

## 营销策划方案策划怎样写 7 篇

为了确保工作或事情顺利进行，常常要根据具体情况预先制定方案，因此我们需要就事论事，才能做好方案。下面是小编为大家收集的营销策划方案策划怎样写例文，希望你喜欢。

### 营销策划方案策划怎样写篇 1

#### 一、策划目的

随着社会的发展，服装经济在市场需求的不变化下蓬勃发展，女士们对于服装的要求越来越高，品种要求越来越多，对衣服的质量也越来越在意。\_\_女装主推“棉麻”，在服装市场上容易独树一帜，获得关注度。策划的主要目的就是要把这种“棉麻”的主张进一步推广，取得顾客的广泛认知。

#### 二、市场现状

1、市场形势：服装市场良莠不齐，因经济水平不同，顾客购买力不同，消费者在需求、观念与购买等方面都不同。

2、产品情况：产品销量经常是排在淘宝女装品牌前列，价格偏高，利润偏高。

3、竞争形势：主要是新兴涌现出来的一系列棉麻服装品牌，开始抢占市场。\_\_女装市场占有率比较高

4、宏观环境：消费者对服装需求巨大，服装市场很有潜力。而且近年经济发展迅速，消费者的购买实力也很强。

#### 三、SWOT分析

营销方案，是通过产品和市场的结合分析，和策略的运用，因此，SWOT分析是营销策划的关键。

1、产品优势分析(相对竞争品牌)：产品质量好，手感比较好;产品款式多样化，能够满足不同需求的消费者。

#### 2、产品劣势分析

棉麻市场质量良莠不齐，有些消费者分不清好与坏，\_\_品牌比较容易被有些消费者混淆，品牌宣传度不高。

#### 3、市场机会分析

在服装市场中，“棉麻”概念是一个全新的概念，现代人开始注重环保与养生，比较容易接受“棉麻”产品的衣服，市场潜力很大。

#### 4、环境威胁分析

由于服装市场没有一个良好的市场机制与市场环境，有些法制不健全，服装款式容易被抄袭，而没有一定的法律来规范。

#### 四、营销目标

营销方案策划实行期间，达到综合销售量为 1000 万件，预计毛利 20230 万元，市场占有率实现 30%

#### 五、营销战略

##### 1、目标市场战略

(1)市场细分：依据人口、地理、消费者心理、行为进行细分 (2)市场选择：以 25~29 岁的经济实力比较雄厚的女性白领为主要消费人群，对她们进行一系列服装的设计。(3)市场定位：定位于中高档人群，服装价格偏高。

##### 2、市场营销组合

(1)产品策略：独立研制开发、联合经营、协约开发 (2)价格策略：采取节假日放利等活动 (3)渠道策划：采用垂直渠道营销(4)促销策略：在淘宝首页采取广告方式进行宣传，通过促销让利。交易则通过线上线下完成，促销内容则根据时令调整。

3、市场营销预算 总费用：20 万元 阶段费用：10 万元 项目费用：10 万元

##### 4、促销

(1)广告：十一国庆节，在淘宝网首页进行广告宣传 (2)销售促进：

a. 通过满“199 元减 10 元、满 299 元减 20 元、满 499 元减 50 元”让利消费者;b. 抽奖活动：每天前十位消费者有机会免费抽奖 C. 会员制：一次性消费满多少限额，可以送会员卡

#### 六、客户管理

1、建立销售信息：注明产品类型、名称、价格，由顾客签字确认，方便售后服务。

2、建立会员信息簿：记录会员信息，会员在生日当天，凭会员证和身份证可

以免费领取一份礼品。

## 七、总结

通过促销活动，可以传播企业文化、树立企业形象以及宣传企业新主张，聚集人气、吸引人流、增加销量，从而提高市场占有率，对抗竞争对手带给我们的市场压力。一次成功的促销策划活动，可以提高企业名声，使产品品牌获得更高的关注度，从而扩大产品销量。

### 营销策划方案策划怎样写篇 2

#### 网络营销策划方案第一步：网站推广计划

##### a 、全面登录搜索引擎

统计表明，网站 60%的访问量来自各大搜索引擎，因此品牌网站科学登录各大搜索引擎，是进行网站推广的首要步骤。

##### b 、参加许可邮件营销

邮件营销是快速、高效的营销方式，但应避免成为垃圾邮件广告发送者，参加可信任的许可邮件营销，向目标客户定期发送邮件广告，是有效的网站推广方法。此外，建设自己的邮件列表，定期制作更新品牌网站电子杂志，向会员俱乐部会员和其他订阅用户发送，能有效的联系网站访客，提高用户忠诚度。

##### c 、投放网络广告

网络广告是投入较大，效果也较为明显的网站推广方式。

广告投放对象选择要符合网站访问群特征，并根据网站不同推广阶段的需要进行调整。

网络广告主要分网站广告和即时通讯广告两种。

制定网站广告投放计划，在各大门户网站和相关主题网站进行广告投放。即时通讯广告主要是在 msn、qq 等即时通讯工具进行广告投放。

##### d 、网站互动推广

策划开展网站互动活动是有效的网站推广手段，且能提高访客忠诚度，持续深入的传播网站和品牌。

在网络营销策划方案中具体步骤可分为：备注网友上传原创景观描绘文字、音乐、音像、图片等资料，并互相评分，优秀有奖网友上传原创笑容图片，并

互相评分、评论。

联合其他机构，策划或由网友自发开展各类户外运动，由网站提供物质支持和奖励引导网友创作各种有意思的玩法，与众不同，出人意料。

创意可以作为广告系列题材，为品牌所用，并奖励作者，对作者有较大鼓励，可以吸引更多人前来，刺激大家的积极性。

#### e、会员制营销

会员网站放置网站链接或活动内容介绍与链接，通过该会员网站来到且注册成为网站会员俱乐部成员的，为该会员奖励积分，积分可兑换网站纪念礼品。

#### f、信息发布

有偿信息发布是有效的网站推广方式，主要分为网络媒体信息发布和专业信息发布平台信息发布两种。

#### g、媒体合作

网站要推广，宣传报道不可少，品牌网站可与网上网下媒体展开充分合作，撰写公关文稿，关注网站发展动态，并定期在各媒体发布。

#### h、网站合作

同其他网站进行各种合作是效果明显的网站推广方式，可以借合作伙伴的力量，促使品牌网站的系列活动有效开展。此外，广泛征求友情链接，扩大网站外部链接活力，能增加网站的搜索引擎曝光率，获得理想的排名效果。

### 网络营销策划方案第二步：品牌网络传播计划

#### a、网站 logo、banner 有奖征集

品牌网站新近推出，为使网站形象贴近群众，深入人心，富有新意，现向社会公开征集网站 logo、banner 设计方案，欢迎关心网站的广大网络工作者、美术爱好者踊跃参加。

奖项设置：一等奖(各 1 名)，现金 5000 元。

二等奖(各 2 名)，价值\_\_元的纪念礼品。

纪念奖(若干名)，价值 300 元的纪念礼品。

这属于一种互动的推广方式，在很多网络营销策划方案中都有体现。

#### b、网络护绿计划

为宣传绿化，培养网友维护生态平衡的观念，品牌网站将以省市一级为单位，开展网络护绿计划，计划的主要思路如下：可联合地市学校、团委、政府机构、绿化委员会等单位，开展认养小树活动，并制作铭牌，认养人定期给小树拍照，上传到网上进行评比。

由网站定期选出护绿明星，给予奖励。

此活动可长期开展，并逐步由小范围开展扩展到全国范围内，主要针对对象是热爱生态平衡和绿化的网友。

#### c、成为会员俱乐部成员，好处多多

会员俱乐部将成为一个网上与网下互动结合的组织，只要成为俱乐部成员，就可以参加俱乐部和网站定期推出的各种活动。会员有积分，参与各类活动均可增加会员积分，积分达到一定程度，可以进行星级评定，还可兑换由品牌网站提供的纪念礼品。

#### 网络营销策划方案第三步：网络市场调研计划

网上市场调研也是网络营销的基本职能之一，随着互联网应用的普及发展，企业的市场调研、用户需求信息的收集亦逐步跨进网络。

通过在线调查表或者电子邮件等方式来完成网上市场调研，相对传统市场调研，网上调研具有高效率、低成本、不受地理区域限制的特点，常用于产品调查、消费者行为调查、品牌形象调查等，是获得第一手市场资料有效的调查工具。

调研内容：

a、网络市场情况调查(市场分析、从业情况调研)。

b、主要竞争个案调查(竞争个案背景、规划、管理模式、销售策略、宣传策略、销售现状)。

c、目标。

d、客户调查(客户分析、客户关系整理)调研形式。

主要方式为：

(1)在线调查表

通过品牌网站或其他合作调查网站上设置调查表，访问者在线填写并提交到

网站服务器，被调查人可留下自己的真实姓名和联系方式，以获取我们提供的奖励。

这是网上调查最基本的形式，广泛应用于各种内容的调查活动，这实际上也就是问卷调查方法在互联网上的延伸。

### (2) 电子邮件调查

合理设计调查表单，将设计好的调查表直接发送到被调查者的邮箱中，或者在电子邮件正文中给出一个网址链接到在线调查表页面。

这种方式在一定程度上可以对用户成分加以选择，并节约被访问者的上网时间，若调查对象选择适当，往往可以获得相对较高的问卷回收率。

### (3) 海量数据库搜索调查

根据调查内容需要，如进行竞争个案背景、规划、管理模式、销售策略、宣传策略、销售现状调查，可通过互联网海量数据库搜索调查来实现。

## 营销策划方案策划怎样写篇 3

### 一、活动主题：

今天只有 11，没有光棍

### 二、活动平台：

微信

### 三、活动工具：

微信营销平台

### 四、活动参与方式：

扫二维码关注餐厅

### 五、活动内容：

#### 1、背景音乐

11 月 11 日当天，餐厅微背景音乐设置为司文的《光棍快乐》

#### 2、微会员福利

但凡是 11 月 11 日之前（包括 11 月 11 日）关注本餐厅并开通微会员的用户，都可享受以下优惠：

惊喜一；11、11 日当天用餐出示会员微信者，本人自助餐价立减 11 元折扣

惊喜二；凡 11、11 日当天新会员即刻享受双人自助餐价立减 11 元折扣

惊喜三；所有微信会员均赠送神秘礼物一份

说明：本活动不与店内其它活动共同使用，需全价才可享受微信折扣，半价与儿童不予参与

### 3、“大声说出爱，我不再是光棍”微投票活动

活动内容：

编辑并发送你想对 TA 说的话至餐厅公众平台，参与“大声说出爱，我不再是光棍”微投票活动。11 月 11 日，投票选出最打动人心的表白，获奖者可携带 TA 到店享受免单优惠。

### 4、幸运大转盘，惊喜送不停

活动时间：11 月 11 日 11 点 11 分

用户发送“1111”即可参与活动。

奖品设置：

一等奖：免单（需凑足 11 个人一起才能享受该福利哦）

二等奖：用餐消费 1.1 折

三等奖：价值 120 元招牌菜只需 1.1 元

四等奖：价值 100 元特色菜仅需 11.1 元

五等奖：到店消费满 600 元立减 11.1

注：活动兑奖时间截止 11 月 13 日，过期作废。

## 营销策划方案策划怎样写篇 4

### 一、活动背景：

随着中秋节这一中华民族传统节日的到来，许多商家瞄准中秋商机，围绕月饼和其他中秋礼品做足文章。我们立足于“稻香村”这一糕点龙头企业，抓住中秋节这一有利时机，力图实现品牌月饼促销新形式的发展，制定这一促销策划设计。

### 二、促销目标：

1、以中秋月饼的消费来带动卖场的销售，以卖场的形象激活月饼的销售。团圆月，团圆情，“稻香村月饼”送家中。

- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。
- 5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。
- 6、增加企业竞争手段，做出差异。

### 三、商品促销环境：

（一）宏观的市场因素对企业有很大影响，而且这种影响因素企业无法控制。企业只能研究宏观环境及其变化，寻找对自己有利的机会，才能占领市场，获得较大的经济利益。

宏观环境因素主要有：

- 1、人口因素：中秋时节，合家团圆，消费者比较集中，有利于商品促销。
- 2、经济因素：金融危机之时，拉动内需，消费。
- 3、社会和自然因素：中国重视这个传统的节日，在文化气息的带动下，也掀起了一场消费风暴。

（二）“顾客就是上帝”，只有我们促销的产品满足了消费者的需要，赢得消费者的信赖，才能中秋时节，家人团聚，“稻香村月饼”给您带来幸福美满。

1、消费者消费行为及心理：中秋佳节倍思亲；合家团圆过中秋。中秋送礼，亲戚朋友走访等消费行为，消费者在消费过程中对于产品选择有自己的心理，促销要抓住消费者消费心理合理促销。

2、消费者需要的服务水平：在竞争相对激烈的中秋月饼市场，消费者对产品追求物美价廉，稻香村月饼老字号已经有各种的市场优势。满足需要提高服务水平。

3、消费者购买能力：消费者追求能够满足其需求又物美价廉的商品，我们促销立足于低价，优质，真正为顾客带来实惠，也适应了顾客的购买力。

4、消费者消费环境：消费者在众多月饼促销活动中，选择的余地很大，我们会在促销过程中限度地提高促销环境，改善服务质量，是消费者在促销中真正感受双赢。



(三) 现代社会是竞争社会,“中秋节月饼”的竞争将会更加激烈,只有打败了竞争者,才能使我们“稻香村月饼”有更大的销售量,获得更大的利润。

1、竞争者的策略:在同一时期,利用各种方式进行促销,如商场促销,超市促销,与其他产品绑定在一起进行促销。

2、竞争者的目标:进一步扩大品牌效应,提高销售利润。

3、竞争者的优势和劣势:优势是拓展范围广;劣势是手段单一,成本高,运输不便。

4、竞争者的反应模式:有完整的服务机构,各部门有效配合,能及时满足消费者的需求,接受消费者的反馈意见。

#### (四) 内部环境

1、资源:能与厂家及时联络货源,不会造成商品堆积或脱销。

2、竞争力:质优价廉:运输方便:团队合作能力较强,服务手段多样化。

3、物流输出输入:运输方便,基本“零库存”。

4、生产运营:流水作业,保证质量,高效生产。

#### 四、活动目标

1、目标:通过较大规模的宣传,实现促销活动的真实化和广泛化。

2、费用:1000元

3、信息:宣传品牌,提高影响力,扩展销售渠道,增加销售量。

4、媒体:报纸和宣传单

5、效果评价:在节日期间达到促销目的,在消费者心里树立稻香村品牌意识;进一步宣传稻香村老字号企业文化!

#### 五、活动内容

1、时间:\_\_月\_\_日——中秋前一天

2、地点:活动仅限惠\_\_城区

3、活动准备:

(1) 安排一定量的运输车与“中秋大使”。

(2) 驾驶员必须熟悉城区行车路线,要求尽量在运送过程中减少时间消耗,提高运送效率。

(3) 对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。

(4) 对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。

5、联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。

4、活动推广：在活动实施前一星期左右在商场张贴海报对活动进行宣传，也可通过报章、电台等途径加强宣传广度。但要进行一定的成本核算方可实施。宣传时应尽量做到语言简洁易懂，并需要对特殊情况进行必要说明。

## 营销策划方案策划怎样写篇 5

### 一、汽车营销策划书之前言

在不久的将来，开车将会是人们普遍掌握的生活技能，轿车也不再是特权人士的标志，而将是人们出门的代步工具。那么当人们拥有一辆自我的爱车时，无疑会关爱倍至。汽车的平时清洁护理和定期美容保养，必然成为人们日常的消费资料。

河南商业高等专科学校为了使使学生所学的理论技能与社会需要接轨，并能有更多的实践机会，本次我校结合校内条件，决定联合开设一家小型汽车美容店给汽车营销专业的学生打造一个校内实践平台，锻炼学生是实践本事。

### 二、汽车营销策划书之市场分析

#### (一)、环境及市场分析

##### 1、行业分析

随着汽车工业的迅猛发展以及汽车消费的迅速普及，汽车终究会成为一种代步工具进入千家万户，就像冰箱、彩电一样成为我们生活的必需品。随着汽车家庭化、大众化，人、车一体化的生活已逐渐成为时尚，不仅仅爱车养车理念已渐入人心，并且时尚、个性、新奇又成为有车族的追逐目标。

##### 2、竞争分析

汽车售后服务市场，表面上形态各异，百花齐放，十分活跃，但实质良莠不齐，构成品牌的屈指可数，整体上讲目前还处于混乱状态。目前汽车服务行业小店到处都是，没有构成经营规模、店与店之间低价竞争、互相拆台，严重的无序经营影响着这个领域竞争力的构成。中国汽车后市场的服务企业多属各自

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/267054043150006156>