# 产品营销策划方案论文(八篇)

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2023-09-19

*确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。产品营销策划方案论文篇一企业开张伊始，尚无一套系统营销...*

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**产品营销策划方案论文篇一**

企业开张伊始，尚无一套系统营销方略，因而需要根据市场特点策划出一套行销计划。

二、分析当前的营销环境状况。

（一）市场状况分析及市场前景预测

1、产品的市场性、现实市场及潜在市场状况。

2、市场成长状况，产品目前处于市场生命周期的哪一阶段上。对于不同市场阶段上的产品公司营销侧重点如何，相应营销策略效果怎样，需求变化对产品市场的影响。

3、消费者的理解性，这一资料需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展前景。

如中国台湾一品牌的漱口水《\"德恩耐\"行销与广告策划案》中策划者对德恩耐进入市场风险的分析，产品市场的决定颇为精彩。如对产品市场成长性分析中指出：

①以同类产品\"李施德林\"的良好业绩说明\"德\"进入市场风险小。

②另一同类产品\"速可净\"上市受普遍理解说明\"李施德林\"有缺陷。

③漱口水属家庭成员使用品，市场大。

④生活水平提高，中、上阶层增多，显示其将来市场成长。

（二）影响产品的不可控因素进行分析

如宏观环境、政治环境、居民经济条件，如消费者收入水平、消费结构的变化、消费心理等，对一些受科技发展影响较大的产品如：计算机、家用电器等产品的营销策划中还需要思考技术发展趋势方向的影响。

三、swot分析。

营销方案，是对市场机会的把握和策略的运用，因此分析市场机会，就成了营销策划的关键。只是找准了市场机会，策划就成功了一半。

（一）优势

（二）劣势

一般营销中存在的具体问题/劣势，表现为多方面：

企业知名度不高，形象不佳影响产品销售。

产品质量但是关，功能不全，被消费者冷落。

产品包装太差，提不起消费者的购买兴趣。

产品价格定位不当。

销售渠道不畅，或渠道选取有误，使销售受阻。

促销方式不务，消费者不了解企业产品。

服务质量太差，令消费者不满。

售后保证缺乏，消费者购后顾虑多等都能够是营销中存在的问题。

从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分，对不同的消费需求尽量予以满足，抓住主要消费群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

（三）机会

（四）威胁

四、营销目标

营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的具体目标，即营销策划方案执行期间，经济效益目标到达：总销售量为万件，预计毛利×万元，市场占有率实现。

五、营销战略（具体行销方案）

（一）营销宗旨

一般企业能够注重这样几方面：

以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。

以产品主要消费群体为产品的营销重点。

建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等。

（二）产品策略

透过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略推荐，构成有效的4p组合，到达效果。

1)产品定位。产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使产品迅速启动市场。

2)产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。

3)产品品牌。要构成必须知名度，、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，务必有强烈的创牌意识。

4)产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。

5)产品服务。策划中要注意产品服务方式、服务质量的改善和提高。

（三）价格策略

那里只强调几个普遍性原则：

拉大批零差价，调动批发商、中间商用心性。

给予适当数量折扣，鼓励多购。

市场营销方案范文5篇文章市场营销方案范文5篇出自gkstk./article/，转载请保留此链接！

以成本为基础，以同类产品价格为参考。使产品价格更具竞争力。若企业以产品价格为营销优势的则更应注重价格策略的制订。

（四）销售渠道

产品目前销售渠道状况如何对销售渠道的拓展有何计划，采取一些实惠政策鼓励中间商、代理商的销售用心性或制定适当的奖励政策。

（五）促销策略

（人员推销、广告、营业推广、公共关系）

以广告宣传为例：

1、原则：

①服从公司整体营销宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象。

②长期化：广告宣传商品个性不宜变来变去，变多功能了，消费者会不认识商品，反而使老主顾也觉得陌生，所以，在必须时段上应推出一致的广告宣传。

③广泛化：选取广告宣传媒体多样式化的同时，注重抓宣传效果好的方式。

④不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行，如重大节假日，公司有纪念好处的活动等。

2、实施步骤可按以下方式进行：

①策划期内前期推出产品形象广告。

②销后适时推出诚征代理商广告。

③节假日、重大活动前推出促销广告。

④把握时机进行公关活动，接触消费者。

⑤用心利用新闻媒介，善于创造利用新闻事件提高企业产品知名度。

（六）具体行动方案

根据策划期内各时间段特点，推出各项具体行动方案。行动方案要细致、周密，操作性强又不乏灵活性。还要思考费用支出，一切量力而行，尽量以较低费用取得良好效果为原则。尤其就应注意季节性产品淡、旺季营销侧重点，抓住旺季营销优势。

六、策划方案各项费用预算

这一部分记载的是整个营销方案推进过程中的费用投入，包括营销过程中的总费用、阶段费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得效果。费用预算方法在此不再详谈，企业可凭借经验，具体分析制定。

七、方案（或方案调整）

总结

**产品营销策划方案论文篇二**

一、前言

高考录取学生升学宴请已成为全国普遍的习惯，每家少则两三桌，多则几十桌，升学宴成为个人团购白酒消费的一个重要组成，具有非常重要的作用。

首先，可以在白酒消费淡季的时候提升市场销量；其次，谢师宴消费者的口碑传播作用非常明显，往往同一区域或同班同学会有模范趋势，通过口碑传播可以很好的拉动其他周边消费者；再次，高考及录取期间正好是白酒消费的淡季，通过对消费者活动的宣传推广，可以提高消费者对某某产品及品牌的认知度，营造市场销售氛围，为即将到来的白酒消费旺季做好市场宣传基础。

所以说谢师宴的操作不仅仅体现在促进淡季市场销售的效果，更重要的是它能够在市场营造良好的消费氛围，在消费者之间造成良好的口碑传播，为旺季实现某某热销做好基础准备工作。

二、活动主题

全国大主题：“某某金榜题名某某某”；“醇真师生情，幸福某某”。地方可以根据活动政策来制定具体的副标题。如：品某某，中状元，游世博。

三、活动时间

20某某年6月7日——20\_\_年9月1日

准备期：6月1日——6月6日

传播期：6月7日——6月30日

四、活动对象

区域对象：全国20某某年被高等学校录取的高考考生家庭宴请活动。

联系对象：被录取学生及其家长、老师。

五、活动内容

针对核心消费者和一般消费者采取不同的促销方式，达到核心消费者消费某某，一般消费者选择红翻天或红精品。

1、核心消费者政策：

各行政机关、事业单位的决策者、重要影响者子女采取免费赠酒的做法，不参与其它形式的促销；

2、状元特别政策：

设立名生宴，对当地高考状元或者考上清华北大的学生进行免费赞助用酒；

3、一般消费者的政策（以下套餐仅供参考）：

喜庆时刻套餐

购买红精品3箱，赠送150元的拉杆箱一个；

购买红翻天5箱，赠送250元的移动硬盘一部；

购买红满天8箱，赠送价值某某元的某某。.。.

（可以根据当地资源赠送）。.。.。.

六、活动执行

高考是中国影响，最牵动人心的事件之一，其间包含到师生离别的愁绪、金榜题名的喜悦、天下父母的期望、新生对未来的憧憬……白酒是宴席中不可缺少的部分，谢师宴也是一样，即使其使用量远小于婚宴，但意义却极其重大，本次宣传以尊敬师长、师生感情为重，淡化商业利益，凸显红福春品牌的感情内涵，为红福春品牌形象树立、品牌健康长久发展做出贡献。

本次主题宣传的情感诉求——“健康美酒某某，金榜题名某某某同学”；“醇真师生情，健康某某”。

**产品营销策划方案论文篇三**

一、主题

清凉夜晚，冰点价格

二、副主题

1、新房装修买瓷砖，看过\_\_再决定

2、店面之大，品种之全，价格之惠，超出你想象

三、活动目的

1、提高\_\_瓷砖超市在\_\_市场的知名度

2、提高产品销量及业绩，抢夺陶瓷市场占有率

3、提高全体\_\_员工的士气、销售经验、团结及协调能力

四、活动时间

\_月\_号--\_月\_号

五、活动地点：

六、活动目标：

1、销售基础目标：\_\_。冲刺目标：\_\_。超越目标：\_\_。

2、集客目标：\_\_拨进店。成单率\_\_

七、活动内容：

钜惠1、进店有礼

活动期间内，凡进店客户在橱窗广告处签到者可得精美礼品一份

若夫妻共同进店客户，额外可领取价值\_\_\_元“美容券”2张。

钜惠2、厂价直销

全场3.8折起

钜惠3、惊心价位

现场高档抛光砖低至35每块（五款\_\_抛光砖），高档抛釉砖低至60元（五款\_\_抛釉砖），瓷片样板间低至8元每片(\_\_300\_450)，小地砖低至3元每片(\_\_)

钜惠4、疯狂折上折

业主在微信和qq上转发（1、关注；2、可有所要求）本公司活动宣传模版，在送货时，凭截图，可获总单货款的9.5折。（没得商量）

钜惠5、现金随意拿

活动期间，交定金满3000/6000/10000元的客户，可参与现金抽奖活动1/2/3次，奖金额50--100元之间（50元50张，100元10张，当客户的面投放）。依次类推，送完为止；（每次抽出一张多着无效）

八、活动基本流程：

方案确定--集客开展--动员大会--物料准备--宣传计划--店面布置--推邻计划实施

九、集客计划：

1、电话、短信邀约。共需拨打11875个电话，进店目标100人，进店率8.4‰。

2、需要5名电邀人员，250个/人/天，每天共拨625个电话。共拨打19天。

2、扫楼结合电销共同开发同一小区，如扫楼同事可在现场派放宣传单页及解说，起到“里应外合”作用，同时收集水工师傅名单资料，制订档案库！（第一周：重点扫楼，民众、三角周边楼盘(根据具体情况实施调整；第二周：扫楼、家装同时进行；第三周：重点电销回访邀约！）

3、卖场截留。进店目标210人。需要5名截流人员，人均8你个/天，周六日16个/天。14个正常天数，6个周六、日。（注：除了接客，门店再忙，一楼截留人员坚决不可动用！）

4、熟客设计师、水工师傅本月拜访3次，目标10单。开发新的家装公司，目标10单！

5、重点小区摆点；设开临时迷你店铺，可为扫楼、签单、团购做铺垫！

十、宣传计划：

1、dm单页派发

2、重拾推邻计划（活动开始前奏晚上加班统一拨打，确保落实到尾）

3、五星大卖场的广告位租凭（两边柱牌）

4、微信营销（重点）

5、拱形门；竹旗

6、短信推送（电销短息）

**产品营销策划方案论文篇四**

一、活动主题：

粽香情—粽情忠意、邮我所爱

二、活动时间：

20\_\_年4月25日—6月23日。

三、活动目标

销售收入：预算目标2500万元。

四、激励政策

（一）正向激励

1、评奖资格

（1）完成省公司下达的销售收入目标任务；

（2）完成\_\_项目业务收入预算基本目标；

（3）完成省公司下达的端午节项目业务收入奋斗目标的市、州局即可参与全省奖励评比。

2、考核指标

指标一：各市州完成各竞赛项目业务收入总进度排名；

指标二：各市州完成各竞赛项目业务收入绝对值总量排名。

3、计分公式

评比值=业务收入总进度排名\_30%+业务收入绝对值总量排名\_70%。

4、奖励标准

各市、州局在本次粽香情—“粽情忠意、邮我所爱”专项营销活动的预算目标完成情况将纳入年底的绩效考核。

（二）负向激励

未完成项目业务收入预算目标扣罚市、州局领导班子绩效20\_\_元、专业局领导1000元。

五、运作流程

1、要数：

2、退换货

3、结算

4、产品组合

各局可根据实际情况，组合邮政经销的分销红酒系列产品。

六、营销规划

（一）市场特点

1、增长快速

具统计20\_\_年端午、中秋两节的市场份额基本一致，这是粽子产品礼品化特点，是市场增长迅速的契机。今年市场的增幅将达到70%，这对邮政提出了更高的要求。

2、竞争激烈

有了两年的快速增长时期，今年各大生产商们纷纷提前规划，为今年的市场做足了准备，使市场竞争更加激烈。

3、营销前置

今年端午节较晚，但各生产企业的宣传攻势早已拉开了大幕，让我们提前感受到了市场的氛围，为大战的前期做准备。

（二）营销规划

1、产品规划

产品以去年全省统一运作的项目爱达乐、华生园、三全凌、龙凤为主，再选择多家优质的粽子企业，丰富渠道产品，支撑项目。

对于区域市场的差异由市、州局针对当地市场的需求采购适宜当地的项目。

在礼包产品的组织上，在各供应商所提供的产品中选择一款高档的礼盒预留出可放置一瓶红酒的空间，用于搭配分销红酒，提升客户的选择面。

2、价格策略

针对不同供应商的礼盒，分为高、中、低三档，针对商务礼仪、员工福利采取差异化价格策略，制定不同的礼包价格。

3、渠道策略

（1）挖掘邮政渠道潜力，大力发展邮政大客户营销。

（2）积极利用邮政营业网点和有资质的分销网点中进行销售及展示，可有效的促进业务的发展。

（3）开展网络营销，利用电子商务的优势开展多渠道营销，在邮乐中国上营销粽子产品，各供应商需提供渠道专有产品，线上线下共同开展营销。

4、促销模式

（1）客户推介、现场观摩，各市、州局在所辖区域挑选有条件的营业网点（邮政营业网点、分销网点）中销售和展示项目产品，以感官和品尝促进项目的成功营销。

（2）配送服务、全省联动，开展免费寄全省的活动，寄递服务以非实物邮寄的方式进行传递，及各市州局需备货，省分销局将订货局需寄递产品明细发于收货局后当地局按预留地址将产品送于收货客户。

节日临近期间市、州局小批量订货的配送问题，解决客户的零时订货问题。

（3）主动营销、时间策略，根据营销时间的前后制定不同的折扣价格，在不同的营销时间以不同的折扣优惠引导消费者消费，控制营销节奏，避免有市无货的局面。

（4）加大宣传、营造氛围。

发挥端午节的文化优势，利用省内知名报刊、广播电台的影响力，加大对项目的宣传，迅速提升项目的知名度与知晓度；同时举办全省性的产品推荐会及品鉴会，市州可举办地区性推进会，对项目进行宣传推广，各市州局可在局内举行端午节员工活动提升氛围营造邮政端午销售的氛围。

七、运作要求

1、加强组织、保证支撑，各市州局要结合省公司“粽情忠意、邮我所爱”的活动安排要求，加强项目组织，保证责任落实到人，有效协调和发挥邮政的资源优势，确保活动的顺利实施。

2、明确目标，细化措施。各局要明确计划目标、并结合自身的情况，制定科学的营销方案，细化营销措施，并进行层层落实，确保计划任务能够落实到位。

3、明确政策，强化营销。

供应商根据要数额提供了一定比例的宣传营销费用，省公司川邮政[20\_\_]171号《关于规范\_\_业务营销费用管理的通知》也明确规定“各局可按不超过进销差收入30%支付营销费用”。

省公司决定：完成下达的端午项目业务收入奋斗目标的市、州局，按照各局各项目的要数额向各局提供宣传营销费用（各供应商业的宣传营销费用比例为：\_\_食品有限公司的产品%、\_\_食品有限公司%、\_\_食品股份有限公司%、\_\_食品有限公司%）。各局要进一步细化政策和营销费用标准，通过方案营销、团队营销、窗口促销以及不同的营销方式，充分发挥专职营销、能人营销的作用，不断做大项目规模。

4、加强宣传，提升品牌。

省公司将统一印制产品手册，向各局提供的大客户宣传，同时，供应商也提供了宣传册、实物样品，供各局宣传产品时使用。各局可根据实际，采取不同的方式，宣传邮政经销的产品。

**产品营销策划方案论文篇五**

一、主办单位：湖南雨露商贸有限公司

承办单位：中南大学市场营销协会

媒体支持：学生都市网

二、活动时间：4月15日-5月9日

三、活动意义

1、为湖南各高校的学子创造更多的理论与践相结合的机会，让更多的湖湘学子在此次营销大赛中通过演讲、销售、团队合作等方式挑战自 我、营销自我、提高自我；

2、参赛高校多，可很好的为各个社团在整个长沙扩大影响力，建立好自己的品牌活动。展示协会的实力，树立好协会在各商家心中的良好形象。

3、加强各大高校协会之间的联系，建立好我们营销协会的交流平台。

4、让人了解“朝慕思”品牌，展示“朝慕思”的形象，扩大“朝慕思”的影响力及知名度；

5、为大学生及“朝慕思”企业搭建桥梁，为应届生大学生创造新的就业机会，为企业选拔人才、储备人才。

四、比赛流程策划

此次营销大赛的比赛时间为4月15日至5月9日，分为报名宣传、初赛、复赛、决赛四个阶段。

1、报名宣传

u 时间：4月15日--4月22日

u 地点：由各大赛区现场报名点

u 负责人：各赛区委员

u 要求：

1) 填写报名表

2) 到第一范文网上上传团队相片和基本资料

2、 初赛

◆时间：4月13日至4月19日

◆地点：各赛区即各个高校

◆参赛人员：所有参加报名团队

◆负责人：各赛区委员

◆比赛方式：

①、了解“朝慕思”。参赛团队就自己采集的有关资料谈谈对“朝慕思”的了解。此环节的比赛方式及规则由各赛区自己制定，表现形式自由。

②、营销实战。参赛团队对赛委会提供的产品进行销售，时间为两天，各赛区委员负责统筹管理，评分以销售额为标。

3、 复赛

◆时间：4月20日至4月26日

◆地点： 长沙市区

◆参赛人员：各大赛区前五名队伍

◆负责人：赛委会

◆比赛方式：

①、推广“朝慕思”。晋级团队以推广“朝慕思”品牌为主题，用ppt形式做出来，提交给赛委会。然后再由赛委会进行评选。

②、挑战“朝慕思”。晋级团队就赛委会提供的“朝慕思”产品，在二天时间（4月25日，4月26日）内在长沙市区内进行推广销售。

4、 决赛：

◆时间：5月9日

◆地点：中南大学民主楼

◆参加人员：复赛产生的15强 ，整个赛事所有负责人，湖南雨露商贸有限公司代表

◆比赛方式：

决赛以及颁奖晚会，由复赛产生的15强以团队表演形式拉现场票，再根据总分决出的冠亚季军颁奖，以及各个奖项的颁奖。

五、比赛评分细则

初赛：以①、②两个环节总分评出前五名。

①环节为占初赛总分的30%；②环节为70%（两个环节都为100分计）

初赛总分为（①环节得分）×30%+②每队环节销售总额/最高销售总额×70%

各赛区前5强晋级

复赛：①环节（ppt创意得分\*20%）+②环节（每队销售总额+最高销售总额×100分\*30%）+网络投票得分\*20%+短信投票得分\*30%

总分前15名晋级

决赛：观众投票得分\*30%+短信投票得分\*50%+网络投票得分\*20%

总分前三名分别为冠亚季军。

具体评分标准：

创意评分由赛委会根据满分100分的标准，就ppt的内容，表达，创意综合评分。

b.网络投票得分按照满分100分的标准，以网络得票第一名队伍的得票数为分母，进行折算。网络得票数第一名计100分。

参赛队伍网络投票得分=参赛队伍网络得票数/网络得票第一名队伍的得票数×100分。

如：第一名得票数为10000票，第二名得票数为8000票，他们的得分分别为：

第一名：10000/10000×100分=100分

第二名：8000/10000×100分=80分

以此类推。

c.短信投票得分按照满分100分的标准，以短信得票数第一名队伍的得票数为分母，进行折算。短信得票数第一名计100分。

参赛队伍短信投票得分=参赛队伍短信得票数/短信得票第一名队伍的得票数×100分。

如：第一名得票数为10000票，第二名得票数为8000票，他们的得分分别为：

第一名：10000/10000×100分=100分

第二名：8000/10000×100分=80分

六、奖项调置

（一）决赛奖项：

1)冠军团队1支（奖金3000元+“朝慕思”高级聘书）

亚军团队1支（奖金1500元+“朝慕思”中级聘书）

季军团队1支（奖金1000元+“朝慕思”工作合同意向书）

“朝慕思”聘书直接可以到“朝慕思“【湖南雨露商贸有限公司】培训上岗，不需面试、考试。

入围决赛团队可获得公司培训实践机会，表现突出者，也可直接进“朝慕思“【湖南雨露商贸有限公司】上岗。

2)所有参赛团队在初赛：营销实战环节中的销售利润，50%返还销售团队。

3) 所有入围复赛：在挑战“朝慕思”环节中，所有推销产品的利润，50%归参赛团队。

（二）组织奖项

1)最佳组织2名，（各分赛委员中产生）奖金500元

突出贡献2名，（赛委员成员中产生）奖金500元

2)赛委会各成员都有机会直接到“朝慕思”【湖南雨露商贸有限公司】培训上岗。

七、赛事管理：

1)设立赛事比赛的各大校区为各大赛区，设立总赛事负责委员会，简称赛委会，赛委会由“朝慕思“一名负责人领导，营销协会若干主要干部和赛区协会负责人组成，整个赛事由赛委会全权负责。

**产品营销策划方案论文篇六**

一：活动销售

坚持酒吧定期的活动可以起到一个留住老客户发展新客户的良好市场战略。

活动策划：

（1）宣传期间 例如：某月10号为活动日，提前1—2周宣传，首先针对店内vip，一一发送活动信息通知；然后店内外宣传，外部主要广告和客人间口头宣传，内部主要以海报和销售人员的宣传，在每一位客人10号前来店消费即告知活动时间和活动主题，并同时赠与或者推销活动邀请卡片。从而诱惑客人当日前来参加活动，卡片上须注明时间、权限和使用方法。注释：卡片的形式

a：免费赠与——持该卡片参加活动即可免费获得啤酒一瓶或者洋酒一杯。 b：定额面值——该卡片有一定面值额度，得到此卡片的方式是向销售人员或店里购买，比如50或100活动面值，活动当日持100面值活动卡片可以购买店内啤酒半打或者可以充当120元——150元的酒水购买现金来使用或者其他优惠。。销售的同时尽量留下客人的信息。

（2）实施方案 如是a形式卡片，活动当天客人持卡片前来参加，在进店或者使用卡片兑现啤酒的时候向其赠送下次活动的卡片；如是b卡片，在客人兑换完啤酒，由店内销售人员在客人即将离店之时，为其推销下次活动的消费卡片，或者上桌为每一桌客人做即时推销此类卡片。

活动期间需要有表演、各种互动游戏、即时促销和抽奖环节，保证每次活动的趣味性和吸引性。

附言：以上说及活动销售方案只是本人一个框架思路，具体实施操作还需具体商讨。

二：日常鸡尾酒推广销售方案

鸡尾酒是一种量少而冰镇，成本低利润高的酒，因为它的制作独特方式及实用吸引了很多朋友们的喜爱。酒吧中在不定时间内搞一些鸡尾酒促销这样会加大我们鸡尾酒销售量，从而提高了我们酒吧的经营效益。

1：每晚在9点30前进场到12点未退场并且在吧台消费达到一定金额的客人，均由调酒师赠送精心调制的鸡尾酒一杯。（这一鸡尾酒促销方案主要特点是有时间限制，一般在这一时段虽然人比较少，但是都是一些酒吧常客。）

2：酒吧时间，对每一位来本酒吧来举行生日聚会的顾客，赠送由调酒师调制的宴会系列鸡尾酒或者天使半打或者沙滩半打或试管鸡尾酒一套，并点上烟花以示庆祝。

3：周日三为女士之夜，女士在当晚9点30—23点59即可品尝免费鸡尾酒。 4制定每周一酒方案，在桌台的鸡尾酒推广卡片中注明某款鸡尾酒做本周半价销售。

5：由营销人员定台并消费达到一定高度的顾客，由定台营销经理赠送杯塔鸡尾酒一套，可由调酒师亲自到其座位上制作。

6：对在吧台购买宴会型鸡尾酒或成套子弹型鸡尾酒或试管鸡尾酒的顾客赠送果盘或者小吃。

7：由服务部负责促销鸡尾酒，给予服务员百分之5的提成（或其他待定）。

8：招聘吧丽以对于坐在吧台消费的男性客人更好的沟通。

9：可以让来店消费的客人留下一张交友卡由酒吧保存。

10：在酒吧各处贴上鸡尾酒小图片和信息，如厕所，墙壁等。

11：由调酒师和吧台工作人员对每一位坐在吧台点经典鸡尾酒的顾客讲这种鸡尾酒由来的故事。

12吧台工作人员须掌握些小魔术和些趣味性游戏和客人互动时来增加气氛和让客人感受不一样的吧台文化。

13：每位客人都可给我们调酒师提供意见和不满，在我们以后的经营中更有效的帮助，和对策改善。

**产品营销策划方案论文篇七**

近年来国内服饰类行业发展迅猛，呈饱和状态，这给想入主该行业的商家，个体提出了新的挑战。在此种背景之下，diy服饰应运而生，既保留了原先服饰行业发展的特点，又增加了新的发展思路。本策划书主要阐述分析了我们公司旗下的手绘diy服饰的产品性质、市场、营销策略及活动的策划等。

私家衣橱是一家专业的具有独家研发生产的小型独资企业。其位于徐州市泉山区。私家衣橱主营手绘服饰，主要面向广大青年（15~25岁）及情侣兼带有家庭亲子，老年夫妇，专为其提供量身定制的手绘系列满足现代消费群体的现代潮流手绘服饰，鞋子，箱包及其它配件。本公司秉承“以手绘心，服务乐民”的经营理念，以我们个性化的手绘款式，贴心的咨询式服务和高质量的产品锁定顾客。

我们主要经营九大产品:t恤、帽子、围巾、手套、箱包、口罩、袜子、帆布鞋、外套。主打品牌是t恤、箱包、帆布鞋。有八大系列图样可供顾客选择:古典系列（中国风；欧美风）、动漫系列 、潮流系列（小清新；淑女风；潮男风； 非主流）、民族系列、情侣系列、亲子系列、黑白系列、自主创意系列。我们为消费者提供了一种更为满意舒适，有意义的获得产品的方式，我们不仅仅只是以出售盈利为目的，更重要的是让消费者可以亲眼看到自己服饰的制作过程后得到商品的同时感受到生活的美好，充实。我们辅佐经营手绘箱包，手套，围巾等，消费者亦可由我们提供指导，自己动手diy作品。

向广大青年（15~25岁）及情侣兼带有家庭亲子，老年夫妇，专为其提供量身定制的手绘系列满足现代消费群体的现代潮流手绘服饰，鞋子，箱包及其它配件。本公司秉承“以手绘心，服务乐民”的经营理念，以我们个性化的手绘款式，贴心的咨询式服务和高质量的产品锁定顾客。

4.1 优势

（1）手绘产品图案多姿多彩。若干年前，穿着和众人一样的文化衫的我们，更不懂得在衣服上作画，因为我们还不懂得欣赏个性。随着80、90后的成长，个性日益成为这个时代的主潮流，而我们的产品就是秉着这样的信念。

（2）产品面料耐洗，不易变形。质量是产品的生命线，我们的产品严把质量关。多个厂家进行挑选，从根本上保证顾客的利益。

（3）产品尺码多，款式多，可选择余地大。

（4）产品采用丙烯颜料，绿色环保无公害。丙烯酸颜料绘制，然后再用吹风机吹干，四十八小时之内不洗就行了。

4.2 劣势

（1）受季节影响较大，因为公司前期主要以生产t恤，帽子等轻小型产品为主。主要是在夏秋季节，本公司在完善夏季产品的时候，也会逐步拓宽冬季产品线的研发。

（2）品牌效应差，主要是依靠口碑效应。

（3）网店种类较多，竞争大。现在淘宝上充斥着大量低价格的产品，对我们的冲击还是很大。

4.3 机会

（1）近几年经济的快速发展，人们的生活水平提高，开始追寻精神享受。而我们的产品手绘t恤让消费者动手，通过自我创造带来精神上的享受，让他们体味到无穷的快乐。

（2）我们的消费对象主要是年轻人，其受教育的程度较高。所以他们的消费需求也较高，手绘t恤产品能够迎合他满足他们的个性化需求。

（3）产品市场已成熟，我们的产品种类丰富，有九大产品，八大图样系列可供消费者选择。

（4）产品技术采用的事最新的科技技术，研发空间大。

4.4 威胁

（1）产品受季节影响大，冬季产品不完善。

（2）从事手绘t恤事业的人越来越多，但专业的产品绘制者良莠不齐。

（3）产品不是必需品，市场需求量较小。

同时我们要认清自己的优劣势，以便更好的进行我们的销售。

5.1 定价策略

原则:影响顾客心理，增强企业产品以及产品影响力，扩大产品销售，使企业利润最大化，尽可能达到价格与利润的平衡点、。

成本计算方法:计算每一种模式的成本，然后将前两种模式的成本平均，得出前两种模式的平均成本，便于统一定价。具体实施过程据市场变化来调整。 价格的制定方法:商品的进价乘以150%--200%，再加上员工工资底薪加提成，以及店铺日常管理运营费的平均值就是商品的最终价格。考虑到营销主要对象的特殊性，最终价格可以上下波动，但是整件衣服不能超过5%，手工费不能超过10%。

5.2 宣传策略

5.2.1 宣传的目的和要达到的效果

目的:让更多的人了解和知道diy手绘t恤的过程并且乐意加入手绘的行列，体会其中的乐趣。勾起顾客的好奇心，增加购买欲望，增加我们的销售量。 要达到的效果:每一个人都知道diy和手绘，大部分人了解diy和手绘t恤特殊含义，让部分人乐意手绘并且愿意购买手绘产品。一开业就有很多人来捧场。

5.2.2 宣传的方式

采用宣传页介绍﹑问卷调查介绍﹑网络宣传和实体店面宣传等多种宣传方式相结合的策略。现场真人穿个性手绘t恤做广告，真人的穿着是最好的表达效果的方式。

手绘t恤的宣传举办带动大部分人的好奇心和求知欲，同时也让更多的年轻人了解diy这种时尚潮流创新方式。

宣传页主要介绍产品的各方面内容，问卷调查的同时向每一位被访者介绍产品和活动，提高产品知识的普及率。问卷调查表及分析结果见附件。

5.3 销售策略

销售模式:以宣传（炒作）为主的方式，同时采用有效地促销方式，以零售和团购手绘t恤为主，以零售颜料、画笔、手工费为辅的销售模式。

销售策略:靠搞大宣传来满足顾客的追求时尚、潮流、个性的心理从而增加潜在客户的数量，通过现场热闹的场面来留住顾客脚步，最后以优质的服务和物美价廉的商品来留住顾客的心使顾客决定购买我们的商品。

6.1 活动目的

利用圣诞节这一节日契机，让更多的年轻人了解diy这种时尚潮流创新方式。让“圣诞快乐，尽在手绘t恤”的活动主题深入人心。

6.2 活动对象

徐州工程学院学生及周边居民

6.3 活动地点

diy店铺

6.4 前期宣传准备

(1)12月22日，将准备好的两条横幅“圣诞快乐，尽在手绘t恤”，分别贴在宿舍区和篮球场吸引同学们注意。

(2)12月22日，将打印好的5张宣传海报，张贴于图书馆，篮球场，宿舍楼等地。

(3)12月23日，制作两幅宣传板，一张介绍此次活动，另一张展示公司产品，置于活动场地。

(4)12月20日——23日，联系学校相关部门，进行公关宣传。

(5)12月18日——25日，通过校园贴吧、微信、qq、微博等网络平台宣传，扩大宣传范围，尽量能够在学校达到一定影响。

**产品营销策划方案论文篇八**

对于新闻炒做，很多公司都在做，特别是事件的营销。很多人都知道海尔，但很少看到海尔的电视广告，为什么？因为海尔每年的费用大部分是花在新闻炒做上，很多报纸、电视、杂志都可以看到海尔的各类新闻、比如研发了产品、新技术等等。

新闻炒做需要一定的费用，这要根据企业的实际情况而定，还有对媒体进行公关，要不，人家不报道你，你同样没戏，炒做不起来。

20xx年12月范志峰帮助重庆华忆教育策划“英语课本倒背如流冬令营”，在现场招生会的广告投放之前，先采用新闻炒做。用记者的风格撰写新闻稿件，然后请朋友帮忙，让报纸用记者的名义发布2条新闻内容，标题如下：

1、6天就可以背完一本英语课本？

2、对话香港英语专家

当天的新闻一出，就接了几百个，直接销售出几十张学习会门票。

20xx年，汉王电脑有一款新电脑上市，就策划出了一个事件，在召开新产品发布会的高潮时，邀请现场的全部嘉宾一起拿起一个玻璃苹果往地上砸，到场的新闻媒体对这个事件进行了跟踪报道，7天之后，2万台电脑销售完毕。（这个事件是针对苹果的挑战，意思就是汉王推出的这款电脑比苹果要好，让记者去报道，当然，稿件肯定要事先撰写好）

医药保健品行业用的最多的方式是在人民大会堂开新闻发布会，邀请著名主持人、老专家、退休的干部对产品进行评价。然后直接拍摄成产品的专题片，在二三线市场播放，效果很好，老百姓不相信产品，但相信人民大会堂、相信著名的节目主持人；

20xx年范志峰负责的蜥蜴团队广州公司的时候，当时给广州某鞋业公司就策划了一个营销事件，与大家分享下：

a.购买所有韩国电视剧海报发行权，购买了发行权，就意味着可以免费用这些电视剧的素材来宣传，鞋业公司打可以说与这些电视剧合作，打擦边球的用名星了。消费者很难知道真实的情况，会以为这个公司是韩国的，要不怎么会赞助这么多电视剧，这家公司是非常有实力的，买他们的产品肯定是韩国货；

b.邀请韩国总领事出席新闻发布会，连总领事都说了，这个公司是韩国的，第一个进军中国市场的韩国鞋业公司，难道是假的？媒体肯定会对第一个进军中国的公司进行免费报道了；

c.邀请韩国模特现场走秀，展示下最新款的产品，国际大品牌都是专门的产品发布会的，韩国企业当然也会有职业模特的、职业设计师；

d.当然邀请广州的报纸、电视台记者是肯定的，新闻发布会的当天和第2天要看到这些记者的报道嘛；

新闻炒做八卦一点是最容易免费传播的，最好是要有美女、有明星、有情（婚外）、有隐私、有案件、有事件（比如跳楼）。有这些内容的出现，邀请记者参加，免费报道的可能性就大。如果太缺乏，可以策划，也可以直接撰写好新闻稿件，公关媒体。因为媒体发布的新闻，网络会转载，小事也会变大事。新闻内容的发布另外还需要长期的坚持下去，一个星期发布一篇新闻，这些新闻可以通过几个大站发布，转载率会非常好，而且费用也不高，不超过1000元/篇。凤姐、犀利哥、李刚等就是靠网络的力量传播出来的，还有最近微博的郭美美。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找