# 最新市场营销活动策划方案(九篇)

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-08-17

*为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读...*

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**市场营销活动策划方案篇一**

1、省内游客和近距离区域游客比重大；

2、由近及远，近距离流动较多，远距离流动相对较少(国内旅游较多，国际旅游较少)。

3、多流向风景名胜地和政治经济文化中心。

4、在具有某种特殊关系的两国或地区之间流动。如每年都有大量的港、澳、台同胞、海外华人和华侨到四川探亲观光。

5、以团体旅游为主，散客旅游为辅。

7、旅游者消费水平不高，参加标准团与经济团的游客较多，豪华团游客较少。

1、旅游产品以常规路线为主，特种路线为辅。

2、旅行社服务以团队服务为主，散客服务为辅。由于现代旅游者的需求逐渐具有个性化，因此对散客的服务也不可忽视。

3、四条精品旅游线路、一个中心和两条环线(北环线和南环线)开发比较成熟。

4、旅游产品主要是观光旅游产品。

1、质量和价格的竞争。目前，四川旅行社产品质量和价格的竞争可以说是到了白热化的程度。总体来看四川省的旅行社产品一是质量低、价格也不高，虽然低质低价但有其存在的市场。二是经过\"非典\"为了尽快恢复旅游市场，旅行社产品质量高而价格不高。所以价格的定位对旅行社来说是尤为重要的问题。

2、旅行社品牌的竞争。如何树立品牌意识，以便与老牌旅行社进行竞争。

3、集团化竞争态势。面临即将全面开放的市场，集团化、规模化竞争会越来越激烈。

**市场营销活动策划方案篇二**

主办单位：经济与管理学院品牌战略研究所

承办单位：经济与管理学院团总支学生会

合作单位:梅州市顾家家居

大赛时间：20xx年3月1日—20xx年5月28日

决赛地点：德龙会堂

活动范围：梅州市

参与对象：嘉应学院全体学生

（一）宣传方式如下：

1、横幅、海报、展板宣传

2、广播宣传

3、宣传单

4、校外宣传（由合作单位负责）

（二）比赛要求:：

1、策划对象：顾家家居沙发、软床

2、针对区域：以梅州城区为重点，辐射七县一区

3、策划时间：三年规划（20xx-20xx）

5、针对顾家家居的服务优势、目标消费群体特征、当前市场经济形势及竞争对手状况,就顾家家居如何作出相应的营销策略进行市场调查和方案策划，以达到提升顾家家居在梅州市场的品牌知名度，扩大顾家家居在梅州市场的销售量，打造梅州家具行业冠军品牌——顾家家居之目的。

1、品牌规划：梅州城区及七县一区的品牌试点推广，针对顾家家居品牌文化，制定广告策划方案。

2、营销模式：开创新的营销模式，例如异业联盟，整合房地产、家居网站、装饰设计公司、建材行业等与家居相关的行业资源。

3、渠道建设：结合梅州“十二五”规划，针对未来三年内的城市发展，制定顾家家居渠道建设方案（例如：社区店模式、合作经营模式等）。

4、市场推广：针对不同目标市场的特定消费群体（例如：企业老板、老师、机关单位、政府人员等），制定相应有效的推广方式。

（四）资料说明：ⅱ三年经营目标：（单位：万）（以当年销售量测算）

20xx年

20xx年

20xx年

600万

900万

xx万

ⅱ、毛利率：≥18%

ⅲ、广告预算：以年销售目标≤2%计算作为广告投放量

（五）比赛形式：结合专业知识，参赛队伍根据大赛主题及相关业务进行市场调查分析并设计一份策划市场营销方案，从初赛中评选出12份方案进入复赛，最终选出6份优秀方案进入决赛。

(六)参赛方式：1.参赛者以组为单位，每组3—8人（注意：成员名单中第一个应为组长，有客户加盟的团队将适当加分），组长将参赛团队名单上交到经济与管理学院团学办公室。

(七)投稿方式：初赛各参赛者将策划书以及powerpoint演示稿存盘在20xx年4月14日下午16：30—17：30前交至经济与管理学院团学办公室。策划书及演示稿存盘统一用档案袋装好，并注明“队名”，待检查完毕后，当场封档。

(八)作品要求：1、初赛由参赛团队自主选择相应教师作为指导员，作品撰写规范。进入复赛后由主办单位指派专业老师辅导。

2、大赛提交策划书需是a4纸，页边距上下左右为2.5厘米，标点符号、数字必须使用规范。

（一）时间安排：

3月1日（星期二）：通知发到各学院团总支学生会

3月12日（星期六）：顾家家居专职人员进行营销策划专业指导

3月14日—4月1日：参赛者调查策划

4月2日—4月13日：准备参赛作品

4月15日—4月17日：初赛评审

4月18日（星期一）：公布进入复赛小组名单

5月11日（星期三）：进行复赛

5月12日（星期四）：公布进入决赛小组名单

5月25日（星期三）：决赛彩排

5月28日（星期五）：策划方案现场答辩（决赛）

（二）决赛方式:

1、由参赛团队指定1-2名选手对自身团队的参赛作品进行现场的ppt演示。

2、专业评委根据选手演示结果针对其方案存在的各方面优缺点进行现场提问。

3、合作单位将会邀请客户作为大众评委进行投票，投票结果将占总成绩的20%。

4、最后综合投票、演示及问答结果评出各小组的成绩。

（三）比赛奖项设置：

冠军：奖金1500元（1名）＋证书+综合测评8分

亚军：奖金1200元（1名）＋证书+综合测评6分

季军：奖金800元（1名）＋证书+综合测评5分

优秀奖：奖金500元（3名）＋证书+综合测评4分

凡提交合格作品的团队，可获综合测评2分，进入复赛的团队可获100元调研经费。

经济与管理学院品牌战略研究所.

**市场营销活动策划方案篇三**

“双11”购物狂欢节，已经成为中国，乃至世界范围内影响力的消费节日之一。而每一位商家，每一位消费者，才是这个舞台的真正主角。xx，我们将邀请更多品牌和实力商家共同参与，以您的独特方式，导演一场品质购物的狂欢盛典!

xx年的“双11”，张掖市本土商家也将积极响应，大力发展本土电子商务，以实现由传统行业到电子商务的转型，努力把电子商务培育成我市乃至我省经济发展的新增长点，推动我市特色产品、农副产品及文化旅游产品外销，促进我市特色优势产业发展。我市也将鼓励个体工商户、创业者投入电子商务领域，提供更多就业岗位的同时，大力培养电商人才，以实现大学生和失业人员的创业再就业。

xx年的“双11”，张掖万众商城也将在其中扮演着重要角色，作为由张掖市政府重点扶持的张掖本土的电子商务网购平台“万众商城”及小九城市wifi，将填补张掖本地网购狂欢节的空白，让张掖人真正体验在家门口网购的新时尚。

在“双11”到来之际，张掖市本土商家借此机会，将于11月11日举行“张掖本土购物狂欢节”，狂欢节将打出“超优惠”、“真特价”、“免费送”等活动来引人关注，将电子商务理念深入人心，推动张掖电子商务的飞速发展。

主办方：张掖市商务局、张掖市人力资源与社会保障局。

承办方：张掖市焱晶电子商务有限责任公司、张掖市瑞景科技有限责任公司。

协办方：甘州电视台、甘州广播电台、张掖圈子、百度张掖吧、大漠户外、号角户外等。

xx年11月11日开幕

张掖市中心广场

1、宣传造势

新闻发布会

网络宣传、报纸、dm广告

汽车车贴巡街宣传

2、市场造势

打造张掖市首家电子商务创业孵化基地，免费开设电子商务创业培训班;免费为所有培训班商家建站并提供专业的运营指导、技术指导等全面周到的后续服务。

1、准备流程

活动展示平台：张掖万众商城、小九智慧城市wifi、微官网

2、“双11”启动流程

xx年11月11日09：30主持人致开场白

xx年11月11日09：40各局领导及活动方讲话致辞

xx年11月11日10：30狂欢节启动仪式

xx年11月11日10：40狂欢节正式开始

1、你来我就送。万众商城10万现金大回馈，只要来到现场的消费者，扫万众商城二维码即送现金红包。

2、折扣低到爆。现场商家均打出亏本折扣，只此一天，低到不能想，低到不敢想。

3、手机玩转“双11”。“双11”要上班?要出差?用不了电脑?没关系，有小九app，将“双11”装进手机。还可以手机免费开店，免费打电话，聊天搭讪........赚钱社交两不误。神器出世，还不快来下载!

1、前期宣传准备

网络软文、报纸宣传文、汽车车贴宣传页内容、红包抵金券。

2、参展商家准备

报名选拔审核后，择时召开商家大会。

商家大会内容：商家工作准备、折扣敲定、抵金券商议。

商家大会时间：待定

3、商家展位划分

按商家产品分类划分展示区域

4、工作人员筹备

5、硬件准备

活动场地、led大屏、led移动屏

音响设备、礼炮、启动仪式道具

红包印制、抵金券印制

拱门、拱门条幅

x展架、商家展位

张掖市公安局、保安公司。

**市场营销活动策划方案篇四**

企业商务网站推广的目的是为了提升品牌知名度、美誉度、信誉度，在进行宣传推广的同时，能更好的引导消费，促进销售量的提高。

01 网站整理部分不错，运行速度很快，但页头并不完美，没有体现出时尚的感觉和气息，建议去掉卡通，换成模特时尚服饰模特图片，时时变换。这样才符合商品主题。

02 网站颜色不好，紫色是一种很老气的颜色，建议换成粉，浅粉颜色会更好。

03 新闻动态与图片轮换掉转一下，现在看起来偏重，且粗糙，没有边框。新闻动态换为站务信息或站务公告为好。

04 建议在新品和热销两个栏目中间加一个动态的滚动图片栏目或是bannet，让网站富有动感，太过静止，反到不适合时尚的格调。另外，这也是公司发布商品的一个有利位置。

开设行业资讯频道

很多行业站点对此不屑一顾，这不是很理想的做法。开设行业新闻频道并以很低的人力资源成本实现每日更新，不仅有助于改善、提高网站的搜索引擎结果体现，且对吸引行业用户、增强网站的粘性有很大的帮助。关键是严格控制内容及其更新的成本，尽量利用门户网站的新闻频道来转载。

05 整体美工上还需重新设计，黑、灰、紫搭配，体现不出本公司的风格与形象，同时也与服饰商品严重不符。现在是夏季，颜色搭配就归更需要讲究时令，能给人好的印象与心情以及刺激人的消费心理，富有清新时尚的美感人们才能喜欢。

通过国际互联网络，网络营销可以将广告信息24小时不间断地传播到世界的每一个角落。只要具备上网条件，任何人，在任何地点都可以阅读。

交互性强交互性是互联网络媒体的最大的优势，它不同于传统媒体的信息单向传播，而是信息互动传播。通过链接，用户只需简单地点击鼠标，就可以从厂商的相关站点中得到更多、更详尽的信息。另外，用户可以通过广告位直接填写并提交在线表单信息，厂商可以随时得到宝贵的用户反馈信息，进一步减少了用户和企业、品牌之间的距离。同时，网络营销可以提供进一步的产品查询需求。

网络营销制作周期短，即使在较短的周期进行投放，也可以根据客户的需求很快完成制作，而传统广告制作成本高，投放周期固定。另外，在传统媒体上做广告发布后很难更改即使可以改动往往也须付出很大的经济代价。而在互联网上做广告能够按照客户需要及时变更广告内容。这样，经营决策的变化就能及时实施和推广。

纸质媒体是二维的，而网络营销则是多维的，它能将文字、图像和声音有机的组合在一起，传递多感官的信息，让顾客如身临其境般感受商品或服务。网络营销的载体基本上是多媒体、超文本格式文件，广告受众可以对其感兴趣的产品信息进行更详细的了解，使消费者能亲身体验产品、服务与品牌。这种图、文、声、像相结合的广告形式，将大大增强网络营销的实效。

网络营销能进行完善的统计，可以跟踪和衡量营销效果

“无法衡量的东西就无法管理”。网络营销通过及时和精确的统计机制，使广告主能够直接对广告的发布进行在线监控。而传统的广告形式只能通过并不精确的收视率、发行量等来统计投放的受众数量。而且网络营销的广告主能通过internet即时衡量广告的效果。通过监视广告的浏览量、点击率等指标，广告主可以统计出多少人看到了广告，其中有多少人对广告感兴趣进而进一步了解了广告的详细信息。因此，较之其他任何广告，网络营销使广告主能够更好地跟踪广告受众的反应，及时了解用户和潜在用户的情况。

通过提供众多的免费服务，网站一般都能建立完整的用户数据库，包括用户的地域分布、年龄、性别、收入、职业、婚姻状况、爱好等。这些资料可帮助广告主分析市场与受众，根据广告目标受众的特点，有针对性地投放广告，并根据用户特点作定点投放和跟踪分析，对广告效果作出客观准确的评价。另外，网络营销还可以提供有针对性的内容环境。不同的网站或者是同一网站不同的频道所提供的服务是不同质且具有很强类的分别的，这就为密切迎合广告目标受众的兴趣提供了可能。

通过国际互联网络，网络营销可以将广告信息24小时不间断地传播到世界的每一个角落。只要具备上网条件，任何人，在任何地点都可以阅读。这是传统媒体无法达到的。

**市场营销活动策划方案篇五**

认识农产品营销，必须从三个方面去理解，即：营销、农产品营销以及农产品营销的特点和目标。

(一)营销

营销又称市场营销，是在市场经济条件下，企业通过市场交换，限度地满足消费者的需要并获得自身的生存和发展而有计划实施综合性经营销售活动的过程。

市场营销的体制条件是市场经济，存在着供求信息不对称的前提;市场营销的主体是企业，企业通过营销活动更好地为社会提供产品和服务;市场营销的对象是广大消费者，消费者通过企业开展的营销活动得到的获得感。市场营销的中心是达成交易，产生长期可持续性收益。市场营销的手段是综合性的，其本质是抓住消费者的需求，并快速把需求商品化。

(二)农产品营销

农产品营销是围绕农产品从土地到餐桌所有过程中所涉及到的市场营销活动。

农产品营销的主体是从事农产品生产与经营的个人和组织，主要包括专业大户、家庭农场、农民专业合作社和农业企业。农产品营销的对象是农产品消费群体，包括城乡居民、农产品加工企业、农产品专业市场。农产品营销活动贯穿于农产品生产、流通和交易的全过程。农产品营销是一个价值增值的过程。

(三)农产品营销的特点

农产品营销是受农产品的自然生长周期，生产季节，生产产地，产品自身物理、生化性质等客观条件的制约而进行营销活动。农产品营销与其他产品市场营销存在很大区别，特别是维持农产品本身的色香味形等物理、生化性状，生产经营者须承担较大市场风险、生产成本、信誉成本。

(四)农产品营销的目标

一般来说，农产品营销目标包括：

1、经济效益目标。获得消费者对产品的价值认同，从而取得较高的经济效益。

2、市场占有率目标。创造新的市场需求，扩大市场范围，获取更多市场份额。

3、品牌发展目标。塑造经营者形象，打造产品品牌，扩大企业知名度。

二、消费者需求心理与农产品营销策略

做好农产品营销，实现农产品利润化，必须了解消费者的需要和购买动机。

(一)消费者的需求

需要是指人们在个体生活和社会生活中感到某种欠缺而力求获得满足的一种心理状态。也就是说消费者某种生理或心理的缺乏状态，就是消费者的需要。如消费者感到饥饿时，会产生对食品的需要;感到寒冷时，会产生对御寒衣物的需要;感到孤独时，会产生对娱乐、交往的需要;感到被人轻视时，会产生对社会地位、贵重商品的需要。

消费者对农产品的需要，主要包括：

1、对农产品使用价值的需要。使用价值是商品的基本属性，也是消费者需求的基本内容。

2、对农产品的审美需要。追求美好是人的天性，消费者对农产品色香味形的审美要求与时俱进。

3、对农产品的时代性需要。赋予农产品时尚价值，满足消费者对农产品时代性要求。

4、对农产品社会象征的需要。吃当季、当地(原产地)的农产品，成为社会精英的一种消费方式。

5、对良好服务的需要。农产品营销主体必须树立以消费者为中心的服务意识。

(二)消费者购买农产品的心理动机

与传统产品购买心理动机相区别，对农产品消费而言，主要有以下几个方面的购买心理动机。

1、求安心理动机。农产品消费关系到每个人的生存和健康，随着人们生活消费水准的提高，人们对农产品的需求由追求能量型(温饱)向健康、安全、营养方面转变。

2、休闲心理动机。随着社会经济的发展，人们开始认识“慢生活”，增强了对休闲生活的渴望，期望获得休闲农产品的消费。

3、体验心理动机。城市化造成了环境污染、生活紧张、缺乏绿意的生活环境，使人们产生了逃离“压力山大”和“亲近大自然”的体验消费动机。

4、求便心理动机。消费者把农产品使用方便和购买方便与否，作为是选择农产品消费和购买方式的第一标准。

(三)基于消费者购买动机的农产品营销策略

1、利用求安心理，开发绿色农产品。绿色食品是遵循可持续发展原则，按照特定生产方式生产，经专门机构认证，许可使用绿色食品标志的无污染的安全、优质、营养类食品。

一是增强消费者对绿色食品的认知。对绿色农产品了解越多，越有助于激发消费者内心对安全和健康的需要，进而提高对绿色农产品的消费。千万不能将绿色食品标志仅仅印在包装上一贴了事，要对消费者经常进行有效宣传，增强消费者对农产品安全问题的认识，对绿色食品标志的辨识。

二是合理定价。要充分考虑生产成本、认证成本、目标市场消费群体的接受程度。如日本有机食品比普通农产品价格高10%以上，\_\_也比一般农产品高20%—50%，我国消费者愿意接受的绿色农产品价格比普通农产品一般高15%—25%。

三是选择合适目标人群。消费者的年龄、经济状况、对健康、安全的忧虑意识，以及家庭中是否有未成年人都会影响其对绿色农产品的消费，我国绿色农产品消费群体主要有机关事业单位集团消费、以高级知识分子为主的白领阶层，年轻人和部分老年人、孕妇、产妇、婴幼儿为主的四类消费群体。

2、利用休闲心理，开发休闲农产品。休闲农产品是指人们在闲暇、休息时消费的食用、把玩、观赏农产品，其主要功能为愉悦消费者的心情。如\_\_海苔为休闲食品、多肉植物为观赏植物。这类农产品主要消费群体是中、青年妇女，学生，儿童，外来游客和经常出差人员。

一是吸引顾客的味蕾和眼球，推出美味、新颖的产品。让消费者难以抗拒产品美味、亮丽的诱惑。

二是体现健康消费的理念。休闲农产品要确保无毒无害。特别是休闲食品要保证质量和良好风味，以低热量、低脂肪、低糖为产品开发的主流。

三是借助文化娱乐元素。借助文化娱乐元素表达温馨、健康、纪念的信息，以期引起消费者对品牌的共鸣。如“吉祥三宝”、“田妈妈”等。

四是包装玲珑方便购买。休闲农产品往往是旅途消费品或礼品，体积小包装美不仅携带方便，而且购买者以同样体格获得多份产品，可以低成本实现让更多亲朋好友分享。

3、利用体验心理，开发观光农业园。观光农业园是以生产农作物、园艺作物、花卉、茶等为主营项目，让城市游客参与生产、管理及收获等活动，享受田园乐趣，并可进行欣赏、品尝、购买的农业园。

一是因地制宜发展。观光农业园选址要符合“三边”条件，即城市周边、旅游景区周边、交通干线周边。

二是适度规模经营，农业特色明显。具有鲜明的独特性和区域性，具有别人难以模仿的内涵和价值。

三是突出新奇特，不断改造园区景观。观光农业园要充分利用农业自然景观、农业田园景观和农业生产景观，做好生产、生活环境整治。移步换景，处处是景，能够满足消费者摄影取景需要，适应当今手机一族利用\_\_、\_\_等自媒体传播。

四是注重体验，让游客获得感受价值。让游客视觉体验，看到红花绿果、稻田画幅等;让游客听觉体验，听到潺潺流水，虫鸣鸟语等;让游客味觉体验，品尝农家豆腐、果菜茶饮等;让游客嗅觉体验，闻到花草芳香，体验清香迎面扑等;让游客触觉体验，动手采摘、制作、加工等。

4、利用求便心理，开发数字化营销。所谓数字化营销，是以计算机网络技术为基础，通过电子商务来实现市场营销。它具有时间上的全天候特性、空间上的跨区域特性、结算的便捷性，物流的快捷性优势。

一是目标市场定位。目标人群定位是农产品电商平台的首要考虑问题，如果目标人群定位在基本不会上网的老年人或消费能力低下的人群，那显然要面临亏损。

二是选择品牌物流。由于农产品的特殊性，配送须要有冷藏冷冻的混合配送车辆，以及冷藏周转箱及恒温设备，否则产品原质量再好，客户收到的也将是有质量问题的商品。所以物流配送及其成本将成为考验农产品电商平台的问题。

三是提高农产品品质和标准化程度。同一批次以及不同批次农产品，外在规格、内在品质力求基本一致。

四是注重网络宣传。电商平台既是一个交易平台，也是一个宣传窗口。要及时通过新闻播报、看图片说故事等形式，展开对消费者群体的宣传，从而抓住消费者的心。

三、顾客让渡价值与营销组合策略

现代市场营销组合已经从传统4p(产品、价格、渠道、促销)向4c(顾客、成本、便利、沟通)转变，最终让消费者获得更多的顾客让渡价值。

(一)顾客让渡价值的定义

顾客让渡价值是指企业转移的、顾客感受得到的实际价值。顾客让渡价值是菲利普•科特勒在《营销管理》一书中提出来的，他认为，“顾客让渡价值”是指顾客总价值与顾客总成本之间的差额。

(二)顾客总价值与顾客总成本

1、顾客总价值：顾客总价值是指顾客为购买某一产品或服务所期望获得的一组利益，它主要包括产品价值、服务价值、人员价值和形象价值等。实际上，也就是人们常说的“实用、放心、称心、安心”概念。

产品价值是由产品的功能、特性、品质、品种与式样等所产生的价值。它是顾客需要的中心内容，也是顾客选购商品的首要因素，因而一般情况下，它是决定顾客购买总价值大小的关键和主要因素。服务价值是指伴随产品实体的出售，企业向顾客提供的各种附加服务，包括产品介绍、送货、安装、调试、维修、技术培训、产品保证等所产生的价值。服务价值是构成顾客总价值的重要因素之一。人员价值是指企业员工的经营思想、知识水平、业务能力、工作效益和质量、经营作风、应变能力所产生的价值。企业员工直接决定着企业为顾客提供的产品与服务的质量，决定着顾客购买总价值的大小。形象价值是指企业及其产品在社会公众中形成的总体形象所产生的价值。包括企业的产品、技术、包装、商标、工作场所等所构成的有形形象所产生的价值，公司及其员工的职业道德行为、经营行为、服务态度、作风等行为形象所产生的价值，以及企业的价值观念、管理哲学等理念形象所产生的价值等。

2、顾客购买总成本：顾客购买总成本是顾客为购买某一产品所耗费的时间、精力、体力以及所支付的货币资金等，它包括货币成本、时间成本、精神成本和体力成本。

一般情况下，顾客购买产品时首先要考虑货币成本的大小，因此，货币成本是构成顾客总成本大小的主要和基本因素。在货币成本相同的情况下，顾客在购买时还要考虑所花费的时间、精神、体力等，因此这些支出也是构成顾客总成本的重要因素。实际上，也就是人们常说的“既要价廉物美，又要方便快捷”的概念。

(三)基于顾客让渡价值的农产品营销组合策略

1、注重农产品品牌和包装。品牌和包装是农产品生产者向消费者的一种，提供的一种便利，开展的一种宣传推介方式。因此农产品品牌命名必须琅琅上口，易读易记;还要寓意深刻，新颖别致;做到清新高雅，不落俗套，充分显示农产品的档次和品位。农产品包装设计要体现绿色环保、美观大方、方便携带的原则，既要图文信息齐全，标志标识清楚，又要短小精悍，一目了然，让顾客过目不忘。提供产品质量认证和质量追潮，让顾客放心大胆购买。

2、采用农产品差别定价。针对老顾客推出新品种，可采用撇脂定价法，即高开低走。这一定价方法可抓紧时机快速收回成本，且高开价格，回旋余地较大，待竞争对手一哄而上时，价格回落，能克敌致胜，降低风险。针对新客户或推广大众化农产品，可采用渗透定价法，即低开高走。这一定价方法能够吸引人气，扩大客户规模，提高市场占有率。待出现供不应求局面时再渐进式提价，以取得长期收益。

3、扩大农产品直接销售。农产品的自身特性要求周转时间短，同时由于消费的主要形式是以家庭为单位分散购买，规模利润小，选择直销形式可减少中间环节，还能实现私人定制。目前农产品直销形式主要有：订单直销、直营店销售、社区配送、电商销售、观光采摘等形式。

4、创新农产品促销方式。“好酒也要吆喝着卖”，促销时应利用流量思维，引起消费者聚焦，扩大产品知名度，激发消费者购买欲望。目前主要形式有：农业展会促销(如农博会、农展会、农交会)，新闻媒体宣传促销(如专题采访、广告等)，农事节庆活动促销(如葡萄节、草莓节、茶文化节等)，公共关系促销(如开展公益事业、慈善捐助等)。

**市场营销活动策划方案篇六**

一、经营要有创新思维社会越发展，市场越细分，餐厅经营越应当专业化

我国近年来餐厅产品雷同、千篇一律、百店一格的现象比较突出，致使餐厅间竞争愈演愈烈，导致成本上升，效益下降。消费者需求的多样化，要求餐厅产品也必须多元化。餐厅硬件不能一味攀比豪华、气派、大而全，而应当立足于在有限的投资中尽量设计出各自不一样的风格、品味、气氛和文化特色。餐厅软件也要在具备“老三化”(规范化、标准化、程序化)的基础之上做到“新三化”(个性化、特色化、形象化)。餐厅如果不去进行这种创新改造工作，就会被市场无情地淘汰。餐厅创新要遵照顾客的要求去进行，充分征求顾客的意见，听取多方面的反映。对于老顾客应主动征求改善意见，及时改善工作，使老顾客不断感受到新的服务和新的变化，提升他们对产品的忠诚度。对于新顾客要加强宣传餐厅的功能特色，突出与其他餐厅不一样的地方。

要留住顾客，产品就必须有变化、有创新、有突破。餐厅若要表现出与众不一样的差异性，最容易的突破点就是文化。文化的地域特点异常明显，入住的客人绝大多数是异地客人，且星级越高客人与餐厅所在地的距离往往越远，文化差异性也就越大。餐厅能够在房屋造形、室内装修、服务人员服饰、服务形式、饮食文化、背景音乐、娱乐活动等方面突出表现本地方特点，吸引顾客选择自我的餐厅消费。餐厅供给的是生活服务，客人的一般心理总是求新、求异、求变的，对于异地的各种文化往往表现得乐意理解。如果在服务中一味去迎合客人原有的生活方式，不必须能取得梦想效果。因为客人来自四面八方，程式化的模式不可能适应所有客人，有时候客人也许会觉得这种迎合是一种蹩脚的服务。当然，创新服务不能强加于人，要给客人供给多种选择的余地，并尊重客人的选择，做好个性化服务。

二、打好经营基础

餐厅经营的基础能够概括为“一个中心”和“两个基本点”。

1、餐厅经营的“一个中心”。餐厅经营的中心是市场，是目标顾客。餐厅必须关注市场，以市场为导向，围绕市场开展工作。餐厅以市场为中心就是要遵循市场规律，做好市场调查，了解市场需求，不能靠主观臆测进行经营，而要随市场变化及时调整经营策略，有目的的开展餐厅经营活动。

2、餐厅经营的“两个基本点”。市场经济无时无刻不存在竞争，有时竞争还是十分残酷的。餐厅要在激烈的竞争中获胜，必须首先练好内功，把企业内部各方面的工作管理好、协调好，才能增强经营实力，在变幻莫测的市场中立于不败之地。要做到这一点，就要在培育和造就高素质的员工队伍以及树立正确的经营理念上狠下工夫。这是餐厅经营的两个基本点。餐厅服务的生产与消费是同时发生的，客人与供给服务的员工接触也是多层面和广泛的。没有一流的员工，就不会有一流的服务;没有满意的员工，就不会有满意的客人。员工是餐厅最宝贵的财富和资源。培育和造就具备良好素质，丰富知识，娴熟技能，规范礼仪，诚信商业道德和热忱工作态度的员工队伍是餐厅经营最根本的工作。餐厅是传统的服务行业，服务要尊客为上，让顾客来到餐厅切实感受到宾至如归、处处满意。做到这点，就要在餐厅上下全面推行“宾客至上”的经营理念，树立“使顾客满意为第一己任”的工作理念，全方位为顾客着想和服务，从思想建设上奠定良好的经营基础。

三、做好餐厅内部营销

餐厅内部营销就是餐厅内部全员促销，这是餐厅营销的继续和延伸，是节俭营销成本的最好形式。

首先，内部促销是面向已经入住的客人或老顾客进行的促销，稳住已有的顾客就是稳住已有的市场份额。其次，内部促销不需要专职人员，与外部促销活动相比既容易又方便。从总经理到服务员，从前台到后台，人人都可参与，餐厅全员都是义务推销员。只要把全体员工的进取性、主动性调动起来，再适当地掌握一些方法和技巧，餐厅就会构成强大的内部推销力量。再其次，内部促销不需要专门的经费投入。它不象广告、公关等要有专项经费开支，而是在完成本职工作的同时，不失时机地、恰到好处地向客人推销，只需多一些灵活的方法、语言技巧和形式的变换而已。这是成本最低，见效最快的促销手段。另外，内部促销不受任何限制，在服务过程中随时随地都能够展开促销，十分便捷。所以，内部促销是一种十分有效的营销。它是外部促销的一种延伸。内部促销取得成效的保证是服务的优质化。仅有优质的服务才会令客人满意，才能让客人乐于理解内部促销的诱导，愿意增加消费和再次消费。此外，建立健全一套激励内部促销机制是做好内部促销、树立全员营销意识的制度保证。

**市场营销活动策划方案篇七**

我认为，市场部工作应该是分析市场、研究市场、总结市场规律，具体进行市场开发工作。对市场工作则主要进行工作业绩的考核。医院市场部在某种程度上等同于企业的销售部。而作为营销人员应该具备什么样的基本素质呢?形象要端正，市场意思强，沟通能力、应变能力强，能够吃苦，有比较好的团队合作精神等。而从事医疗营销的市场人员，个人基本要求更高。

医院市场部目前做了哪些工作呢?发传单、挂户外牌、以及进行车套广告的维护等。挂多少牌?做多少车套广告?以及内容如何组织，设计等?更大程度上应该是策划人员的宣传工作。而执行这些工作，的是要求体力活(很多单位是将类似工作直接交给广告公司来完成的)。本院的具体挂户外牌等工作，交给几个身手敏捷的人，应该可以搞定。

市场部是否能够正常运转?能开展有效的市场开发工作?决定于医院制定的市场思路、市场开发人员基本的素质高低和市场部管理水平等。如果说策划工作要求的是有创意，求新，侧重于文字表达能力、平面设计能力等方面，是点对面的宣传工作;那么市场工作则基本上是根据市场开发工作的需要，侧重于公关能力、沟通能力等方面，是进行点对点的宣传工作;工作本身的要求市场人员较高的个人素质，以及较好的工作主动性、自觉性等方面。如果市场人员总是等着别人来安排其工作，同时其又不能很好的与人沟通，那么这样的市场人员原本就不合格。

二、本院市场部的工作职能描述

1、调查市场、分析市场、总结市场规律，制定市场开发工作方向。

①、通过适当方式深入市场调查，分析、总结市场规律;

②、及时收集本医院病人信息，进行客观统计分析，找准市场方向。

上述工作，一是为了更好的明确市场工作方向，二是检验市场工作的业绩。当然，对医院策划部来说，也有必要进行市场分析工作。

2、适当的时候，进行医院全员营销培训，逐步提高医院整体营销水平。

医疗服务营销，不同于有形产品的营销。产品营销，可能是与生产者关系不大的工作;而医疗服务过程是病人来医院后的具体医疗行为，涉及到医疗服务的各环节，联系到提供医疗服务的所有医务人员。如何让病人来医院接受比较满意的医疗服务，自然就涉及到相关医务人员的营销观念，以及具体的营销行为。

提高我医院医务人员的营销意思、营销水平，进行医院内部的营销培训工作、营销工作，有时候更重要。

3、客服工作。

规范医疗服务，根据医院实际情况进行一定程度的客服工作，提高医院现有客户的满意度，忠诚度，促进医院的良好口碑，从而促进医院的经济效益。客户服务工作也是销售工作配套的惯例。

这同时也是全体医务人员共同的工作。

三、明确工作职能，有计划的有效率的进行市场开发工作

1、通过举办系列活动进行市场开发

策划、组织、举办各种公益活动，对市场人员要求的素质。工作本身涉及到市场人员对相关政府职能部的公关能力，以及有效举行活动的执行能力，活动效果的分析、统计能力。

年后计划在湛江各高校，以及各级各类职业技术学院，有计划、有目的开展青春期健康讲座活动。为此，市场部还需要配备一名健康讲座人员。活动能成功进行，既是医院形象、医院品牌的进一步推广，也可以直接促进医院经济效益。

发现病人，从而直接带来医院的经济效益。

适时组织、安排周边社区相关工作。

②、活动类人员要求：大专以上文化程度，医学类、市场营销类相关专业毕业，25岁以上，性别不限，沟通能力强，工作态度端正，团队意思强，从事市场开发工作一年以上，有医药、医疗器械，医疗市场开发工作经验优先。

待遇：底薪1000+提成

工作计划：市场部安排2人专门负责此项工作的实施。

工作考核：按照计划开展活动的次数，以及开展活动的效果。

2、转诊类业务工作

①、工作性质

一方面是针对大的医疗机构的转诊业务，主要是大的医疗机构的收费高而病人相对承受不起的病人。这一块操作的可能性不大，因为我医院的收费也不低。

另一方面主要是针对小的诊所，门诊机构，大小药店等进行转诊业务工作。我院以前的转诊活动不大成功，我们的应该从自身找原因。什么样的人合适做转诊市场的开发?转诊患者的接待程序以及个性化的服务要求等等?以及我们对转诊医务人员的劳务报酬及时合理支付等问题。如果把转诊开发行为仅仅当成是下个通知给对方，以为通知到了就行了，其效果就自然不理想。至少，开展转诊业务工作要强调两点：市场人员良好的沟通能力，以及对转诊病人提供个性化的服务能力。为了取得客户的信任，有些客户还要有计划的多次拜访。

**市场营销活动策划方案篇八**

“双11”购物狂欢节，已经成为中国，乃至世界范围内影响力的消费节日之一。而每一位商家，每一位消费者，才是这个舞台的真正主角。xx，我们将邀请更多品牌和实力商家共同参与，以您的独特方式，导演一场品质购物的狂欢盛典!

xx年的“双11”，张掖市本土商家也将积极响应，大力发展本土电子商务，以实现由传统行业到电子商务的转型，努力把电子商务培育成我市乃至我省经济发展的新增长点，推动我市特色产品、农副产品及文化旅游产品外销，促进我市特色优势产业发展。我市也将鼓励个体工商户、创业者投入电子商务领域，提供更多就业岗位的同时，大力培养电商人才，以实现大学生和失业人员的`创业再就业。

xx年的“双11”，张掖万众商城也将在其中扮演着重要角色，作为由张掖市政府重点扶持的张掖本土的电子商务网购平台“万众商城”及小九城市wifi，将填补张掖本地网购狂欢节的空白，让张掖人真正体验在家门口网购的新时尚。

在“双11”到来之际，张掖市本土商家借此机会，将于11月11日举行“张掖本土购物狂欢节”，狂欢节将打出“超优惠”、“真特价”、“免费送”等活动来引人关注，将电子商务理念深入人心，推动张掖电子商务的飞速发展。

主办方：张掖市商务局、张掖市人力资源与社会保障局。

承办方：张掖市焱晶电子商务有限责任公司、张掖市瑞景科技有限责任公司。

协办方：甘州电视台、甘州广播电台、张掖圈子、百度张掖吧、大漠户外、号角户外等。

xx年11月11日开幕

张掖市中心广场

1、宣传造势

新闻发布会

网络宣传、报纸、dm广告

汽车车贴巡街宣传

2、市场造势

打造张掖市首家电子商务创业孵化基地，免费开设电子商务创业培训班;免费为所有培训班商家建站并提供专业的运营指导、技术指导等全面周到的后续服务。

1、准备流程

活动展示平台：张掖万众商城、小九智慧城市wifi、微官网

2、“双11”启动流程

xx年11月11日09：30主持人致开场白

xx年11月11日09：40各局领导及活动方讲话致辞

xx年11月11日10：30狂欢节启动仪式

xx年11月11日10：40狂欢节正式开始

1、你来我就送。万众商城10万现金大回馈，只要来到现场的消费者，扫万众商城二维码即送现金红包。

2、折扣低到爆。现场商家均打出亏本折扣，只此一天，低到不能想，低到不敢想。

3、手机玩转“双11”。“双11”要上班?要出差?用不了电脑?没关系，有小九app，将“双11”装进手机。还可以手机免费开店，免费打电话，聊天搭讪........赚钱社交两不误。神器出世，还不快来下载!

1、前期宣传准备

网络软文、报纸宣传文、汽车车贴宣传页内容、红包抵金券。

2、参展商家准备

报名选拔审核后，择时召开商家大会。

商家大会内容：商家工作准备、折扣敲定、抵金券商议。

商家大会时间：待定

3、商家展位划分

按商家产品分类划分展示区域

4、工作人员筹备

5、硬件准备

活动场地、led大屏、led移动屏

音响设备、礼炮、启动仪式道具

红包印制、抵金券印制

拱门、拱门条幅

x展架、商家展位

张掖市公安局、保安公司。

**市场营销活动策划方案篇九**

a)社会中日益成长和多变的市场

b)市场在学院中各种不同形式的体现

c)学院师生中较大的购买能力及潜在的需求

a)加深学生对市场认识，提高其实践应变能力，活跃学习气氛。

a)地理:全学院及周围镇区，但主要是学院生活区

b)商品:各种合法商品，主要是[干货\"形式的生活、学习等日常用品

c)潜在顾客:估计有8900名学生及500多名教师

a)时间从xx月x日~xx月x日，大概一周的活动时间

b)注意事项:天气情况、安全

a)以商贩身份进行组织买卖货物

b)策略:零售产品代购

c)战略:华润等超市取货，每件商品提价0.1~0.5元，特殊商品(如:花束、熟食)

提价1~2元(或可与店老板商量以兼职外卖形式进行)

d)天气条件:天气须晴，至少不能持续小雨

e)准备物品:自行车3辆、商场折扣卡、笔记本电脑、笔纸、手机

f)资金保管:资金计划，活动资金流动的第一站，资金可从各成员集资

g)临时后勤:

xxxx

ps:东莞职业技术学院物流工程系11级物流1班某小组

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