

---

# 营销策划方案 7 篇

## ☑营销策划方案 篇 1

### 一、前言：

鲜花在我国仍然是一个新鲜行业，随着我国消费水平的不断提高，我国对鲜花的需求处于不断的上升状态。有着较大的市场空缺的鲜花业有着较好的发展前景。我国鲜花消费需求市场正展现其无穷的潜力，是中国国内发展最快的产品之一。因次，随着人民收入的增长，人们对生活质量的提高，对鲜花的需求量也越来越大，发展年鲜花产业有较大的生产潜力和市场空间。

### 二、市场前景

#### （一）鲜花市场空前增长、财富空间无限扩大

1、尽管中国鲜花市场展现了相当诱人的利润空间，然而到目前为止，鲜花的销售渠道号主要以门面店为主。传统礼品鲜花批发市场、中小商店及个体饰品专营店等分销渠道，与加盟连锁专营店、传统礼品店、鲜花店、传统品牌专卖店、旗舰店、主体专卖店、网上订购等新兴终端并存于同一个市场的情况在一段时间内仍将继续。

2、目前市场上的花店竞争激烈，积极的推陈出新，在鲜花的包装和寓意上不断足现代人的消费观念，不断制造新的消费热点，积极挖掘新的消费潜力。可谓花样层出不穷，名目种类繁多。由于鲜花的特殊性，在当下，仍然以门面店为主导较为合适，避免额外的物流支出。

## （二）我国的鲜花市场现状

1、种植鲜花面积增加。目前，我国的花卉种植面积和产量均居于世界第一位，其中花卉种植面积已经达到世界花卉种植面积的 1/3。并且，花卉的出口量也较大。开店人数增加，使得市场竞争较为激烈。

2、消费者消费意识的增强。消费者对鲜花的认识以及需求的成熟，使得鲜花的需求量大增。

3、鲜花的保鲜性，由于我过的物流体系仍处于初级阶段，且鲜花的保鲜技术还没有较好的发展，所以，这就给鲜花的发展造成了一定地域差异。

## 三、swot 分析

### （一）优势分析

滨州市也已经有几家老牌花店，但与之相比，创意花店还是有其自身的优势的。这主要体现在市场，服务，规模等几个方面。

1. 创意花店是由我们大学生自主创业的项目，会有很多学生群体前来光顾。

2. 我们在大学期间系统的学习过服务技能，和别的花店相比，我们有更高的服务水平，能够留住许多回头客。

3. 创意花店品种丰富，能够满足不同人们的需要和个性化服务。

4. 经营花店不需要太大规模，并不需要太大店面，这就大大节省了开支，可充分发挥船小好调头的优势。 5. 我们还会开设相关的，利用网络进行宣传，以开拓市场，满足更多消费者的需要。

## （二）劣势分析

虽然创意花店具有一定的发展优势，但我们应该正确地看待这些优势。优势和劣势都是相对的，在一定的条件下，优势很可能就转变成劣势。我们虽然拥有良好的服务技能、丰富的花卉产品、多渠道的宣传途径等优势。但缺乏现代企业发展所必需的战略观念、创新观念、人力资源开发管理、人文环境建设以及与此相适应的市场制度环境，以及充足的资金，面临经验不足等劣势。

1. 我们面临的一个巨大问题就是经营品种太单一，只销售花卉产品，利润\_\_\_\_\_太少，如果只单一经营花卉产品，将会使企业的发展走进死胡同。所以我们应该拓宽销售品种，例如，在

销售花卉的同时，搭售一些小礼品之类的，这样才会获取更多的利润。

2. 资金不足是我们的一大难题，我们大学生进行创业，本身就没有太多资金，所以我们在充分利用贷款的同时，更要精打细算进行投资。

3. 我们大学生社会经验不足，经营企业的经验更是匮乏，这就需要我们齐心协力，摸着石头过河。

### （三）机会

1. 在大学城附近，目前没有一家花店，这样，我们在大学城的竞争对手基本为零。

2. 在大学城附近，房地产建设十分火热，这样看来，花卉作为一种美观健康的装饰品，必然会受到人们的青睐。 3. 在大学城附近，人流量大，有利于鲜花出售，大学生也是是鲜花的重要消费者。

### （四）威胁

1. 花卉属于奢侈品，而学生群体收入少，并不会把钱大部分用来买花，这既需要我们充分考虑学生的需要，开拓更广阔的市场。

2. 花卉的季节性大，应该考虑冬季时的消费重点。

## 四、市场选择与定位

### （一）目标市场细分

#### 1、人口细分

1-15 岁，需求量小，产品单一，年龄小，没收入，只有在特别节日才会购买本产品，产品也比较单一，但都具有一定代表性。15-30 岁，购买频率高，需求的样式要多种多样，这个阶段正是青春飞扬的年龄，爱情的火花在这年龄段也是最闪最亮的，有爱情就少不了这种系情之物。这个阶段是买花次数最多的，需求的样式也是最新颖美观的。30-45 岁，以装饰为主，这个阶段的人们一般都结婚了，都有自己的小家了，买花送花的次数明显减少了，这时他们选择买花一般为了装饰家居为主。为此我们应针对这个来设置产品。

#### 2、行为细分

时机细分，节日需求量大，需求的产品比较单一，平常购买量少，购买人数少节日购买人数大幅度提升。使用频率细分主要分为少量使用者一般是不喜欢花的，再者是收入不高的，中量使用者是一般喜欢的，或是送人时需要的，大量使用者是特喜欢花的，每天的花都必须更换的。

## 五、营销战略与目标

### （二）目标市场选择

根据对市场人口年龄构成的细分，我们把目标市场的消费人群分为了 1-15 岁、15-30 岁、30-45 岁、45 岁以上这四个年龄层，而这些年龄层的消费者又有着不同的消费心理及其特点。青年人对生活充满激情，喜欢在生活中追求浪漫，所以他们的消费可能性最大；而 30 至 40 岁的人群中，他们大多已经有了稳定的工作，更重要的是他们基本都有了自己的房子，更喜欢把花卉作为家居装饰的元素；而 45 岁以上的人群他们年岁已大，不会经常买花，更偏向于养花来增加生活情趣，所以应该给他们推荐喷在花卉，而不是鲜花。所以我们的市场更偏向于选择年轻人和中年人这两个年龄层的消费者。

再一方面，根据消费行为细分，我们分为了两大部分，时机细分和使用频率细分。消费者买花主要集中节假日，而又有一部分人经常买花，但也有一部分人很少买甚至不买花，这是由于他们的个人喜好程度决定了其购买频率。所以我们又选择了有固定收入的群体并且喜爱花卉的消费者。

### （三）战略目标的确定

由于本店属于小本经营，并没有很强的实力进行竞争，所以我们决定采用密集单一市场这一模式，这一模式能针对我们做出的市场细分来进行有的放矢的经营，针对我们选出的最有可能消费的群体，是利益最大化，从而短期收到回报，是成本更快回收，从而壮大实力。

## 六、营销策略

### （一）产品策略

创意鲜花店是一家直销鲜花的实体与网络相结合的鲜花店，主要提供各种鲜花并及时满足顾客的各种

要求的服务。鲜花的销售主要以实体店的形式但不论以什么养的形式售出，在科技创新、寓意创新、新品开发、价格策略、促销手段等营销组合都各显神通，竞争几乎白热化。在如此竞争的形式下，要想取得最大营业额，就必须扩大品牌的附加值，延续其生命周期，就不是仅重视以上营销组合所能解决的了。还必须重视产品的服务，吸引回头客。

因为鲜花的特殊性，它主要以送人为主，通过网络直销能够最大的降低成本且易管理。鲜花店在价格上就可以比传统上的销售价格略低，再加个上占有一定的优势。该鲜花店是开在了滨州市大学生创意文化城，所以主要的消费人群则主要是大学城的大学生，而学生中则主要以情侣为主要消费人群，因此，要抓住情侣的消费观念，增加商品的使用价值课以对消费者采用会员制度，建立客户群，便于形成客户群。

### （二）价格策略

#### 1、定价目标

以获取合理利润为定价目标：根据自身条件，本企业现属于一般小型企业，为了避免不必要的价格竞争、以适中稳定的价格获取长期利益，我们在以补偿平均成本的基础上加上适度的利润作为产品价格，因此我们选择以获取合理利润为定价目标。

## 2、定价策略

采用连带产品定价、招徕定价，依据不同产品类型共同完成定价。

①连带产品定价：由于本店还销售不同种类的盆花，红花还需绿叶衬，漂亮的盆花当然也需要精致的花盆来衬托，这就是本店采用此定价策略的根本之处。我们可以将此花的定价相对稍低一些，将连带产品花盆的定价高一些，通过低价促进花的销售、依靠连带产品花盆的高价来获取利润。

②招徕定价：一般消费者都会有一种求廉的心理，利用顾客的这种心理，我们分期轮流把一些产品定较低的价格（比如半价，数量控制在每天前五名的购买者），采用此策略招徕顾客，从而带动其他正常价格产品的销售。

## （三）促销策略

### 1. 宣传策略

充分利用学校各大社团活动、学校活动以及发放小礼物的方式，力争低成本进行宣传。



广告词是让自然离我们更近！

## 2. 服务策略

我们的服务必须是一流的，配送人员必须严格按照订单要求按时按地送到，并且微笑服务，时刻交流信息，了解顾客动向，及时反映自身存在的问题，及时解决问题。在售后服务方面，无条件退货，集中受理顾客的意见和投诉，在网上建立客户服务平台，便于交流信息，解答客户感兴趣的问题，争取将市场潜在客户发展成为忠实客户。

## 3. 创新策略

我们的鲜花店名字叫做“创意花店”必定有创新，因此我们可以在产品上推出和别的鲜花店不同的地方，我们可以在节日时推出“亲自插花送亲友”，让消费者亲自体验插花的乐趣并且对亲友送去最真挚的祝福。还可以开设“鲜花养殖小课堂”让一些喜欢喜欢鲜花，种植鲜花的消费者懂得养育鲜花的知识，这样不仅提高鲜花店的知名度，还可以让消费者对本鲜花店产生好感，以至于对产生购买本花店鲜花的习惯。

### （四）渠道策略

#### 1、直销模式

##### （1）店面直销

面对一些客户现买现取的心理，所以花店采取直接销售给客户的模式，这类客户一般要求花的新鲜程度高，店员也可以直接为其提供插花、鲜花保鲜方法等服务。

## （2）节日期间街边设立卖花点

由于母亲节，父亲节，情人节，教师节期间对花的需求量大，可在繁华的街道旁边设立卖花点，也可为花店进行宣传。

## 2、电话预订

有一部分工作繁忙或者消费能力强的客户群体，需要提前电话预订。店员为客户送花上门适当地收取服务费。为了保留客源量，制定VIP 会员，不仅可以享受折扣，还会在客户生日当天送上鲜花惊喜。

## 3、网上销售

网上销售主要在情人节、国庆节期间进行，提前为花店做好宣传工作，以便增加更多的客源。出售一些花簇盆景为主。

## 七、组织与实施计划

### 具体策划方案

1、活动背景：为创意花店销售和推广做宣传。

2、活动目的：

在滨州学院大学城推广创意花店，提高其品牌影响力和知名度。

3、 活动名称：创意花店品牌推广活动

4、 活动地点：大学生创意文化城内

5、 活动对象：滨州学院大学生和附近居民

6、 活动准备：因为推广宣传期间需要人手多，所以会聘请滨州学院的临时工作人员 6 人，以便于活动圆满成功。并且所有工作人员定制统一的服装。

①让工作人员在大学城搭一个会台，并在周围摆上本花店制作的花束，营造出一种浪漫的氛围来吸引顾客。（2 个人）

②派工作人员在商场门口外散发单页，并带领消费者前来观看。（2 个人）

③派工作人员在活动现场对来的顾客进行登记，预定鲜花，发放礼品。（2 个人）

④活动结束后，由工作人员整理各种用品和资料。（所有工作人员）

7、 活动内容：

①提前一周在学校附件和小区张贴海报、发传单等进行宣传。

②在举行此次活动之前，要在一个周之前，率先进行宣传造势。创意鲜花店可以在滨州论坛、微信、滨州学院贴吧进行宣传，可以让学生之间相互传达。可以利用微信进行集赞活动，集满 9 个赞送长长久久花束礼品。

③活动当天，可以利用学生的网络之便让学生发布活动信息即可送会员卡，和店里 10 元代金券一张。④在活动的过程中，进行鲜花预定活动，可以推出情侣去女士送小礼品，预定鲜花打折送礼品。⑤活动最后，所有工作人员整理会场，和预定鲜花资料，以及办理会员卡人员的资料统计。

## 八、活动预算

海报宣传费用： $2m \times 2m = 100$  元  $10$  张  $\times 100$  元 = 1000 元

活动单页：彩印 0.3 元每张  $0.3 \times 1000 = 300$  元

会员卡：20 张会员卡 + 刷卡器 + 会员管理软件 = 1000 元

人力成本：学生临时工  $60 \times 6 = 360$  元

会场布置成本：花束 + 展台 = 500 元

礼品：200 元

合计：3360 元

## 九、应变措施

在现实的营销推广中，我们要根据不同的市场状况、不同的区域、不同的地区、不同的经济发展水平和消费习惯，做出相应的调整，使产品销售趋于完善，市场覆盖面加大，销售增长扩大，花店经济利润提升。

### 营销策划方案 篇 2

1 活动名称：“人寿杯”——第三届班团风采展——红色畅想春春飞扬

2 活动背景：大一新生进校后，第一个校级范围内以班级为单位的大型活动，以建党 90 周年为背景，展现现代大学生的朝气活力，合作创新等能力。同时发挥同学们的主观能动性，调动积极性和友爱互助的良好品质。

3 活动目的、意义及目标：

(1) 活动充分发挥社团联在校级大型活动中的组织和协调作用；和在各个班级及广大同学之中的领导和纽带作用。在活动中不断的汲取经验，使社团联今后的工作逐步走向成熟。

(2) 活动使各个班级拥有一次充分展示自己优势的机会，将班级的亮点面对全校同学充分进行宣传。也调动起广大同学在

活动中的创新积极性，在彼此活动的良性竞争中能够取长补短，为班级更好的交流合作与熟悉提供了一个平台。

(3) 活动使得全校同学，特别是大一新生能够更全面、具体的对大学集体生活有一个更深的认识。通过参与本次活动大家协作共，增进友谊，为今后四年的大学生活开创一个好的开始。

4 活动时间：初赛——5月10日和5月11日 场外比赛——决赛——

5 活动地点：初赛——学生活动中心场外比赛——操场决赛——主楼报告厅

6 主办单位：天津外国语大学校团委主办 校社团联合会承办

7 活动班级：滨海校区三大学院大一大多数班级和大二若干班级 二活动介绍

I 宣传工作：

1. (1) 初赛宣传时间：5月日

每天中午 11:50~12:20 下午 16:50~17:20

(2) 宣传方式：

① 发传单：食堂门口，宿舍楼门口（传单样式：制作成A4纸张四分之一左右大小的小传单）

② 粘贴传单：宿舍布告栏，水房，教学楼布告栏（共30张，A4纸大小）

③ 有专人负责，轮流在人人网“天外社团联”主页上发布相关日志和状态。

④ 由每个部门每次安排3~4名人员进行宣传，每部选取一名负责人

⑤ 横幅宣传，挂在一食堂门口或者二食堂门口。

2. （1）决赛宣传时间：4月19，20日

（2）宣传方式

① 发传单：食堂门口，宿舍楼门口（制作成A4纸张四分之一左右大小的小传单） ② 粘贴传单：宿舍布告栏，水房，教学楼布告栏（30张，A4纸大小） ③ 有专人负责，轮流在人人网“天外社团联”主页上发布相关日志和状态。 ④ 张贴晋级班级宣传海报（初赛完成后即刻张贴海报）

注：要求每部安排的3个人中有一名是男生，负责搬桌子，在宣传活动结束后把桌子搬回男生寝室。第一天宣传的同学负责借桌子，最后一天宣传的同学负责归还。

## II 报名方式:

(1) 报名时间: 4月25日——28日 中午 12:00—12:30 下午 4:50—5:20

(2) 地点: 学生活动中心、一食堂门口

(3) 由专人联系各院团委老师, 将活动详情通知大一大二各班班长和团支书。

## III 活动内容和流程 (分为初赛、室外环节和决赛):

### 初赛:

(1) 活动流程: 分 2 天进行, 每天待定个班参加, 分上下半场, 上半场待定个班, 下半场待定个班, 上半场参赛的班级 6 点到比赛现场, 比赛 6:30 正式开始。下半场比赛的班级 7:30 到比赛现场。当天比赛班级的负责人 6 点到现场将所需的音乐拷贝

(2) 比赛流程: 主持人致开场词, 各参赛班级依次进行节目展示, 时间 5-8 分钟, 剩余 1 分钟时给予参赛班级提醒, 如超时还不结束则由主持人上台打断其表演。

注: 在比赛开始之前, 通知各班如表演超时, 主持人会打断其表演, 如继续表演则将给予严重扣分, 让其把握好表演时间。

### (3) 评分细则



表演创新、整体风貌、内容充实、节目流畅、表演技巧 评分表：

满分 100 分，以上每个细则占 20%。

注：每个班级注意时间的掌控，最长时间不得多于 10 分钟。超过时间限制则扣分，依据时间长短给予不同程度扣分。具体原则如下： 1-2 分钟 扣除 1 分 2-3 分钟 扣除 2 分 3-4 分钟 扣除 3 分

(4) 比赛具体时间：上半场预计 7：30 结束（各班级展示结束后即可离开）下半场于 7：35 分开始，流程与上半场相同，预计于 8：30 分结束。

第二天的比赛具体流程与第一天相同，在比赛结束后按分数高低选出 8 个班进入决赛，结果将以公告形式贴于各公告栏，并通知各入选班级的负责人。

室外环节：

(1) 超级拼拼拼

活动时间：中午 12 点 30 到 1 点 活动地点：足球场

活动流程：各班在 20 分钟内由班级成员摆出指定造型，可以有 1-2 人在看台上指挥，时间到后停止，全体蹲下，由(来自:773N.c0m 校园生活网:中国人寿营销策划书)社团联相关人员对

各班摆好的造型进行拍照，照片将在决赛当晚播放，并由评委现场打分

决赛

赛前准备

(1) 会场布置、相关设备准备及仪器的调试；

(2) 邀请评委嘉宾：

中国人寿代表、赵老师、社团联主席和学生会主席

(3) 邀请比赛主持人，主持稿的撰写及主持人相互配合的练习；

(4) 邀请比赛中穿插节目的表演嘉宾；

(5) 奖项的设定：一等奖：1 名 二等奖：2 名 三等奖：3 名

最佳创意奖：1 名 团结奋进奖：1 名

(6) 奖品的准备：由中国人寿提供的实物或者出资，社团联代为颁发（具体

以活动赞助方提供为准）

(7) 决赛班级进行彩排；