# 2024年产品推广方案策划书 产品推广策划书案例(3篇)

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-07-31

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。产品推广方案策划书 产品推广策划书案例篇一企业成立时间短，品...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

**产品推广方案策划书 产品推广策划书案例篇一**

企业成立时间短，品种与规格在一定程度上还不是非常完善，在产品的品牌知名度还不高。

行业内的同质性，经营模式相互效仿，客户在选择上对质量和价格要求更加苛刻，客户选择多样化。 市场前期销售网络不完善，营建通路成本太高。与商家的诚信需要逐步建立。

在产品传播上概念不清晰，主次客户不明确，媒介资源泛滥，真正适合企业的资源不利于在短时间内发现。

二、目标群体

企业或组织团购：主要目标群体

个人：辅助目标群体

三、消费趋势分析：

四、产品优势

(功能、卖点、利益点)

五、产品定位与价格战略

六、营销导向下的产品质量与创新使命

市场经济下，迎合了需求了产品才会有自己的市场，而不断追求的质量与随社会发展或需求提高而不断创新的产品才有可能占有更大的市场。

在营销导向下的产品

首先，产品的主要功能要与目标群的用需求相对应，满足目标群的使用;其次，产品的宣传与包装形式要与产品特点想对应，并与顾客的心理需求相对应;再次，增加产品的附加值，附和顾客的潜在感情需求，如服务、文化等;

推广办法

(一)平台推广

1、新闻发布会

在新产品推出时，召集新闻媒体召开新闻发布会，借助新闻媒体与权威部门，提高潜在客户对企业的认识，提升企业形象，为下一步公关工作做好铺垫。

2、产品展示会

制 作形象样板间，邀请企业和同行观看公司的产品，但在爱展出产品的同时，应以当前流行的产品为主，并辅以展出先进但有可能是后起之秀的产品，以给客户既紧追 形势又具备高端的研发潜力的印象。产品展示会可一举二得，既得到了客户的认同，又在同行领域显露了自身优势，为下一步人才储备奠定了基础。

3、大型展会

首先可以参加技术博览会或科技展览会，把我们的产品列入工业博览会，提供产品实物和详细资料。对其它客户进行产品详细介绍，这样做的目的可以提高我公司的知名度，而且还可以和其它客户进行交流，知己知彼，百战百胜。

4、装材商场(商家)展位推广

属 于平台推广范畴，在一个消费群体不是大众化的行业，借助大众广告媒介所浪费的可能不只是那说不出的50%广告费，而且费用过高，新成立的企业势必负担过 重。找到与自己最贴近的商场，无非也就找到了最大的消费资源，一个新生的企业和消费者还相对陌生的商品，借助商场就站在了与品牌商同一个竞争平台上。

与商家合作最好的一点是可以省去了自己寻找、培训、建立同期维修服务站的费用。

(二)信息推广

资源库营销

可以利用柏拉图理论，抓住重点，因为一个公司80%的利润通常来自于20%的客户，我们可以对大客户进行详细的调查，从他们哪里可以了解一些对我公司产品的一些可取的评价和要求，我们可以再提供更完善的信息，满足对客户的要求。

另外，我们成立专门的电话营销中心(当然要有好的管理与详细的划分)，对部分客户尝试电话营销，或先进行电话推销，再派销售代表前往洽谈订单事宜，或对已形成合作关系客户，进行电话回访，关系维护。

开拓我们的新市场，发掘新客户，我们可以通过工博会得到客户的一些资料，比如email或电话形式，来提供更详细的资料，加大力度推销我们的产品，询问对方的一些要求。

(三)通路推广

1、零售终端

可以在一类、二类城市成立自己的办事处与销售终端，好处是直接接近客户，方便与客户沟通，便与产品价格管理与质量问题处理。

2、网络推广与销售

利 用人员推销、广告宣传手段等，满足通路需求，使产品快速通过中间环节达到铺货目的。在网络建设上，应先对目标市场进行市场调研，对市场潜力、成熟度有一定 了解，将最后归整好的主要市场集中精粹力量，直接进驻，并以此作为样板，打造以此为一个小中心点的点面辐射。对终端开通绿色通道，营造销售气氛，制造热销 事件，在此基础上增加产品份量，顺理成章的将产品推给分销商。另外，对个别市场(如工厂所在区或认识度很高的区域)，益守不益攻，应待基本成熟的时候一举 拿下。

**产品推广方案策划书 产品推广策划书案例篇二**

活动背景：

随着网络发展的日益加快，我们身边每天都在发生日新月异的变化，我们也越来越多的将自己的惊叹送给了这些不断的惊喜。近年来，越来越多的网站走入了老百姓的生活中，为百姓的生活和工作提供了更多的便捷。网，它能作为商家与百姓之间的桥梁，更好的为商家服务、更好的给百姓带来实惠。所以网更加需要将自己的品牌深入百姓心中，形成强大的品牌效应，让百姓与商家互惠互利，达到共赢。

一、活动目的

将全民网品牌推广进入哈尔滨市，让百姓更加了解网，通过网线上、线下进行兑换或者折现。进而映射到哈尔滨全市，在全市范围内提高知名度。

二、活动名称

全民网以及特约商户的品牌推广

三、活动时间

20xx年10月1日-20xx年10月3日(可根据变化而变动，如场地等因素限制)

四、活动地点

凯德广场(埃德店)

五、主办单位

由网哈尔滨运营中心主办，各商户协办。

六、主要对象

主要针对有卡的消费者。

七、活动形式

在活动现场展示、兑换实体商品，并由公司相关负责人员进行产品的展示以及对网功能的解说，现场分发展示册，前后张贴海报、易拉宝，并做相关意见调查反馈等。

八、活动分工

活动前：1.市场部约谈相关冠名商家。2.活动开始前一周，市场部组织下发传单，以确保宣传的时效性。要求有一定的表达，介绍大概的活动时间与内容。分发地点在各个合作商家附近，目的是让消费者拿到更多的卡。3.在各大论坛、贴吧、微信，发表相关的宣传信息。4.由组织人员联系会场、会场设备、购买产品、布置会场、准备意见调查反馈表。5.预计好活动中可能出现的问题，做好准备工作和解决方案。

活动中：1.工作人员配合布置会场，包括搭帐篷，桌椅，产品摆放，音响麦克调试，准备展示册以及相关表格、文件。2.发放展示册人员应对网相关功能详尽解说，是消费者清楚、了解、认同网模式的价值，组织人员维持现场人员秩序，记录产品兑换的品种、数量，兑换人信息、意见调查反馈、回收等面值卡，及时做好剩余产品盘点。

活动后：1.市场部负责清理现场卫生，回收工作用具。2.统计产品兑换的品种、数量，兑换人信息、意见调查反馈、回收等面值卡，盘点剩余产品。3.整编意见调查反馈，并对意见进行总结、分析、解决。

九、成本核算

场地费用：商场正门门口x米xx元xx元卡置换(实际费用xx元)——本人看到此处不得不惊叹这位老总的思维，确实高人一等!

设备：四角架子，桌椅，xx元音响等xx元

司仪：x元

派单员xx名活动期间xx元活动前宣传工资xx元

海报传单画册xx元

**产品推广方案策划书 产品推广策划书案例篇三**

一、方案前提

延安电信面对新的服务项目推广任务和市场竞争的同质化现象，亟需要寻求更有力度并且更深入消费者生活的品牌推广活动策划。

延安电信年度品牌推广活动策划方案将在有限的推广费用下，发扬国有企业的优势，与国家政策相依存，把推广行为和品牌内涵用特殊的形式高度统一，获得广大消费者和全社会的一致认同。

二、方案主题

离家千里，心系亲人

人人在线，全家一网

三、方案副题

延安电信露天电影大行动看电影想亲人，延安电信在身旁

四、方案概述

活动发起人：延安电信

活动执行人：

活动内容：成立4支流动电影宣传放映队，将延安一区十二县划分区域，深入乡镇基层，深入群众生活，用老百姓最喜闻乐见的形式，潜移默化宣传延安电信的服务和产品，培养品牌忠诚，让人们充分认识电信是生活中离不开的品牌。

活动理由：电影下乡是国家广电总局具体执行的国家文化建设的重要组成部分，政府文化和宣传部门都有与之对应的扶持政策，企业参与这种活动是国家大力提倡的。延安地区具有老区的特殊地位和特殊情况，以往的电影下乡活动执行的并不理想，与群众实际需要还有很大差距。电信服务与人们的生活息息相关，需要贴近生活的宣传推广形式和手段，针对广大乡镇厂矿，露天电影是最亲切最直接最有效最生动的传播形式。同时，这种形式提供的面对面促销机会，可以把广告片、路演、新产品推广、促销和品牌宣传合而为一，发挥效果。当然，由于是大力执行落实国家文化政策，并且效果显著，活动的相关宣传与媒体配合方面可以大大节省费用。电影下乡活动本身成本低廉，把静态宣传变动态行为，尤其在乡镇农村地区，推广效果不言而喻。

五、市场策略

◎延安地区160多个乡镇，经济发展水平不一，人口组成各异，送电影下乡是无差异的具有普遍文化认同的传播手段。

◎建议延安电信此次活动以品牌推广为主，产品促销为辅。时间方面暂考虑以五个月为周期(避开冬季)，形式上强调全覆盖、大面积，深入到基层乡镇，从放映密度、宣传规模和声势营造上必须做大做多，体现国企实力和政府决心，力争波及最广大人群。◎活动宣传建议低调开始，高调结束，走农村包围城市的道路，用成绩和效果说明问题，用数据和事实证明真实。

◎品牌推广以电影下乡为题，与政府相关部门紧密合作，争取政策扶持和舆论支持。

◎产品推广应该考虑农村留守老人的特殊需求，以定制的老年人手机和宽带iptv打包等特色产品和特殊资费为卖点，用优惠的价格和实用的小礼品打动消费者。

◎电影选题以主旋律、地方戏曲、老电影等为主，怀旧亲情是活动的主题。电信的广告片建议播放iptv使用指南、宽带上网常识、老年手机的使用等实用知识，避免过多的不知所云的形象宣传。

六、方案执行

5月，确定预算，成立活动指挥小组，与政府相关部门协调，取得政策支持和相关手续。派出南北两支实地调查组，实地考察路线和放映场地，联系通知当地政府。制定放映计划，制作延安电信活动专题广告片，准备宣传物料和促销产品。购置宣传放映车辆和相关数码电影放映器材，包装车辆订购礼品。建立宣传放映队伍，培训放映促销人员。

6月，4支宣传放映队从北向南，按计划线路开始行动。

6-9月，不间断媒体报道，挖掘放映过程中真实的有价值的新闻点，让人物说话。

10月，全部宣传放映队回到延安，争取在延安市区巡回放映一周，并举办大型文艺表演，答谢延安人民，圆满结束活动。宣传放映队构成：

每支宣传放映队配备11座金杯面包车两部，促销放映员5-6人，数码放映设备一套，路演道具和礼品若干。

宣传放映队放映能力：

每周三至周日为放映工作日，白天中午十一点开始路演推广并准备放映场地，晚上六点至十点放映电影。每个轮次计划每晚放映两场，每月放映40场，每支宣传放映队此次活动放映200场以上，4支放映队合计放映800到一千场电影。大概延安地区每个乡镇可以放映2-3天时间。

根据实际情况，增加放映轮次数量，5个月争取每个乡镇巡回放映两到三次，活动共计放映场次要求达到三千场以上。

七、方案预算

一支宣传放映队车辆器材成本大约25万元;活动期间，人员服装、工资、补助、奖金合计大约每月2.5万元，5个月合计12.5万元;交通、食宿、维修等杂费按每月2万元计活动期间共计需要10万元左右。以上合计约47.5万元。

4支队伍共计预算约200万元。

媒体配合以新闻报道形式为主，费用另计。

促销礼品待定。

活动结束的大型演艺组织费用另计。

八、效果预估

此次活动争取与政府合作，借势助力，扩大影响降低成本。由于是体验式参与式的活动，与消费者直接接触，平均媒体到达率和信息认知度远超各类传统媒体。放映频次达到3000次以上，相当于举办1500次现场路演推广活动，规模覆盖延安地区全部乡镇，历时将近半年。争取观影人数达到两百万人次，领取宣传资料达到100万份以上。

九、备注

方案三：品牌推广活动策划方案

活动背景

进年来,越来越多的商品走入大学生的生活,为大学生的生活和工作提供了更多的便捷.

一、活动目的：

将\"好好吃\"面包品牌推广进入四川教育学院,在校园内提高其知名度和重购买力.

二、活动名称：\"好好吃\"面包品牌推广活动

三、活动时间：\_\_年12月18日

四、活动地点：四川教育学院

五、主办单位：\"好好吃\"面包品牌公司

六、主要对象：四川教育学院学生

七、活动分工：

活动前

1、项目部门

主要着手此次活动的整个策划过程，由策划人完成详细的策划书的书写工作,做好各个部门活动的安排。

2、宣传部门

(1)海报宣传：征召两名具有较强绘画能力和书法能力的学生作为宣传人员,宣传人员必在第一时间制出海报与同学们见面，以确保宣传的时效性。

(2)活动宣传:征召五名有一定口才能力及社交能力的学生开展一个商品推介活动,运用丰富多彩的活动内容吸引学生们的眼球,并分发宣传单.

(3)网络宣传:进入四川教育学院的bbs和帖吧等,以发表言论和帖子的方式进行宣传.

3、外联部门

为这次活动筹集经费，与宣传部门合作邀请更多的同学参加本次活动，并借用活动中能够用到的有价值的道具用品，并负责妥善保管，联系与本次活动有关的人员及部门。

4、组织部门

由组织人员安排好进行活动的会场布置人员及统计学生反馈问题的人员。

活动中

1、宣传部门

提前半小时安排人员布置现场，做好活动中可能出现的一切问题，做好准备工作和解决方案。

2、组织部门

持好现场纪律，安排好管理人员。

活动后

1、外联部门

负责清理现场，回收工作用具，维持好现场秩序。

2、组织部门

负责材料的整理及收藏，统计学生的反馈问题并写总结。

以上各个部门应高度协调，互相监督，互相配合，确保活动圆满成功。

八、活动细则：

1、文明宣传，保证现场秩序;

2、要求工作人员一定要到场，而且要提前到场;

3、部门之间要配合默契，相互帮助.

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