# 2024年市场营销推广活动方案(三篇)

来源：网络 作者：柔情似水 更新时间：2024-10-17

*为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。市场营销推广活动...*

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**市场营销推广活动方案篇一**

xxx集团公司是一家具有现代企业特点的大型企业集团，以生产经营现代中成药、保健品而闻名海内外。

然而，由于产品结构的老化，以及市场推广手段的单一，使得登峰公司的总体产品销售面临滑坡的危险。为了从根本上改变这一不利的局面经过周密的前期市场调查，决定借企业新品铁皮石斛颗粒的开发，引入外脑为铁皮新品的入市推广进行全案策划与推广。

期望通过本案市场推广策划的导入，使中国xx登峰保健品通过新品铁皮石斛颗粒的成功市场推广，带动公司其它产品的市场销售，并由此强化企业的整体终端销售队伍与品牌形象，并将目标期望集中在：

1、初期主打市场为省城杭州，待杭州市场稳固后，再向省内其它地区或省外渗透。

2、通过8个月有效的市场策划与推广，使新品铁皮到达1500万的销售收入。

3、通过8个月有效的市场策划与推广，强化已有的终端销售队伍。

4、通过8个月有效的市场策划与推广，提升xx登峰的品牌形象与品牌信任度。

5、争取8个月有效的市场策划与推广，确立通过xx登峰铁皮的市场地位与声誉。

6、在完成铁皮产品的成功推广后，对其公司其它品牌进行包装与品牌整合。

用半个月的时间，对登峰现有180家终端进行了细致周密的调研；

用一个月的时间，对登峰数百名消费者进行了随机的访问；

对铁皮研制专家进行深度产品知识与市场趋势访谈调研；

对xx登峰公司全体员工思想动态进行深度访谈及问卷调研；

对xx登峰公司现有的经销商网络进行访谈调研；

对产品市场最大的竞争对手\"立钻\"进行全方位细致调研；

对已入市的其它竞争对手\"民康\"、\"桐君\"等同期跟踪调研；

对即将入市的潜在竞争对手进行市场搜索调研。

经过超多细致的调研，本案的一些市场背景渐渐清晰起来。

纵观杭州铁皮枫斗类产品市场，明显存在以下特征：

1、产品品种和品牌为数尚少；

2、产品市场因未饱和而未及细分；

3、铁皮类产品无明确的产品定位；

4、先导者\"立钻\"牌铁皮枫斗晶的系列产品一枝独秀；

5、少数一些跟进品牌因\"立钻\"的强大竞争优势而被迫处于守势；

6、历年来，铁皮枫斗产品的销售大部产生于礼品市场；

7、铁皮枫斗产品消费意识较强，但因价格高而仅限于高端消费者；

8、铁皮枫斗产品在消费者心目中存在必须程度的信任危机。

由于天然铁皮石斛对生长环境的要求较高，多年来铁皮石斛一向受供求关系的影响而价格高企。然而浙江药业的立钻铁皮枫斗晶因率先建立铁皮石斛培植基地而占尽市场先机，并以此为制高点狙击跟进者。

即便如此，铁皮枫斗巨大的市场空间仍吸引着众多的品牌前赴后继欲分一杯羹。

据一些可靠的市场信息证明，目前铁皮枫斗产品市场已山雨欲来。

场内：一些已生产铁皮枫斗晶的企业，如浙江民康、桐君阁药厂、森山、雷允上等正处心积虑酝酿更大的市场动作。

场外：更多实力企业与品牌已虎视眈眈，瞄准这一热点市场，准备投入资金与人力生产铁皮枫斗，进场拼抢市场份额。

能够预见：不久的将来，铁皮枫斗这一产品市场必将因市场份额的重新瓜分而烽烟四起！

作为一个有着几十年历史的品牌，登峰品牌目前存在着以下优势与问题：

品牌优势点：

（1）品牌历史较长，在省内有着良好的品牌知名度；

（2）母品牌xx有很强的品牌实力与品牌影响力

（3）有着发育成熟的经销商网络体系；

（4）与超过180家超市与医药终端有良好合作关系；

（5）有一支常年活跃在终端一线的营销推广队伍。

品牌问题点：

（1）登峰品牌存在必须的品牌老化现象；

（2）登峰系列产品从未进行过产品形象整合；

（3）登峰铁皮石斛晶产品入市形象尚未明确；

（4）如何塑造登峰铁皮石斛晶独特的产品个性；

（5）如何应对产品市场先导者的市场狙击；

（6）如何未雨绸缪完成产品市场的市场细分；

（7）企业营销队伍完成整合后能否打好终端硬仗；

（8）直销市场未设销售总监，营销措施的执行力偏弱；

（9）如何运用母品牌优势使登峰铁皮石斛迅速获得市场认同。

1、针对常规消费市场，产品定位于\"钻石补品\"；

2、针对礼品市场，定位于\"尊贵礼品\"；

3、主打广告语\"做事我靠它\"。

4、针对市场先导者制定相应的集中市场要害的价格策略。（价格分为礼品，普通，常规三种）。

5、采取\"高档包装\"的包装策略，并在制作中采用新材料，强化产品形象。

6、做好产品系列的开发准备，适时整合登峰品牌的整体产品形象。

7、制定所有终端的户外广告推广策略。

8、制定大型终端的促销推广活动方案，促进品牌产品促销互动。

9、制定市中心广场大型公关推广活动方案。

10、针对一些特殊人群，制定独到的特通销售。

11、举办\"万人重阳登峰活动\"，提升品牌美誉度。

20xx年5月底，经过前期透彻的消费市场调研分析，提出了以下基本策划思路：

1、登峰营养保健品公司借助母品牌xx进行品牌整合（xx·登峰出品）。

2、确定明确的产品定位（目前铁皮市场无明确产品定位）。

经过三个月的深入调研、精心策划，产品于同年8月25号正式上市。经过一个中秋的热销（仅杭州市场各终端累计就到达50万/天），xx·登峰铁皮成功地占领了市场，得到了广大经销商与消费者的广泛认同。xx·登峰公司仅在四个月内就收回了前期的投资成本。

预计到20xx年春节，所有终端销售回款将到达2800万元，大大超出了市场策划的预期目标。

**市场营销推广活动方案篇二**

收集电动三轮车这个行业十家以上大型电动车企业，调查了解该厂电动三轮车装配的是哪个厂家生产的电机。然后再仔细勘探该厂门口大门的方向的对面(隔路)是否有空间装配广告牌，或者对面是民房那就最好，围墙也可以。

1、这些大厂大都是仅靠路边的，如果在该厂对面得空地上立广告牌，首先就是路政部门肯定不允许还要罚款。但是我坚信没有办不成的事情，一方面花点小钱，另一方面在自己的广告牌上加上一些超华提醒：\"警示司机注意安全驾驶，爱护路边花草\"等公益宣传字句。这些字句占不了多大空间但是却给了这些路政部门不能清除掉的理由。

2、民房就稍微好办一点，买点礼品，或者给点钱说明来意，就差不多搞定了。选择一面最为合适的位置墙或者空地(主家甘愿同意，不同意再软磨硬泡，实在没招再给点甜头尝尝就定能搞定)量尺寸为后面工作好开展。注：有必要在口头上说明只允许我们这一家放在这个位置，不容忍后者掠夺。需要的话签订合同常年租凭下来也可以。

3、如果是厂矿等企业围墙，这就必须要下点功夫了。向门卫等厂内的工作人员打听该厂老板的个人情况，看这个老板喜好什么，喜欢品茶，送盒茶叶，是个财迷，送个财神爷，或者象征财富的装饰品。是个文人，送两本书、、、、、有\"礼\"行遍天下。

1、广告版面必须统一设计根据场地情况规格不同定尺寸选择什么样的材料。

2、广告版面设计必须选择三家不同的广告公司设计，三选一。

3、版面内容必不可少就是必须要加一句超华自己的广告宣传口号!而且必须凸显这个口号，这个口号的制定我可以帮你斟酌参考!

4、版面的内容必须醒目，第一眼就知道这个是生产电机的企业名字叫超华!

人的购买行为有三个必经过程：第一，知道了解;通过某种方式或者途径知道该种产品的存在;第二，产生购买倾向;在某种必要的情况下需要这种产品满足自己的需要，而首先想到的是自己前边已经知道的产品也就是第一步决定后期的发展;第三，买卖交谈下决定购买还是放弃。该广告牌的竖立对自己包括企业都是百利而无一害，一方面去厂家订货参观的经销商同行出来的第一眼看的就是这个广告牌，久而久之肯定有意想不到的收获。还有这个广告牌还可以当做摇钱树，这个位置可以提供给其他想打入这个厂家的供应商做广告，以收取费用盈利!运作得当利润是很可观的!

我最担心和顾虑的一点就是如果广告牌只要竖立一定会遭到给这个厂子供应电机的电机厂家的抵触，会采取一些不道德的破坏行为!所以这一点必须要考虑周全，否则\"大意失荆州\"蚁穴溃堤!

**市场营销推广活动方案篇三**

活动综述：

通过倡导公益活动，引起社会广泛关注，树立良好的嘉城公司形象，提升公司的影响力、品牌知名度、美誉度及公信力。

活动主题：

乡露——让社会充满爱。

活动主办方：

慈善总会

活动承办方：

xx有限公司

活动时间：

由公司根据实际情况与慈善总会协商，与义工配合进行慈善活动。

活动地点：

由慈善总会统一安排的地点，公司根据实际情况适当发起慈善活动。

活动形式：

1、实物捐助或者现金捐助

由公司提供一定数量的产品或者是现金，参加由相关由慈善总会安排的慈善公益活动。

由公司制作内容为：“乡露慈善爱心志愿团，乡露——让社会充满爱”的条幅，由乡露天使将车成线型停放在公益活动地点，并与参与活动的慈善义工一起扯起条幅，一起为慈善事业加油助威，吸引媒体眼球，增强收视率和宣传力度。

活动效果预估：每期慈善活动都有报社、电视台等媒体相关报道，对乡露慈善爱心志愿团，对整个公司的品牌宣传、对整个活动的主题：“让社会充满爱”都有很好地推动作用。

2、慈善捐款箱的捐制

由公司提供一定金额的费用，由慈善总会制作爱心捐款箱，印制有“烟台嘉诚油脂食品有限公司捐制，乡露-让社会充满爱”的字样，根据公司要求在指定的超市或地点统一摆放（每个费用大约400元-500元）（4个即可，主要安置在沃尔玛、大润发、振华、美特好等客流比较多的超市内，起到一定的宣传作用）。

活动效果预估：以上超市除沃尔玛之外，都有乡露产品，捐制印制有公司标志捐款箱，可以起到爱心宣传的作用，再辅助以乡露天使开车指定超市路线宣传，对公司的品牌和销量能够起到推动作用。

3、慈善义工统一服装的捐制。

由公司统一出资捐赠慈善义工工作服装，服装背后印制：“乡露-让社会充满爱。xxx有限公司捐赠”字样（与慈善总会沟通，费用50元一套，可做500套）

活动效果预估：烟台市现在总共慈善义工7000人，每位义工都有由慈善总会统一的定制的慈善义工服装，他们活动在烟台市的大街小巷，分布于各个行业和领域，因此，捐助一定数量（与慈善总会沟通，建议做500套）印制有“乡露，让社会充满爱，烟台嘉诚油脂食品有限公司捐制”字样的慈善义工的服装，对乡露的品牌宣传及形象推广都有很好的效果。，让乡露销售的更好，让乡露为社会贡献更多。让乡露的形象遍布于烟台市的大街小巷，真正的实现“乡露，让社会充满爱”的理想。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找