牌，该产品进入市场化运作时间较短，

市场认知度较低，但是产品拥有良好的品质和口碑。

五：SWOT分析

优势：1、规模最大，实力最强，是最具发展潜质的美容、化妆品企业之一。2、品牌形象好，深受广大女性的喜欢，符合人们的需要，有遍布全国的健全的市场络营销基础。3、员工凝聚向心力较强，有高瞻远瞩的领导团队，

发展战略先进，发展潜力大。

劣势：1、产品研发费用较高，同类型的产品数目品种繁多，市场竞争压力大，对手强。2、该品牌的市场认知度较为低下，宣传力度不够强。

机会分析：越来越多的人对防晒意识增强，防晒产品需求量大，以女性及年轻人主要销售对象的化妆品在络上销售的潜力很大。化妆品已经成为众多爱美女性不可或缺的旅行家居必备品。

化妆品行业成为在互联上销售收入排名第三的行业，市场潜力巨大，众多女大学生、女白领喜欢和习惯在上采购化妆品。

威胁分析：其他的品牌产品在络上的口碑营销很成功，其在络已抢占先机，各品牌越来越重视络这一传播平台，各品牌各出奇招，络上化妆品市场竞争越来越激烈。

六：营销活动

活动目的：1. 得到防晒霜市场广大消费者的了解和认可。

2. 打响我公司防晒霜的名声,扩大公司影响力

活动时间: 6 月初-----7 月初

活动地点: 株洲市各大超市、商城、商场

活动主题: “清凉夏季, 再不怕晒”

活动对象: 我市广大消费者

促销活动流程:

选择株洲市最著名规模最大的几家超市如: 株洲百货、步步高、家乐福、平和堂等等, 人流量大, 形象好, 货架位置好的场地摆设我公司防晒护肤品专柜。然后我公司与超市进行有效的沟通, 争取得到超市方最大支持。

我公司的“清凉夏季, 在不怕晒”系列产品以“新品上市”、“迎端午”“周年店庆”三个为促销主题, 设计合理的广宣品, 选择合适的赠品, 培训具有良好素质的推销人员为促销做准备。

活动程序

1. 顾客签到; 2. 发资料; 3. 促销前表演;
4. 主持人宣布促销仪式开始; 5. 剪彩鸣炮; 6. 负责人致辞;

7. 现场表演 (中间穿插有奖问答) 8. 邀请函上写上数字: 现场抽奖 奖项: 1 等奖 1 个补水套装

2 等奖 1 个 68 元纯露

3 等奖 1 个 10 元系列特价品

促销思路:

- 1 策划吸引消费者的活动, 让开业时就充满人气。
- 2 提炼诉求卖点, 在宣传中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。
- 3 设计有诱因的促销方案, 让消费者重复购买, 提高市场竞争力, 提高销售额。

促销方式:

一 时令促销; 1 夏季产品的热卖, 一般是面膜贴, 花露水, 防晒霜, 清爽的乳液和润肤水类, 香水和清香剂类, 消杀类, 儿童沐浴润肤类等

二 赠送类促销; 1 礼品促销, 2 买一送一, 买多送一, 送红包, 送积分, 买多送多。

三 限定式促销; 1 限时, 比如秒杀, 今日有效。2 限量, 限量销售 3 阶梯式促销, 第一天 7 折第二天 8 折第三天 9 折, 早买早便宜

四 临界点促销; 1 最低销售折扣, 比如低至五折, 最低 2 折。2 最高额促销, 比如最高 60 元, 80 元封顶。3 极端式促销, 全城最低价。

五 回报式促销; 1 免费式; 免费试用, 免单。2 回扣返利; 满就减, 返现金 3 拼单; 满几件就送, 团购价。

六 产品特性促销; 1 新品促销, 新品九折, 2 效果促销 3 产品卖点, 质量优越效果好。

促销活动销量提升注意事项:

a、促销人员一定营造好现场的消费氛围，热情接待每一位进店消费者，祝福节日快乐，并不断地重复促销活动的重点内容，刺激消费者的消费意识，通过有效的沟通去提升销量。

b、老顾客进店后，促销人员应尽量避免繁琐的语言，通过直接的沟通将促销活动重点告知老顾客，在保证客单量的基础上快速成交，便于接待更多的消费者。

c、促销活动火爆，消费者人数多，促销人员要抓住销售的重点，面对消费者不要过于纠缠于某一个消费者，先成交最易成交的，之后成交客单量高的，其他的消费者放在之后及时沟通。

宣传

1、专柜海报：（活动内容）

2、条幅：庆六一迎端午送大礼 3、电话邀约老顾客

4、电视飞字：100 送 30 5、社区及各人流密集处以小条幅宣传，内容如上。

人员安排

策划人员：1 人 场地物资申请员：2 人 物资采购员：2 人

主持人：2 人 迎宾人员：8 人 现场布置人员：4 人 促销人员：10 人 安全员：1 人物资回收人员：2 人

活动注意事项:

- 1、人员的活动前培训: 包括接待礼仪、活动内容
- 2、人员分工明确, 各负其责。
- 3、做好详细地活动登记表, 建立顾客档案。

促销活动费用预算:

- 1 络广告宣传费用: 46 万元
 - 2 公共关系费用: 8 万元
 - 3 促销人员费用: 6 万元
 - 4 活动费用以及奖品费用: 4 万元
- 合计: 64 万元

七: 结束语

本次活动策划促销面向的是我市的所有消费者群体, 我们的目的是全面开拓防晒霜市场, 培养众多忠诚的顾客。进一步的提高我企业的知名度和美誉度, 本次活动策划的经验将作为我们今后的实践促销推广活动中的素材加以改进和学习。

篇二: 毕业论文策划书

闽西职业技术学院

毕业设计(论文)

ishow 媛秀内衣品牌推广策划书

系别: 经济系

年级: XX级

专业： 市场营销

姓名： 洪婷婷

指导老师： 吴国章（副教授） 汤亮（助教）

撰写日期： XX 年 11 月 20 日

ishow 媛秀内衣产品品牌推广策划书

内 容 摘 要

中国凭借着自己强大的“世界加工厂”的能力，短短的时间内

生产内衣的企业已达到 3000 多家，年销售额在 1000 亿元以上，且每年以近 20%的速度在增长。内衣业已成为中国服装产业中最具活力、成长最快和最具发展前景的一个分支。

在内衣行业日益成熟与男女人均比例失调的当下，内衣行业至

今没有任何品牌占有显著的市场份额，正处于市场竞争的初级阶段，利润空间较高，市场机会较大，正是 ishow 媛秀内衣在市场上进行推广的好机会，ishow 媛秀内衣在这样既是机遇又是挑战的一个阶段，胆大心细的大规模进行市场营销推广，做到提升品牌的知名度、提升品牌的美誉度、提升客户的成交量。利用络、户外、报刊、短信等进行市场推广的同时，让推广的对象更加的了解 ishow 媛秀内衣的产品，让 ishow 媛秀更加的深入人心，博得消费者的喜爱。

关 键 字

ishow 媛秀 品牌推广 市场分析 营销策划

目 录

一、行业背景分析

..... 1

二、ishow 媛秀 内衣品牌介绍

..... 1

（一）品牌介绍

..... 1

（二）品牌优势

..... 2

（三）ishow 媛秀 内衣产品特色

..... 2

三、市场分析

..... 2

四、行业竞争分析

..... 3

（一）主要竞争对手分

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/216021114142010211>