# 市场营销策划书1500字(五篇)

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2024-08-12

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。市场营销策划书1500字篇一...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**市场营销策划书1500字篇一**

现代人忧心大鱼大肉会造成胆固醇过高，带来高血压、中风等疾病，因此，对自然健康、方便易得的食品有迫切的需求，新鲜的瓶装水果原汁就是其中之一，虽然目前市场上的果汁大多数浓度只有10％一30％，但仍有很大的市场。

冰糖雪梨符合现代人崇尚自然、绿色的消费追求。而当前中老年人也喜欢果汁健康饮料，果汁饮料行业产品竞争非常激烈，就康师傅对饮料产品也先后推出了酸梅汤、酸枣汁、茉莉花茶，等等。但此次推出的冰糖雪梨果汁饮料具有清热驱燥，润肺滋养等效果，适用于夏天，因此抓住此特点为重点来推广冰糖雪梨产品，推广品牌形象。避开其他竞争，利用传世新饮的概念，进行一系列的促销推广，以提升销售业绩和品牌知名度。

1、政治环境食品饮料行业是“十二五”规划发展的重点行业之一， 国家相关政策的支持 将为食品饮料行业的发展带来巨大的机遇。

2、社会经济环境随着国内生产总值gdp不断的增长，人均的收入水平也不断提高，消费者的购买力相应的也提升了。

3、文化环境高素质的教育人才越来越多，果汁市场的迅速崛起与消费者的健康意识增强密不可分，因此，健康美味成为果汁吸引消费者的主因。

4、技术环境 康师傅是一线的饮料品牌，口味丰富，具有自己的品牌特色，拥有很好的技术，不断研发出新的饮料产品。

? 5、行业背景果汁市场近年的竞争日趋激烈，果汁产品也呈现差异化走向.果汁饮料已经成为最受欢迎的饮料品种，其市场增长速度超过瓶装水饮料、碳酸饮料和茶饮料的增长速度。广阔的市场前景，吸引了中外企业竞相加入到果汁饮料的生产行列中来。

? 6、竞争者状况综观目前中国果汁饮料市场，一支是台湾背景的企业统一，以包装的创新和口味取胜；一支是包括汇源、娃哈哈等国内知名企业；还有一支是跨国公司如可口可乐、百事可乐等

在中国国内市场中，冰糖雪梨同类产品还存在着一个相当大的市场空白。从康师傅冰糖雪梨20xx年九月份上市以来一直受到消费者的青睐. 目标市场细分为常州市居民及高校学生：常州工程职业技术学院、常州机电学院、常州纺织职业技术学院、常州轻工学院、常州信息学院、常州电大、常州大学等常州地区高校。

1.核心产品： 冰糖雪梨

（1）作用功效:清热驱燥，润肺滋养。

（2）价格：冰糖雪梨果汁饮料/3元/瓶/500ml/2.5元/450ml

2.形式产品：

（1）材料：纯净水、白砂糖、浓缩果汁、冰糖、食品添加剂 （2）包装：瓶装

3.产品分析：

（1）卖点：可滋补养颜、润肺清热、生津止渴，既美味又健康！夏季防暑降温之佳品 （2）市场生命周期：

开发期、引进期、成长期、成熟期、衰退期 （3）所处销售阶段：成长期

1、销量达到50千箱

2、品牌目标：通过加强宣传使和康师傅果汁饮料的消费者约占果汁行业的60%。

定价策略

1．目的：

争取市场占有率，一年内达30％ 2．其他厂牌：

(l)义美小宝吉： (2)统一水果原汁： (3)波蜜水果园： 3．定价：

目标为争取冰糖雪梨的市场占有率，定价为2.5元/450ml 通路策略

·超级市场 ·速食店

·便利商店、平价中心 ·百货公司中的美食广场 ·西点面包店 ·咖啡厅 ·饭盒承包商 ·pub

·餐厅、饭店 ·disco

·车站，机场 ·机关营区福利站 ·学校福利社 ·小吃店 ·路边摊 广告：

1．电台：icrt、中广流行网、青春网、音乐网 2．电视：三台晚上六点到九点时段

3．报纸：工商时报、联合报、经济日报、民生报 4．杂志：依依、薇薇、黛、风尚、天下、卓越 5．车厢内、外 6。海报、dm

7．气球：做成水果形状

促销：

1.广告语：传世新饮，清热驱燥，润肺滋养。 2.免费品尝 在促销地点可以进行免费品尝， 让还没有购买欲望的人品尝后产生购买行为。

买二送一促销活动,并送圈圈3个，如果套中瓶子就拿走。 3.凭收集的瓶盖换取奖品 只要收6个康师傅冰糖雪梨瓶盖，均可再来一瓶，并获得一次抽奖的机会，每人只限一次 。

4．配合电视节目赠品：强棒出击、好彩头、百战百胜、欢乐传真、来电五十

5．赞助公益活动

6. 拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性。 给予适当数量折扣，鼓励多购。

**市场营销策划书1500字篇二**

xxxx学院

由各个班级为单位组成的小团队以及外来其他参展团队

为我们的赞助商壹加壹电子商务有限公司的主推系列产品做市场推广以及寻找分销代理商，提高学生的营销推广能力，使学生了解线下市场的开拓

赞助商提供的纸器时代产品属于日用创意家居，梦娜和浪莎都是做袜子为主的因此，我们团队将根据三者不同的品类进行分开展销。

1、纸器时代的产品做为一个参展单位进行参展，因为纸器时代的产品比较有创意，也很创新，突出现在学生追求的个性，比较容易受学生的欢迎，当然不一定所有看了喜欢的学生都会买，毕竟学生还没有自己动手赚钱，还没有强大的购买力，因此我们可以做一个市场调研，以口头访问形式提问学生，打个比方问学生有定价10元、20元、30元的纸器时代低、中、高档次的产品，他们会做如何选择，等有了市场调研结果后再做市场推广，根据消费者的需求，主推消费者需要的产品，再做一些现在某些单品或某些系列产品做特价限量抢购活动，拉拢人气，现在年轻人都喜欢追捧，就像一个明星一样，很多人喜欢，自己也跟着大家一起喜欢…可能做活动的商品没赚多少钱，但是花钱赢得了市场，赢得了人气，让学生知道了纸器时代的产品，那么对于后期的学生市场推广是更加有效的.

2、梦娜和浪莎的产品又是另外一种定位，因为两者皆为品牌产品，本身就已经有强大的品牌效应，可能很多人都知道这两个品牌，所以将他们另设一个展区，目的是为了给大家展现这两个品牌的形象（就像一个商场里面有adidaas、李宁、安踏以及其他各种品牌的运动服装，但是大家更多的会关注到adidas品牌，这个就是品牌效应），因此，在大部分人都知道这两个品牌的情况下，我们将对里面的系列产品进行推广，那么就要抓产品的卖点，比如说梦娜他是卖丝袜的，他的丝袜卖的很好，他的丝袜为什么卖的好，为什么消费者不买他们的而要买梦娜的，因为梦娜是专门生产袜子的，企业专业生产袜子将近10多年，将产品的卖点详细介绍给消费者，这样才能增加消费者对品牌的粘度，有利于梦娜系列所有商品的销售，赢得更大的市场

3、浪莎也是做袜子为主的一个品牌，但是为了和本次我们团队展销的产品发生冲突，我们将主推浪莎的保暖内衣，由于冬季慢慢来临，保暖内衣的需求将越来越大，可以做关联营销，不仅仅让学生觉得买套保暖内衣很需要，可以做一期感恩主题的推广活动，将保暖内衣不仅让学生买，而且让他们觉得应该给家人也买，可以做买一件打9折，买两件打8折的促销活动，这样做不仅可以增加销售量，而且可以将浪莎的产品推销给他们的家人，从而让更多的人了解浪莎，通过学生的一片孝心赢得更多人的口碑，也使我们达到了营销的目的

让学生们做校园代理，不仅仅给学生自主创业打通了货源的渠道而且给我们赢得了更大的市场，可以根据我们的产品，定制一套详细的校园分销计划，对一些有自主创业想法及能力的人进行支持（学生校园内部摆摊销售和学生在淘宝自己开店的人比较多，我们

团队认为校园代理这块市场前景比较大，能够打通这个渠道，将会有更多的市场）团队分工

策划运营：吴佳檬、金剑芳

销售咨询：章倩、杨沪宝

产品成列及展馆布置：龚谦、俞俊江

我们是一个团队，团队讲究的是配合，每一个成功推广离不开团队成员的配合！我相信我们团队是最棒的！

本次活动的目的是为了帮助我们提升自己的组织策划能力，培养我们自主创业的精神，提高我们的语言沟通和动手操作能力！同时帮助我们的赞助商开拓更多的市场，在学生面前树立良好的品牌形象！达到学生全面能力提升以及企业产品得到良好推广的双赢好结局！

市场营销方案怎么写，如何做企业市场营销策划书？

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，经济效益目标达到：总销售量为×××万件，预计毛利×××万元，市场占有率实现××。

①营销宗旨，一般企业可以注重这样几方面：

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。

②产品策略：通过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略建议，形成有效的4p组合，达到最佳效果。

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；

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；

产品品牌。要形成一定知名度，、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须有强烈的创牌意识；

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；

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。

③价格策略。这里只强调几个普遍性原则：

拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性；给予适当数量折扣，鼓励多购；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。

④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、代理商的销售积极性或制定适当的奖励政策。

⑤广告宣传。

a、原则：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；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，在一定时段上应推出一致的广告宣传；广泛化：选择广告宣传媒体多样式化的同时，注重抓宣传效果好的方式；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，公司有纪念意义的活动等。

b、实施步骤可按以下方式进行：策划期内前期推出产品形象广告；销后适时推出诚征代理商广告；节假日、重大活动前推出促销广告；把握时机进行公关活动，接触消费者；积极利用新闻媒介，善于创造利用新闻事件提高企业产品知名度。

⑥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。还要考虑费用支出，一切量力而行，尽量以较低费用取得良好效果为原则。尤其应该注意季节性产品淡、旺季营销侧重点，抓住旺季营销优势。

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最优效果。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。

这一部分是作为策划方案的补充部分。在方案执行中都可能出现与现实情况不相适应的地方，因此方案贯彻必须随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。

营销策划书的编制一般由以上几项内容构成。企业产品不同，营销目标不同则所侧重的各项内容在编制上也可有详略取舍。

**市场营销策划书1500字篇三**

现代人忧心大鱼大肉会造成胆固醇过高，带来高血压、中风等疾病，因此，对自然健康、方便易得的食品有迫切的需求，新鲜的罐装水果原汁就是其中之一，而目前市场上的果汁大多数浓度只有10%一30%，100%纯果汁的种类不多，是个值得介入的市场。

1.市场领导者：xx纯果汁

2.市场挑战者：xx水果原汁

3.市场追随者：xx水果园

4.市场补缺者：本公司产品——xx纯果露

外食上班族：上班族午餐绝大多数在外解决或自备盒饭，或团体订购盒饭，或吃馆子，吃水果较不方便，罐装水果原计是他们健康又便利的选择。

第二阶段将扩及中、小学生，最后将推展至所有注重健康的家庭。

1.性别：女（大多数）男（较少数）；

2.收入：月收入xxx元以上；

3.消费习性：喜爱物美价廉，方便易得的物品；

4.生活型态：注重健康、养颜、美容；

5.区域：都市化程度高的地区——xx市。

1.商品：“纯果露”是果计，但在名称上否定“计”，因为“露”给人的感觉比“汁”珍贵、有浓缩、精心提炼的意味。

2.包装：150cc铝箔包，饭后食量有限，150cc刚刚好，可一次喝完，而且铝箔包装重量轻，携带方便。

·超级市场

·速食店

·便利商店、平价中心

·百货公司中的美食广场

·西点面包店

·咖啡厅

·饭盒承包商

·pub

·餐厅、饭店

·disco

·车站，机场

·机关营区福利站

·学校福利社

·小吃店

·路边摊

·公车票亭

·槟榔摊

·自动售货机八、推广策略

（一）广告：

1.电台：icrt、中广流行网、青春网、音乐网；

2.电视：三台晚上六点到九点时段；

3.报纸：xx报；

4.杂志：xxx；

（二）促销：

1.试饮；

2.抽奖：集盒上剪角，或买一箱附抽奖券；

3.赠奖：集盒上剪角即送赠品；

4.配合电视节目赠品：强棒出击、好彩头、百战百胜、欢乐传真、来电五十；

5.赞助公益活动。

（三）宣传报道：

所有促销活动都可写成新闻稿，提供新闻媒体作报道

**市场营销策划书1500字篇四**

以传播市场营销理念，丰富校园生活，提高学生的策划能力，培养学生的团队精神为宗旨，引导大学生对创业和市场营销的正确认识，提升大学生对创业和市场营销的兴趣，让我校学子在踏上工作岗位前能够获得一次难得的实践练兵机会。

我们的大赛采用科学的比赛流程，零分险的销售模式，全透明的计分环节。真正让同学放心比赛，用心比赛，全心比赛。

第一阶段：实战营销参赛小组进行实际销售比赛，销售物品为娃哈哈全系列产品，销售利润归各团队所有，销售成本按比例以40%计入最终成绩；

第二阶段：营销策划答辩采用ppt展示和现场答辩形式进行，所得成绩以60%计入总成绩。

一等奖————现金1000元加校级证书 （1组团队或个人）

二等奖————现金500元加校级证书 （2组团队或个人）

三等奖————现金300元加校级证书 （5组团队或个人）

同时优秀团队或个人可获得知名企业实习资格

11月10日到11月13日报名地点：红柳广场和南村食堂设置现场报名点

提示：

在大赛开始前，我们会邀请企业经理人和专业老师对参赛选手进行培训，针对营销策划、策划书的撰写等方面内容进行专题讲座和培训，帮助参赛团队完成一份完整营销策划方案。参赛选手第一阶段的实战营销只需上交销售成本，采用先拿货销售，未销售的直接退货，销售的按进价结算货款的方式，真正让参赛选手零分险风险，零投资。

**市场营销策划书1500字篇五**

信息传播最大化

媒体覆盖最大化

经济效益最大化

我们把目标市场定为珠江三角洲地区，深圳本地和港澳地区为第二市场，而外省游客主要在春节期间出现，靠本地宣传提高来访量。

我们应当采取以下策略进行销售：

1珠江三角洲

2广州

3深圳

4香港

注：a以上数据来自xx年总入园人数106万人，营业额9555.3万元人民币。有效细分的要求；

b历史数据并没有香港市场，习惯将其和深圳市场划归一起。在这里将香港市场单另列出，是考虑到兵马俑在香港市场可能产生较好高效应，所以进行针对性的市场开拓。

3、 现状分析：

人口810万人，港澳侨胞135万人

1.6万元。年人均消费1.14万元

团队组团分为散客，企业团体、地接团三大块。

散客出游多以旅行社组织出游为主要形式。时间上为一日游或二日游。

企业团体出游形式上有旅行社和自行出游两种方式。时间上也以一、二日为主。

地接团队市场，广州市内地接外省团队、境外团队深珠游。

今年地接内地港澳游团队出团量明显上升。

a共计126家。

广州本地旅行社以往每年组织深圳游旅客，大约30--40万人次。

b散客组团社实行零团费的组团方式。

c旅行社团费和利润来源于景点门票团散差价和购物回扣。

d旅行社组织企业团体出游多有事先计划和安排，主导权在企业自身。

e以地接团队为主的旅行社，线路安排事先已定，导游现场推荐是否有效是加点能否成功的关键。

a各省驻广州办事处共有160家。

b除企业自身组织的活动外，各类中介机构也会组织各种活动。

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