# 产品推广策划方案 有利于产品推广的方案范文

来源：网络 作者：夜色微凉 更新时间：2024-09-30

*，为了推广某种产品，相关公司可能会做一些产品推广策划方案，根据市场的需求来调节相关的策略。下面范文网小编整理搜集了4篇产品推广策划方案的范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。产品推广策划方案 篇1一、推广目的产品推广策划方案汇编8篇1、让目标...*

，为了推广某种产品，相关公司可能会做一些产品推广策划方案，根据市场的需求来调节相关的策略。下面范文网小编整理搜集了4篇产品推广策划方案的范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**产品推广策划方案 篇1**

一、推广目的

产品推广策划方案汇编8篇

1、让目标消费群在最短的时间内认知新产品的功能、效果，缩短新产品推广期的时间长度，尽快进入成长期，创造效益。

2、使目标消费群产生试用的欲望，并逐步将其培育成品牌忠诚者。

3、提高品牌知名度和美誉度。

4、提高现场售点的产品的销量。

5、巩固通路经销商的客情关系，抢占通路、终端的高铺货，提升经销商的信心和积极性。

二、前期市场调查

本次市场调查主要是为桃花岛生态矿泉水推广提供科学的依据。其调查内容、调查方式及调查地点如下表所示。

市场调查实施情况表

调查内容

1、管理层深度访谈。

2、营销人员小组座谈或问卷调查。

3、渠道调查：矿泉水销售渠道类型及特点，知名品牌的渠道政策。

4、终端调查：矿泉水销售终端类型及特点，终端形象、终端陈列、终端导购、终端促销活动等。

5、经销商调查：经销商基本情况、代理品牌数量及销售情况、对当地矿泉水市场的认识、是否有经销新品牌的计划等。

6、消费者调查：对生态矿泉水的认识、熟悉的品牌、影响购买的主要因素等调查方式深度访谈、问卷调查、小组座谈走访调查、二手资料等

调查地点\*\*\*\*\*\*\*\*区域。

三、产品策略

1、产品定位：品牌定位于中高档系列。

2、价格策略

(1)利用专卖、加盟保持直接用户价格统一，利于品牌形象的建设。

(2)保证经销商一定的高利润，可以吸引更多的经销商加入，提高市场拓展速度。

(3)产品价格介于目标市场上的小品牌与大品牌之间。

四、产品推广

1、广告方面

本公司针对桃花岛生态矿泉水推出的广告，主要强调产品特性、实用价值及品牌差异和消费者所能得到的利益。

电视广告以市级台和县级台为主;报纸广告主要是为招商和促销活动的前期造势，同时充分借助行业杂志和行业网站对本公司生产的桃花岛哦生态矿泉水进行宣传，以达到如下效果。

(1)在市场中建立产品知名度和激发购买兴趣。

(2)提升企业及品牌形象。

2、促销

在节假日或周末进行促销活动，活动采取多种形式，达到提高桃花岛生态矿泉水的知名度及销售额的效果。

3、事件营销

(1)赞助有重大影响的活动。

(2)为相关群体免费提供桃花岛生态矿泉水五、电动车上市安排。

1、上市时间：\*\*\*\*\*

2、上市区域：以泰州为中心，向周边地区扩展。

五、终端策略

1、将部分优势终端建成，进一步提高桃花岛生态矿泉水的影响力。

2、强化终端形象建设，提高终端销售力。

3、提高终端导购人员执行力。

六、服务策略

1、开通服务热线，妥善处理客户投诉问题。

2、建立客户档案

3、询问客户建议，提高品牌美誉度，增强顾客忠诚度。

4、重视售前和售中服务工作，提高顾客成交率。

七、相关部门职责

1、招商部：主要负责整体招商方案的制定，招商活动的执行。

2、市场部：主要负责市场调研、营销策划和广告管理等工作。

3、销售部：主要负责产品的销售、行业一线信息及客户反馈意见的收集。

4、物流部：主要负责零配件的采购、产品的配送。

5、客服部：主要负责客户关于产品技术方面的咨询、产品售后服务工作。

八、工作进度安排

对桃花岛生态矿泉水推广工作大体安排内容如下表所示。

桃花岛生态矿泉水推广工作时间安排。

**产品推广策划方案 篇2**

产品是具有一定保质期的物品，它的保质期或长或短，我们也可以称有保质期的产品为季节性产品。产品推广在进行的过程中，时常会遇到一个难题，就是就是季节性产品究竟应该如何才能以最快的速度卖出去，这就衍生出了人们常说的促销。接下来将为您解读，产品推广中的季节性促销方案。

所有的产品都有季节性。有的表现得不明显，一年的各个时节变化不大；有的产品季节性比较明显，例如空调、冰箱、冷饮等，在夏季的需求远远大于冬季，而火锅、羽绒服等产品，冬季则是需求的旺季，这些是明显的季节性产品，此外像彩电，也有销售的旺季和淡季之分。因此，需要针对旺、淡季的概念而相应地采取促销行为。 旺季的促销是为了争取销量，不是旺季的促销是为了树立品牌。旺季促销时互相之间竞争激烈，需要利用不同的促销方式去达成。

在进入旺季的前期就事先做好经销商的工作，让他们配合铺货，从而保证旺季时市场上有充足的货源。抢占先机非常重要，因为经销商每年在某一种产品上的资金是有限的，这些资金运用到一个品牌上之后就不能更多地再运用到其他品牌上，而且季节性产品具有时间限制性，经销商一般不敢尝试太多的产品，所以我们要“先下手为强”。比如说，每年的夏季是冷饮的旺季，企业一般在三、四月份就要进入市场，联系好经销商，和经销商确定促销的方案，给他们一定的折扣，让经销商保证把产品分发给所有的摊点，这样才能保证在夏天到来时占据市场。

产品到达经销商手里之后，企业要支持经销商，帮助他们进行末端促销，让他们感觉到产品确实好卖，这样他们就会主动进更多的产品，企业也就能够占领更多的市场份额，实现良性循环。 如果企业选择的促销方式不对，例如进行卖一送一的末端促销，这时经销商并不支持企业，消费者也不一定支持企业，因为产品的季节性还没有启动，经销商感觉不到利益，消费者感觉不到企业。

在旺季，企业不需要很多的促销形式，一般做现场促销，通过导购人员来说服消费者，争取尽可能多的市场份额。但是旺季总是具有时间限制的，一旦旺季结束，市场需求发生改变，企业的促销必须相应地改变。这时需要做大型的促销，以便刺激消费者的需求，使旺季尽可能延长，从而保证在整体需求下降的情况下销量不至于下降得太快。夏天最热时，空调的需求量最大，过了最热的时间，销量开始走下坡路。这时企业的促销一般会随着季节的变化相应地调整，有的品牌买一台空调送一个电饭煲，有的品牌提供买空调免费安装服务等等。

到了真正的旺季结束，进入淡季时，企业还要做经销商的促销。因为要让经销商明年继续做自己的产品，所以要动员他们囤货，让他们在第二年市场启动时，先把库存消化掉。这个阶段对经销商的促销手段包括加强他们对企业的信心，给他们比较大的淡季折让等。

为广大企业、商家、个人，提供平面设计、装修设计、建筑设计、起名改名、策划文案、网站建设、营销推广等服务。只要能通过网络解决的任务，都可以通过来完成。若您有类似需要，请点击立即发布项目另，上也有着各式各样的任务，无论您是拥有技能的专业人士，还是只剩时间的技术小白。都能在上找到您能参与的项目。

**产品推广策划方案 篇3**

一、市场背景分析及推广目的 1、市场背景

A.该产品的开发才刚刚起步，在国内外都还有很大的发展前景，而且目前还远远供不应求

B.目前荔枝酒市场还有很大的市场空白，企业如果能抓住机遇，可以很好地占领各地的市场。但目前的荔枝酒品牌还没有发挥其作用，为了更好的扩大市场，我们制定了此推广方案。 2、推广目的

打开市场销路，建立企业品牌形象，增加企业的收益 3、企业现有产品SWOT分析：

S优势：目前在国内外还没有大型、专业的荔枝酒生产厂(除我们之外)，如果荔神荔枝酒市场铺开，将会形成商业垄断性的局面。

W劣势：技术开发和研究还不成熟，人们对荔枝酒还没有一个认识。销售渠道不畅通，企业的资金实力有限

O机会：被推选为20xx年在北京·人民大会堂举办的20xx\'中国经济论坛的专用指定用酒，广东岭南为多生命高科有限公司的投资

T威胁：其它已经在市场上占领了市场的各类酒品的打压。同类产品的竞争

二.产品的推广方式： 1.电视广告

在电视上投入适当量的电视广告，树立我们产品的一个品牌形象，让更多的人认识荔枝酒。 2.报纸杂志的广告

基于目前的资金实力还不够宏厚，才刚刚起步，利用电视媒体广告的成本较高，而且还没有在各地区都设有销售网点，利用报纸杂志是最合适的，而且也在我们企业的允许的承受能力之内 3.媒体广播

我们可以利用一下地方的媒体广播来介绍和推广我们的产品，树立一个品牌的形象

三.描述及核心利益分析 主要内容：

1) 荔枝酒的口味、功能、包装、规格、箱容、价格、毛利、目标消费群等要素详细描述。 2)同类竞品的优势

如：本品与竞品进行匿名口味测试的结果统计、本品在价格和通路利润方面比竞品优胜多少?我们产品的那些功能是独特的，该功能开发的可靠性。

3)我们的产品相对竞品的诸多好处之中有什么特别优势(即：产品的核心利益)，给荔枝酒的推广提供有利的支持

4) 最后得出结论：我们有充足的理由(优势)会赢，我们一定能赢!

五、产品推广上市的具体行动计划

1、荔枝酒的上市进度：先在大城市中打开销路，再延伸到中小城市，最后延伸到各个城镇

2、 铺货进度计划：产品在各区域的商超、批发、零售渠道进行铺货，要求各地在什么时间达到多少铺货家数和铺货率。

3、消费者促销：各地销售人员在商超、批发、零售、家属区等各通路，针对店方和消费者做怎样的促销活动?具体的时间、地点、方式等细节的落实。 4、促销活动：

针对本次荔枝酒的推广工作，企业投入的广告具体播放时间、频率、各种广宣品、助陈物的样品和投放区域、方式及投放数字。 六、其他：

1、 荔枝酒销量预估：预估产品一年内每个月的销量，至少也要预估三个月，否则生产单位和销售单位没有办法进行产销方面的协调动作

2、费用预算：产品推广的广告和促销活动的费用计划，这一部分实际上是《推广计划》的“重中之重”，你的老板必须要看看按照这样的推广计划他要付出多大的代价、花多少钱，来决定是否批准你的计划。所以，费用预算要尽可能的精准，并适当的打一些“富余”;否则，以后新品推广的费用严重超支的时候，你就惨啦!

3、产品损益评估：规范化运做的企业一般都特别注意财务收益的评估，因此制作一张“产品损益评估表”必不可少;它一般包括销售收入、生产成本、毛利额、销售费用、管理费用、营业利润等项内容。这些数据都需要产品经理在财务部门的协助下一个一个的确认、计算。产品损益评估可以为你这一次的产品推广计划的实施情况提供了评估的依据。对于在推广中需要调整的地方及时地进行修改。

**产品推广策划方案 篇4**

一、背景浅析

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。

以上就是范文网小编给大家带来的产品推广策划方案的范文了，希望大家能够借鉴参考。想了解更多相关类型范文，请关注“范文网”。

【产品推广策划方案 有利于产品推广的方案范文】相关推荐文章：

2024母亲节营销活动策划方案 策划方案优秀范文

2024幼儿园六一活动策划方案 幼儿园六一游园活动策划方案

重阳节餐厅活动策划方案 重阳节餐饮店活动策划方案

2024幼儿园母亲节活动方案策划 方案策划范文

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