# 202\_年年度推广计划模版(七篇)

来源：网络 作者：醉人清风 更新时间：2020-06-23

*做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。年度推广计划模版篇1根据市场现状及竞争对手的状...*

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来了解一下吧。

**年度推广计划模版篇1**

根据市场现状及竞争对手的状况来看，照明行业走到今天，经验主义、行业瓶颈等已经影响整个照明行业的发展，整个行业的抄袭之风成灾，照明营销走到今天已经失去了创新、发展的激情，在全球营销大变革的时代，完全套用行业内多年前的成功模式已经失去意义。

在市场推广的整体区域规划中我们将采用集中资源、局部突破并最后影响全国市场形成特有的安尚营销模式，利用有限的资源集中投放在少数几个重点市场，在短时间内占据区域市场份额的前列，再将区域市场的营销模式总结分析，快速在全国进行推广，完成全国市场的战略布局;

在市场推广的产品规划中，我们拟采用单个特色化产品、优势(成本优势或技术优势等)产品的重点推广带动整个产品群的提升，确定其在照明行业某一领域的补缺和领导地位，进而通过一系列的市场运作，影响、带动其它相关产品群的提升;

在市场推广的策略组合中，我们拟希望通过突破传统的照明行业推广手段，选择性的导入其它行业的成功推广模式，以品牌主题推广影响市场推广，以市场推广加速品牌影响，并根据不同时期内市场情况通过组织数次“海陆空”式的纵深立体化战役推广，分步骤的实现营销推广目标。

在推广的目标受众选择上我们前期主要集中在行业内的专业人士以及渠道经销商、工程建筑商、承包商等，逐步建立在行业内的专业品牌地位，再根据流通类产品的推出，再将推广的重心向目标消费群体转移，完成专业领域的强势品牌向大众化品牌的转化。

推行体验营销，围绕核心竞争力以服务为舞台、以商品为道具、以消费者为中心，创造、设计一系列能够使消费者参与、值得消费者回忆的活动(路演)模式，让消费者亲身体验安尚照明带来的利益;

以行业内、跨行业、渠道内、渠道外的联合促销为主要推广方式，最大化的利用传播资源，形成一个立体的装饰、建筑消费整体。

**年度推广计划模版篇2**

现状：随着网络购物的流行，越来越多的人加入了淘宝卖家的行列，作为淘宝新店，不但要面临强大的前辈，，还有优秀的同期，说不定后起之秀也会奋起直追，竞争之激烈不可言喻，只有从中脱颖而出才能占有一席之地，推广就是脱颖而出的办法，那么淘宝新店如何做推广呢？

首先，由于时间和经验的关系，我所做的这份淘宝店推广策划书难免有各方面的错漏或者方案不行，这就要以后看推广的效果和体现，希望大家能在这个基础上提下意见！

一、针对淘宝店存在问题以及可以优化的地方：

1、觉得如果可以的话，购买一个比较合适于家具方面的模板，客户对你的店的第一印象要好才能和你做得下生意，分析过淘宝上做酒店家具大部分卖家信用高的店铺，业务量多的都是选择一款适合自己公司产品定位的较为简约型模板

2、个人觉得在店铺名称上要优化一下，在淘宝上用“酒店家具”为关键词搜索店铺，是在第5页之后都还没找到店的，分析过排名在前的店名都有“酒店家具”关键词，并且主营关键词方面大概率出现“酒店，新古典家具，欧式家具，家具定制，家具实木，餐椅，餐桌，吧椅”等关键词

3、网店首页的制作，应该含店标、公告等必备的图片或者FLASH尽可能在标题图片中展示出店铺的风格、特色等。选择一些比较漂亮的商品图片来装饰页面，而这些商品就是有销售潜力的商品，畅销产品等等

4、产品展示的图片尺寸尽量一致，给客户的感觉是一看上去一目了然

5、图片：要清晰、美观，最重要的是要准确，尽可能与实物接近，避免交易中会产生纠纷。有可能的话，在图片上加上自己标志或水印，让图片更个性化，也可以通过图片介绍自己的品牌，产生广告效应。

6、宝贝描述：准确、完整的描述可以让买家更多地掌握信息，从而节省卖家很多与买家沟通的时间。可以将描述适当地生动化，从而让商品的成交率更高。要有3、4张产品图片（正面、侧面、背面等），细节图6张上下（产品尺寸、管材、布料、椅脚等）

7、店铺基本设置中的店铺简介：【掌柜签名】公司或店铺名/【店铺动态】新品上市、促销、活动等【/主营宝贝】板鞋登山鞋滑板鞋旅游鞋跑鞋透气男鞋运动鞋

8、广告：在商品的界面制作中，千万不能忘了为店铺的其他物品做宣传。可以通过FLASH、店铺推荐、关联物品促销等手段，让浏览物品的买家可以看到更多的店铺中的商品。

9、掌柜推荐，橱窗推荐等推荐畅销，尽量避免与同行同质化的产品

10、商品的命名策略：

1)、必须包含物品的真实名称

2)、尽量把商品的特色、优点放进名称中

3)、选择一些同类物品中热门的关键字放进去，提高商品在买家搜索时的曝

11、建设友情链接：

1)、友情链接等于借用人家的店铺来为你的店铺免费做广告，特别是那些浏览量特别大的店铺，很多人在进行浏览的时候，一不小心就看到了你的店铺。

2)、很多卖家需要变成买家的时候，很有可能首先去链接或收藏那里找，并会优先考虑那些卖家。所以我们尽可能多的把自己店铺的友情连接给弄满，这样给买家的感觉也是非常好的，觉得你这个店有信赖感

二、免费推广：

1、利用博客来宣传网店

2、淘宝网内部社区发帖，回帖发帖和回帖的质量要高，没有启发性的、没有建设性的、缺乏系统性的内容，或者灌水，都是白白浪费时间

3、使用银币抢广告位，精华帖、帖子的评论量很大，都会奖励一定数额的银币，银币越多，抢到广告位的机会越大，次数也越多

4、利用微博宣传网店

5、搜搜问问，百度知道，贴吧等去与家具相关的地方去回答问题和讨论

6、论坛软文，发邮件广告

7、利用淘宝的BBS资源有空常发贴，站内信，留言，商品留言多回复

8、群发信息，利用旺旺，QQ，MSN等聊天工具给别人发广告，要适度

9、交易结束及时联系，售后服务要跟进

10、去一些网站推广，例如百万网店，诚信网店，找店铺等

11、去视频网站制作视频，介绍产品，推广，增加影响力

12、登录各大搜索引擎

13、利用旺旺上的状态信息

14、充分利用宝贝上架的时间差，让自己的宝贝占据最重要位置

15、如果条件允许，一定要加入淘宝商盟，增加曝光率和提高知名度

16、多更新商品信息，这样可以提高被搜的几率

17、加入淘宝帮派，分享更多的产品

三、付费推广

1、淘宝客推广

2、直通车推广

3、加入消保

4、阿里妈妈推广活动

5、钻石展位、卖家第三方服务等推广

6、购买广告位推广

前面推广方法效果良好，店铺流量增大，成交率稳步上升，信用增加情况下，可以考虑多参加促销活动，特价活动，在传统节假日多搞优惠活动，参加一元起拍，会员折扣制度，参加群拍卖，发红包，抵价卷，送小礼物等等，吸引流量，发掘潜在客户

**年度推广计划模版篇3**

在市委市政府的正确领导下，在市海洋和渔业局的直接领导下，我站认真贯彻落实市委市政府各项工作部署，以渔业增效、渔民增收和渔业可持续发展为目标，按照《市海洋和渔业局20\_\_年绩效考评职能目标》的要求，扎实工作，努力做好渔业技术推广、病害防治和水产品质量快速检测工作，较好地完成了20\_\_年的工作任务。

一、20\_\_年主要工作完成情况

（一）开展渔业实用技术培训。根据我市水产养殖的实际和养殖户的要求，我站在美兰区演丰镇、琼山区大坡镇和桂林洋经济开发区举办了3期水产技术推广与质量安全培训班，共培训人员x多人次，特别是在演丰镇举办了鳗鱼养殖技术与质量安全培训班，培训人数x多人次，发放类渔业技术资料共x多份，邀请了海南海洋与渔业科学研究院邱明毅高工进行了授课,他把在养殖中的科研成果及新的养殖模式都传送给了养殖户,并在授课期间回答了许多现实、实用的关于对虾养殖的问题，培训效果非常好。

（二）开展渔业安全生产实用技能培训。在市渔业监察支队会议室举办了2期渔业安全与职务船员培训班，邀请了\_\_市海洋和渔业监察支队已退休的具有四十多年渔业生产工作经验的林芳成同志进行授课，主要培训内容包括渔业船舶驾驶基础知识和技能，水上渔业安全生产基础知识，水上求生、救生、消防、急救等基本技能，渔业法律法规相关基础知识。共培训了x多人次，进一步强化和提高了渔业船员的理论知识以及消防救生等安全意识,受到了渔民群众欢迎。

（三）深入生产第一线开展科技下乡咨询活动。针对渔业养殖户提出的各种热点和难点问题，我站坚持开展送科技下乡、送科技入户活动，组织技术人员和水产专家分别下乡开展实用技术咨询活动x次，放发渔业技术资料共x多份，同时向社会公布我站的，帮助养殖户解决疑难问题，深受广大渔（农）民的欢迎。

（四）开展水产养殖病害测报工作。根据农业部的部署要求，积极开展水产疫情测报工作，安排专人负责对美兰区3个水产养殖疫情测报点进行跟踪监测，每月30日前通过“全国水产养殖动植物病情测报系统”及时上报水产病害发生情况，并根据全市水产养殖病害情况，编写《\_\_市水产养殖病害测报情况通报》，对罗非鱼和南美白对虾的病害情况进行了分析，并及时反馈给有关部门和养殖户，提高了我市水产养殖病害的防控能力和科学监测能力。

（五）积极开展水产品质量安全快速检测工作。按照省厅和市局的要求，截止11月14日，我站分别对美兰区三江镇、琼山区红旗镇、秀英区西秀镇和桂林洋经济开发区进行水产品质量抽样检测，抽取罗非鱼和南美白对虾样品33个，每个样品均进行呋喃西林、呋喃唑酮、呋喃它酮、呋喃妥因、氯霉素、磺胺、孔雀石绿7个项目的药物残留快速检测，检测合格率达99%,为全市水产品质量的监管提供了技术保障。

（六）完成\_\_市水产病害和产品检测实验室的装修及仪器设备招标采购工作。购置水产病害和产品检测实验室仪器设备x多台，价值x万元，经市局组织专家验收合格。完成了实验室的装修及设备安装，并委托有工程审计资质的海南佳深工程造价咨询有限公司对实验室装修工程进行财务决算审计。决算造价为x元（含审核费x元）。核减金额x元。在原聘请2名水产品质量快速检测实验人员的基础上，新聘请了2名实验室检测人员（含经市人社局批准的公益性岗位人员1名），开展了2次水产品质量快速检测实验。此外，经市局批准，购置实验室配套设备及小型仪器一批，价值x万元。

（七）加强专业技术人员培训。根据实验室建设需要，选派实验室检测人员5人次到省水产技术推广站实验室和实验基地进行跟班学习各一周，基本掌握实验仪器设备的操作。此外，根据省厅的要求，组织专业技术人员开展渔业循环水养殖技术、深水网箱养殖技术等各类渔业技术培训10人次，不断增强专业技术人员的本领。

二、20\_\_年工作计划

（一）加强渔业技术培训，推广水产新技术、新产品，计划举办渔业技术培训班3期，培训渔民养殖户约x人数。

（二）深入生产第一线开展科技下乡咨询活动，计划开展渔业实用技术咨询活动x次，咨询人数约x人次。

（三）做好水产养殖病害测报工作，增加水产养殖病害监测点，完善测报的标准化体系建设，发布《水产养殖病害测报情况通报》8期，为养殖户和有关单位服务，提高我市渔业病害防治能力。

（四）抓好市水产病害防治和产品质量检测实验室能力建设，加强专业技术人员培训，确保实验人员基本掌握各项实验操作，做好实验室资质认证各项准备工作。

（五）配合市局做好水产品质量安全监管工作，计划抽取水产品样品50个，开展药物残留快速检测。

（六）积极策划全市水产品质量安全追溯系统建设项目，编制项目建设方案和可行性研究报告，争取市政府批准立项并实施。

（七）加强与海南大学、海南省海洋与渔业科学院等科研院校合作，策划申报科研项目。

**年度推广计划模版篇4**

在即将迎来的\_\_公司营销年，市场部将不断升级提高市场研究工作职责及工作架构，使其不断深化、细化，在找准自身定位的基础上切实发挥应有的作用。

\_\_年工作设想主要基于以下几方面：

(一)完善丰富市场部市场研究已有工作内容及架构。目前市场部市场研究工作除对项目进行针对性市调工作报告外，主要包括在售项目定期销售分析报告、主要城市月度市场研究报告、典型企业专题研究报告等方面。今后可适时拓展研究层面及研究范围。增加全国房地产定期研究报告、特定产品定期研究报告、推广媒体定期研究报告等形式。将研究地理范围从项目所在区域、主要城市拓展至全国，将研究层面从项目、宏观市场拓展至产品、营销推广等层面。

(二)扩大专题研究内容及层次。目前市场研究局限于行业宏观政策、销售市尝土地市场等层面。未来应向产品、营销推广策略及手法、客户需求专题分类研究等方向发展。

(三)拓展咨询顾问工作范围。除进行专业市场研究工作为领导提供参考建议外，同时也应从本职工作及专业角度出发，积极参与到新项目前期市场定位、产品规划、项目营销策略、推广策略、销售执行等方面提出系统性专业建议，为领导决策提供必要的前瞻性意见，减轻后期销售压力，尽量避免重复性错误及问题。同时对项目全程策划提供整体销售支持，从拿地——前期立项及规划设计——中期开工至开盘——后期销售阶段，提出专业区域研究、产品可行性研究、市场预测、销售分析等各层次各方面全方位支持。

(四)完善公司企业品牌。通过在公司内刊>设立市场专栏。活跃公司企业文化，提升公司员工专业能力及市场敏感度，拓展公司品牌影响力。每期提供1-2篇专业市场分析文章，使公司全体员工提升其专业信息量、并在不同层面对市场动态激发不同层次的思考及借鉴。

**年度推广计划模版篇5**

去年一年的工作主要是客服相关以及B2B的推广，就我主要负责的客服岗位上，这一年工作有所进步，但是明年工作也需进一步提高完善。明年计划从以下几个方面做起;

一、提高客户转化率。

去年总客户咨询量是1459，成单台数42，客户转化率是2.88%。明年将从2个方面来提高客户转化率：

1，提高客户信息的质量。提高跟客户的沟通技巧，在跟客户交流时，判断客户的购买倾向度及购买能力，将没有诚意，无潜在购买能力的的客户过滤掉，保留潜在客户信息传给销售。

2，做好跟销售的配合。在回访客户时，对于有意向但销售没取得联系的客户，将客户信息再次传给销售经理并附上回访情况信息，做到及时反馈，提醒销售联系。

二、为了更好的做好客服工作，就需要全面的解答客户的问题。

客户会带着各种问题与\_\_人沟通，尤其作为客服，客户需要从这里了解尽可能多一些的信息。所以为了拉近与客户的距离，明年工作中，希望通过自己的学习以及跟相关销售同事的沟通，来了解一些客户关心的知识，比如客户提到的招标、合同、付款、发货等销售相关环节事宜。在与客户的交流中，客户会提到线下市场方面的知识，在客服工作这块，我认为自己没有了解产品线下的市场情况，没能很好的应对好客户的问题。在明年的工作中，可以的话，如果是涉及到我工作范畴的内容，希望能跟相应的产品经理对接，在工作能给予我一些支持。

三、客服工作做好的同时，明年会着力提高自身网络营销能力

首先需从接待网络客户开始。当市场部和内勤同事没有时间接待客户时，网络部可以去接待客户，帮客户讲解产品。尤其是从网络来的客户来公司看设备时，争取网络部这边可以独立接待客户。这就需要了解网络部主要推广产品的知识，了解产品的基本市场状况，例如调Q、LeD光动力、co2治疗仪、半导体脱毛、水动力、308准分子治疗仪。明年这些产品的知识将重点加强

四、避免核对成单信息的障碍。

在接待客户咨询时，记录好客户的单位名称及装机地。今年所有咨询客户中，993个客户单位名称记录全面，占所有客户比例的68%。明年的工作，争取将这个比例提高到85%，方便对单。

今年的工作已经接近尾声，明年的工作将有序的进行，以更好的心态去工作，努力做到成为一个专业的网络人员。

**年度推广计划模版篇6**

这里将以我的网站第一个推广年度分为4个阶段，每个阶段3个月左右：网站建设策划阶段、网站发布初期、网站增长期、网站稳定期。我的公司是提供网络营销策划、网站建设策划，网站推广策划服务的公司。为此建立一个网站来宣传公司的产品与服务，并且具备了网上下订单的功能。

bylar网络营销策划机构制定的网站推广计划主要包括下列内容：

1、网站推广策划目标：计划在网站发布1年后达到每天独立访问用户1500人；

2、网站建设策划阶段的推广：就是从网站正式发布前就开始了推广的准备，在网站建设过程中从网站结构、内容等方面对google、百度等搜索引擎进行seo策划、sem策划等优化设计；

3、网站发布初期的基本推广手段：登录10个主要搜索引擎和分类目录（列出计划登录网站的名单）、购买2－3个网络实名/通用网址、与部分合作伙伴建立网站链接。另外，配合公司其他营销活动，在部分媒体和行业网站发布企业新闻。

4、网站增长期的推广：当网站有一定访问量之后，为继续保持网站访问量的增长和品牌提升，在相关行业网站投放网络广告（包括计划投放广告的网站及栏目选择、广告形式等），在若干相关专业网络营销刊物投放广告；与部分合作伙伴进行资源互换。

5、网站稳定期的推广：结合公司新产品促销，不定期发送在线优惠活动；参与行业内的排行评比等活动，以期获得新闻价值；在条件成熟的情况下，建设一个中立的与公司核心产品相关的行业信息类网站来进行辅助推广。

6、推广效果的评价：对主要网站推广措施的效果进行跟踪，定期进行网站流量统计分析，必要时与专业网络顾问机构合作进行网络营销诊断，改进或者取消效果不佳的推广手段，在效果明显的推广策略方面加大投入比重。

这个案例并不是一个完整的网站推广策划工作计划，仅仅笼统地列出了部分重要的推广内容，不过，从这个简单的网站推广计划中，我仍然可以得出几个基本结论：

第一、制定网站推广策划工作计划有助于在网站推广工作中有的放矢，并且有步骤有目的地开展工作，避免重要的遗漏。

第二、网站推广策划是在网站正式发布之前就已经开始进行的，尤其是针对搜索引擎的优化工作，在网站设计阶段就应考虑到推广的需要，并做必要的优化设计。

第三、网站推广的基本方法对于大部分网站都是适用的，也就是所谓的通用网站推广方法，一个网站在建设阶段和发布初期通常都需要进行这些常规的推广。

第四、在网站推广的不同阶段需要采用不同的方法，也就是说网站推广方法具有阶段性的特征。有些网站推广方法可能长期有效，有些则仅适用于某个阶段，或者临时性采用，各种网站推广方法往往是相结合使用的。

第五、网站推广是网络营销的内容之一，但不是网络营销的全部，同时网站推广也不是孤立的，需要与其他网络营销活动相结合来进行。

第六、网站进入稳定期之后，推广工作不应停止，但由于进一步提高访问量有较大难度，需要采用一些超越常规的推广策略，如上述案例中建设一个行业信息类网站的计划等。

第七、网站推广不能盲目进行，需要进行效果跟踪和控制。在网站推广评价方法中，最为重要的一项指标的网站的访问量，访问量的变化情况基本上反映了网站推广的成效，因此网站访问统计分析报告对网站推广的成功具有至关重要的作用。

案例中给出的是网站推广策划的总体工作计划，除此之外，针对每一种具体的网站推广措施制定详细的计划也是必要的，例如关于搜索引擎推广计划、资源合作计划、网络广告计划等，这样可以更加具体化，对更多的问题提前进行准备，便于网站策划推广效果的控制。本文略去这些细节问题，有关具体网站推广方法的实施计划，将在后续内容中适当穿插介绍。此外，完整的网站推广策划计划书还包含更多详细的内容，如营销预算、阶段推广目标及其评价指标等。

**年度推广计划模版篇7**

一、20\_\_年工作小结

20\_\_年工作重点主要是围绕年货大集开展的，利用网络渠道推广年货大集的产品和活动，还兼顾着c平台功能的测试和检查。经过大家的努力年货大集已经落下了帷幕。

二、20\_\_年一季度工作计划

20\_\_年的工作重点主要是b平台的推广和优化，c平台的产品推广放在第二位。

1、高权重免费b2b平台收集

20\_\_收集的b2b平台发送推广信息，收录的很好，有一定的效果。为了实现免费平台最大效益，2014年我们将加大b2b网站的整理、分类，将信息整合、共享。

2、软文推广的实施

软文推广是目前推广手段中效果比较好的一种方式，20\_\_年可以利用b平台入驻企业的相关产品和我们的服务编写一下软文，进行对外推送。

3、全线产品百度百科/知道推广

百度作为中国最大的搜索引擎，百度百科/知道是其核心产品，在互联网曝光率非常高。目前也是其他竞争对手竞争比较激烈的版块。这些也正体现了百度百科/知道的重要性。

4、友情链接的交换

交换一些和我们相关网站的一下连接，利用资源互补的优势给我们的网站带来一些流量。

5、站内优化

站内的一些关键词和描述及其代码等进行一系列的优化，使得更好的被百度抓取。

6、 qq邮件和qq消息

可以继续利用qq邮件和qq消息，进行c平台的产品推广和活动推广，b平台的展会信息也可进行推送。

三、20\_\_年的工作展望

通过以上一系列的推广手段，使得b平台的流量增长，提高网站知名度和信誉度，给商家入驻打下坚实的基础。

四、总结

在过去的一年中感谢公司领导和同事们对我的关心和帮助，使得我学到了很多推广有关的知识。在接下来的工作中我一定会全力以赴的努力工作，为公司的发展添砖加瓦。

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