# 怎样做推广策划方案范文

来源：网络 作者：梦回唐朝 更新时间：2024-01-29

*营销实质上是一种沟通活动，即营销者发出作为刺激消费的各种信息，把信息传递到一个或更多的目标对象。下面是小编为大家带来的怎样做推广策划方案，希望大家能够喜欢!怎样做推广策划方案1一、活动目的中秋节的活动已经结束，由于人们在节日期间走亲串友，家...*

营销实质上是一种沟通活动，即营销者发出作为刺激消费的各种信息，把信息传递到一个或更多的目标对象。下面是小编为大家带来的怎样做推广策划方案，希望大家能够喜欢!

**怎样做推广策划方案1**

一、活动目的

中秋节的活动已经结束，由于人们在节日期间走亲串友，家中的礼品类商品比较充足，因此在国庆节期间，我商场的销售思路应在日常消费品上，因此我们在十一期间，可以再次组织，\"超低商品、重拳出击\"，推出十一超低商品的抢购大潮，再次吸引人气，带动商场的人流及销售高峰。

二、活动主题

精彩华诞，举国同庆

三、活动时间

9月30日-10月7日(据报纸消息，可能黄金周放假有所变动，因此，活动时间根据情况可能随时调整)

四、活动内容

1、国庆节里乐无边，精彩大戏随您看

9.30-10.7日活动期间，在惠万家西门口，惠万家为您在南阳邀请来了精彩的文艺演出，高雅的演出风格，多种多样的文艺形式，让您在国庆节里大饱眼福!

2、我是中国人，国旗大派送

国庆节当天，凡在我超市二楼一次性购物满38元，即可凭小票到一楼服务台领取小国旗一面。(限500面，送完为止)

3、秋装上市，名品服饰展示会

10月1日起，\_\_三楼时尚服饰馆，名品秋装隆重上市，休闲装、商务装、职业套装等新款名装靓丽登场，上百款服饰总有一款适合您的品位，敬请光临锦上花20\_\_秋装展示会。

4、名品夏装、换季打折，超低特价、最后清仓

活动时间：10月1日-7日(7天)

10月1日起，在\_\_广场举办三楼名品男女夏装，换季打折活动，超低的价位，让您心动到家，带上您的家人，到\_\_名品服饰特卖场来淘宝吧!

由百货部安排三四楼各专柜，有出外卖的，统一安排处理。

5、国庆七天乐欢乐实惠颂

国庆7天假，每天推出一款超惊爆价。让顾客能感到实实在在的实惠。除了菜价外，出惊爆价的部门依次为：二楼食品、酒饮、洗化、百货、针织、食品，酒饮。选择商品时，根据惠万家的近期活动，要有针对性的选择商品，原则上为平毛利。情况特殊可作负毛利。一定要在活动期间作出清早买菜老太太满场飞奔的情况

6、购物有奖刮刮乐，惊喜大奖乐翻天

在10.1-5日，凡在我商场二楼次性购物满38元，或是在一三四楼一次性购物满58元，即可凭购物小票参加国庆刮刮乐活动，获得刮奖卡一张，刮开涂层，便可获得对应奖品：

一等奖：29英寸\_\_彩电一台;

二等奖：\_\_洗衣机一台

三等奖：电饭锅一台;

参与奖：洗衣粉一袋或是醋一瓶。

100%中奖!

国庆节，逛商场，顺便还能拿大奖!

7、黄金周，结婚季、浪漫而甜蜜

曾经，因为那次的怦然心动，如今，我要对你实现我的，那就是，给我一个机会，让我一生一世对你好!亲爱的，我们结婚吧!让锦上花和紫梦为我们共同见证，天长地久，此情不渝!

凡是在黄金周期间结婚的新人，且在我商场一次性购物满500元以上，即可获赠\_\_县\_\_婚纱摄影名店提供的20寸免费艺术照一张。

8、您来购物我送礼

凡在10.6-7日在我商场二楼一次性购物满48元，或是在一三四楼一次性购物满88元的顾客朋友，凭小票即可到服务台领取洗洁精一瓶。(小票不拆分不累计，每张小票限领一个单品)

五、广告宣传

通过各类媒介做好活动推广的宣传。

**怎样做推广策划方案2**

一、活动背景

十一黄金周被视为是拉动内需、促进消费的一大举措。旅游、交通、餐饮、住宿以及相关服务业均得到全面的增长。酒店可充分利用十一黄金周进行营销策划活动，以增大酒店宣传力度、提升酒店收益。

二、活动目的

提高酒店入住率，提升宾客满意度，增加酒店营业收入。

三、活动主题

迎国庆、送豪礼

四、活动时间

20\_\_年10月1日至20\_\_年10月7日，为期7天。

五、活动方案建议

各酒店可根据自身情况选择单一或者组合建议方案，以更符合宾客的需求。

活动1：活动期间，免费办理酒店会员(会员可获免费早餐劵)。

活动2：活动期间，首次入住可获双倍积分。

活动3：活动期间，每日推出10间特价房(如百元特价房)，促销酒店客房。

活动4：宾客的生日10月1日，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店入住可享受8折的优惠，在酒店就餐可享受7折的餐费(不含酒水饮料)优惠。

活动5：入住宾客手机号码尾号是1001，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店入住可享受8折的优惠，在酒店就餐可享受7折的餐费(不含酒水饮料)优惠。酒店可主动搜索这些手机号进行群发信息告知优惠活动。

活动6：活动期间，每位酒店客人均可参与酒店抽奖(或砸金蛋)活动，奖项分为四个层次，也可根据酒店实际情况设置奖项，参考如下：

一等奖：免费大床房或标准房1间;

二等奖：五折折扣券1张;

三等奖：20元房费抵用券1张;

四等奖：矿泉水1瓶(或酒店赠送的纪念小礼品)。

活动7：活动期间，每位酒店客人均可获得特价房邀请卡(如100元入住券)1张，为酒店特价房邀请入住券，可在非活动期间使用。

活动8：活动期间，每位酒店客人均可获得酒店赠送的超值礼包，内包含酒店异业联盟合作的商家提供的折扣券或现金抵用券。如，到\_\_饭店吃饭可使用30元菜金抵用券;到\_\_KTV消费可享受75折优惠等。

活动9：活动期间，每位酒店客人关注酒店微信公众号，可获得立减20元房费优惠。

六、推广方式和途径

1.通过微博、微信、QQ空间等社交媒体，发布活动内容，让消费者分享和参与。

2.通过豆瓣、贴吧、网站论坛等社区媒体发布活动内容，提高传播人群，加入微信链接，直接引导用户进入活动页面。

3.通过搜索引擎等网络推广方式发布活动内容，引导客户进去活动页面进行消费。

4.对老顾客进行信息发送和电话主动推介的方式，告知活动内容，邀请入住。

5.在商圈、车站等人流量大的场所进行彩色单页发放宣传。

6.在当地电视台、电台进行媒介推广。

七、活动布置

1.外场

停车场更新宣传内容，增加“欢度国庆”宣传条幅;

停车场周边悬挂红色灯笼、红色彩灯。

2.大堂门外

在酒店门口LED显示屏进行活动内容展示;

围檐吊挂大型灯笼;

玻璃窗KT板雕刻天安门造型，窗内一侧为“与国共欢庆”，一侧为“豪礼送不停”。

3.大厅

播放国庆相关主题音乐背景;

大厅根据实际情况吊单体灯笼;

根据情况进行实际装饰。

4.电梯内

**怎样做推广策划方案3**

一、活动主题

星光唱响——城市的心

二、活动时间

20\_\_.9.24——20\_\_.10.7

三、活动主旨

1、本活动把中秋和国庆两个销售旺季合并在一个活动周期，一方面两个活动可以相互造势，节省媒体投入资源，更重要的是利用活动的连续性，隐匿竞争对手对我们的阻击，并在\_\_形成节日的相应氛围。

2、结合\_\_业态综合特征，中秋国庆营销活动更多的以参与性、娱乐性、时尚性为主，尽量淡化商品折扣的效应，尽量丰富购物中心综合业态形象。

四、活动预期

按照\_\_目前的营业额度，平日，节假日，活动第一阶段，平日销售额约34万元，预计活动期间销售额增长幅度平日不低于10%，节假日销售额约48.9万元，预计活动期间节假日销售额不低于20%，即活动16天销售额约达到660万元。

五、活动内容

商品促销：

1、月圆折更高!

9月25日18：00起，\_\_步行街1、2、3街穿着类商品惊喜折扣x折(或者满就减x元，与广场，超市联合进行);

\_\_环球影城中秋节当天5元票价;

餐饮9月25日推出“月圆情更浓”套餐系列，家庭套餐、情侣套餐、朋友套餐，各餐馆和排挡部分区域参加。

\_\_买10赠5，推出中秋特别优惠场。

2、星光唱响，城市的心!

9月26日——10月7日，\_\_商品类每满x元减x元(公司不承担任何由于满减造成的利润损失)。

为了提升气氛，可以探讨抽奖的相关活动，费用另计。

\_\_环球影城、餐饮、娱乐等项目推出国庆特辑。

公关演艺类活动

1、星光唱响，城市的心——王蓉走进\_\_暨\_\_城开业典礼。

2、中秋国庆礼品一条街

月饼区：

9月15日开始，在\_\_步行一街南区至\_\_广场区域以超市堆头形式，举行中秋礼品展销会，摆放超市经营的月饼品牌，展出不同厂家的各种月饼礼品盒、散装月饼，采取多种方式陈列，给人以丰富感。并联合厂家展开不同程度的优惠、赠送小礼品等促销活动。

可以按月饼馅划分陈列区域，如肉馅月饼、无糖月饼，水果馅月饼等。同时可以开设一些知名品牌月饼专柜。

现场制作月饼：现在的月饼质量已成为众多消费者心中担心的问题，即使商场的产品也不例外，可以联系超市供应商现场制作月饼，以现做现售形式，一方面可以让顾客消除对月饼质量问题的担心，另一方面可以可以提高顾客对商场的信任度。

礼品区：

中秋节，人们购买礼品孝敬老人或赠送朋友，一般除了购买月饼外，还会买点其他什么礼品的，一般多是保健品之类的，将月饼和其他礼品组合在一起，既方便了顾客购买，在价格上也可以采取一定优惠。把月饼跟其他保健品类礼品组合包装在一起，分为几档，如88元、188元、288元….

餐饮美食区：

中秋节到来，吃更是必不可少的，在步行一街展示月饼的同时，重点打造吃的概念，重点宣传二街的以吃为主的餐馆，通过氛围布置宣传，尝试推出中秋节团圆饭套餐(具体由各餐馆定制)。

娱乐区：

邀请\_\_x将其小型的可以灵活搬动的一些游艺项目，搬到活动现场的娱乐区，购物满额可以免费娱乐，增加现场的互动感受。

影城可以把一些大片的宣传形象，DP点安排到街区的指定位置，丰富整个一条街的活动内容。

文艺演出区：

\_\_广场，在9月24日中秋季前一天晚19：00—21：00组织市老年艺术团进行迎中秋歌舞文艺表演，26日晚上，\_\_员工文艺演出。费用控制在500元以内。

氛围营造：

(1)中秋礼盒一条街

由超市采购部统一采购商品(包括月饼礼盒、酒水礼盒、保健品礼盒、水果礼盒等等，商品要讲究包装和品味)，超市提供堆头及尺寸，营销部统一制作堆头包装及一条街的整体形象入口设计场地提供约80米。

(2)天下美食一条街

由餐饮部提供精品菜系，可部分展览，外加现场制作、免费品尝等项目;场地提供50米。

(3)时尚娱乐

由\_\_码头提供部分小型机器，放置一街，可免费娱乐吸引人气，场地提供约50米

以上几大块的整体氛围将由营销部统一设计制作，须由各部门配合的是超市的堆头及总体尺寸，各相关单元的商品信息及实际所需的物品是否自备(象美食的展台等)

3、中秋画月

转眼间，中秋又到了，每逢佳节倍思亲，你想念你的家人了吗?想念你的另一半了吗?天上月圆，人间月半，月月月圆逢月半;一轮明月，寄托了多少人的思念之情;那一刻，我们幻想着时光能停滞，明月能永存……

现在，实现这一梦想的机会来了!\_\_举办的“中秋画月”活动，让你有机会实现梦想。拿起你手中的笔，融入你丰富的联想，画出你心中的月亮，让这轮中秋的明月永远留在人间!还犹豫什么?赶紧来参加吧!

活动方法：用简洁明快的线条画出你想象中的中秋明月，带有传奇，夸张色彩的更好。可以适当配以文字说明或者诗歌、散文。图片大小不限，但必须是原创作品。(电子稿和手绘稿均可)

作品发表：\_\_步行街一街、\_\_广场活动时间：20\_\_.9.15-25日

活动评选：9月20日——9月25日

奖项设置：

原创设计奖1名，奖励价值999元精美礼品一份;

顾客认知奖3名，奖励价值299元精美礼品一份;

创意火花奖5名，奖励价值99元精美礼品一份;

参与奖若干，奖励\_\_城精美雨伞一把。

4、放飞蝴蝶放飞希望

10月4日是世界动物日，保护动物就是保护我们的家园，届时在\_\_城\_\_广场举行大型蝴蝶放飞活动，美丽的蝴蝶带着我们的希望飞上蓝天，与我们共同祈祷更加美好的明天!

5、大型文艺展示

9月15日——25日，中秋礼品一条街。

9月24日、26日，中秋文艺晚会(职工专场、专业演出团队一场)。

9月26日——30日，婚庆、司仪展示。

10月1日——10月7日，经济型轿车展示(\_\_一街)。

10月1日——10月7日，中兴广场文艺演出，每天排期。(另附)

六、预算情况

媒体推广费用：

媒体名称时间次数/规格价格备注

\_\_信息9.141/2(一次)4000礼品一条街开街;

\_\_信息9.241/2(一次)4000中秋活动;

\_\_信息9.281/2(一次)4000国庆活动;

\_\_晚报9.281/2(一次)5000;

交通频道——每天六次，15秒广告;6720(280/天);

电视台——根据情况，每天三次，每次30秒4000(450元/天)。

合计28520

奖品费用：

奖项价格数量备注

原创设计奖999元精美礼品一份;

顾客认知奖299×3名=897元精美礼品一份;

创意火花奖99×5名=495元精美礼品一份;

参与奖若干名精美雨伞一把。

合计：2391元

物料费用合计：5800元

总计：36711元

**怎样做推广策划方案4**

一、策划背景

(1)超市里薯片、虾条、雪饼、果脯、话梅、花生、松子、杏仁、开心果、鱼片、肉干等休闲食品琳琅满目，这些休闲食品的包装新颖、时尚，成为了年轻、时尚类人群的消费新宠。

据统计20\_\_年的数字统计，我国休闲食品市场容量已达到1673.3亿元。中国的人口多、消费层次丰富，休闲食品将营造出许多新的市场机会，消费潜力巨大。南瓜籽、杏仁、果蔬脆片类产品等，现在是中国的消费者食用最多的休闲食品，表明中国消费者的休闲食品观念还停留在发展的初期，没有领导品牌，远未形成像方便面，食用油和饮料等食品品类垄断竞争的市场格局。

(2)由于休闲食品制造业属于开放程度较高的行业，外资企业数量虽然不多，却占据我国休闲食品市场超过半数的销售收入和利润总额。许多内资企业在庞大市场机会面前却发展的举步维艰，为什么呢?因为他们缺少的主要不是资金，不是设备，也不是市场，而是对整合营销的全面掌控能力。这对众多生产休闲食品的企业来说，市场机会均等，能否快速做大市场规模，主要取决于对该市场领域的理解和把握。

(3)由此对于我们来说，当前的市场形式为我们造就了大好机遇，只要我们精准定位，靶向营销，稳、准、快地参入市场，我们将成为这一行业的的主导品牌，坐上“行业领袖”的宝座。

二、市场情况

1、市场容量

据统计20\_\_年我国休闲食品市场容量已达到1673.3亿元。虽然市场增长迅速，但我国平均每人消费量仅为26.6克，远低于发达国家人均消费2.6千克的消费水平。由于中国的人口多、消费层次丰富，休闲食品将营造出更多新的市场机会，消费潜力巨大。

尽管休闲食品的价格大多只有几元钱，但在全球零食市场的品牌中已经产生了三个销量达到10亿美元的.休闲食品品牌——立体脆、乐事和品客。在中国休闲食品市场也培育出了上好佳、喜之郎、可比克、旺旺、徐福记、洽洽等众多知名品牌。

2、竞品情况

略

三、消费者分析

1、消费人群

不同品类不同价位的产品所针对的目标消费人群存在明显的差异。如：与薯片、瓜子、膨化食品的目标消费群体虽然有交叉，但差异更明显。开心果的目标消费者更多是年轻女性中的白领;薯片的目标消费者更多是少年儿童和学生群体。休闲食品市场除了按年龄、性别细分外，更多还会按消费者的职业、收入、学历、消费需求、消费心理等多种方式进行市场细分。比如，按消费需求细分，休闲食品又可以分为基本型、风味型、营养型、价值型、享受型等等。

由于我们的产品定位为国外产品，需采用高价高促销方式。所以我们的产品主要消费人群为中高档消费的女性，主要集中在20——30岁人群，另外一部分为30——45岁的家庭妇女。产品定位为享受型。

2、购买目的

时尚女性：这一类消费人群主要是未婚或没有孩子的女性，她们的消费目的及心里主要是突出她们的时尚、新潮、高档、健康的心里个性。

家庭妇女：这一类消费人群主要为30——45岁的结婚女性，她们的消费目的主要是突显高档、健康和招待客人、休闲食用、送礼等需要。

3、购买渠道

时尚女性：K/A类商超、酒吧、迪吧、KTV吧、炼歌房、电\_\_、歌剧院、休闲场所、俱乐部、写字楼、餐厅、健身中心、饭店、宾馆、景点、公园、车站、马头、飞机场。

家庭妇女：休闲场所、餐厅、健身中心、饭店、宾馆、茶楼、景点、公园、车站、马头、飞机场。

**怎样做推广策划方案5**

一、产品概况

休闲食品的最主要卖点其独特美味或者给予消费者美好休闲享受而不是补充营养的东西。休闲食品主要有三种消费特征：风味型、营养型、享受型、特产型，消费者涵盖全部人群：儿童零食、青少年享受、成年及老年人暇趣等。作为一个大的且快速膨胀的市场，中国休闲食品市场有如下几个特点，也是休闲食品的几个主流方向：

(一)越来越贴近人的饮食习惯和心理，要适口

1.带汤汁的，便于咀嚼，利于下咽和消化的，如将薯片与矿泉水捆绑销售。

2.满足求新、求变心态，人的味蕾要不断的以新的滋味的或口感的刺激中才可以保持持续的满意。

3.健康，尽管消费者对这一点不十分明确，但在其购买决策的诸影响因素中却很重要，消费者会对食品的功能性有一定需求，基于不同的功能成为市场细分的前提。

(二)从人的购买和消费习惯与心理来看，要赏心、悦目、满足支配心。

1.方便性，卖点要近，购买过程要体现休闲的概念。

2.时效性，满足其心血来潮的非理性需求。

3.可观性，休闲是一个全面的概念，不但要好吃还要好看，试问卖场里哪里最靓?散装产品区。

4.参与性，每个人都有支配欲，好吃好看再好玩就更酷了。

二、市场环境分析

1、休闲食品行业环境现状

上个世纪从90年代开始，洋休闲大举进入国门，历经10年，休闲食品市场发生了翻天覆地的变化。仅饼干一类\_\_年就达到150万吨，全年销售收入在150亿以上，年环比增长18.25%。近几年，我国休闲食品行业发展速度较快，受益于休闲食品行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，休闲食品行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。

2、网络消费者分析：

(1)网络用户分析

随着互联网络的普及，越来越多的人加入了网民的行列，截止到\_\_年3月份为止，中国的5910万网民，仅半年间我国的互联网络用户就增长了1330万。网民中18-24岁的年轻人所占比例，达到37.3%，其次是18岁以下(17.6%)和25-30岁(17.0%)，网民在年龄结构上仍然呈现低龄化的特点。网民中学生所占比例最多，达到了28%。

(2)网络购物消费的迅速传播

随着互联网的普及，网上购物逐渐成为人们的消费方式之一。网上购物有安全，方便，快捷的特点，是未来发展趋势。当前，网上购物的服务模式主要有两种：c2c平台，即个人与个人之间的.电子商务，即个体商户对消费者的模式;b2c平台，是商家与个人之间的电子商务，即企业(或单位)对消费者的模式。

3、休闲食品特征分析：

①年轻消费群体崛起。

②健康食品居于主导地位。

③休闲食品的种类不同，受欢迎的程度有很大的不同。

④高收入家庭成为休闲食品消费主流⑤产品更新速度快。

三、休闲食品顾客群体分析

少年儿童和年轻女性是目前休闲食品的主流消费人群。对应分析显示，目前时尚食品尤其是休闲食品，不再是孩子们的专利，成人尤其是年轻女性已成为主流消费人群。调查显示，高中/中专及大专学历、18岁~24岁的年轻女性是引导时尚食品消费的主流群体，她们在购买食品时喜欢购买更为时尚的品牌;相反，31岁~35岁年龄段的男性群体则对于时尚食品不大感冒。

四、网络营销盈利模式

1、传统的网络营销盈利模式：建立企业产品网站;在网络的商务平台开设网店;网络广告推销等。

2、新的洐生盈利模式：博客营销，微博推广，与大型的团购网站合作等等。

五、4p营销组合

1、针对产品方面：树立休闲食品的健康品牌，积极推广绿色有机零食。

2、针对渠道方面：

(1)在各销售平台开设网络商店。

(2)建立微信公众服务号，推出并介绍对应的商品。

(3)建立微博，推广有益可口的休闲零食。

(4)与大型的团购网站合作，开展低价团购活动。

3、针对价格方面：

(1)折扣活动。

(2)定时定量竞拍。

(3)积分兑换活动。

4、针对促销方面：

(1)免费试吃活动。

(2)微信大转盘抽奖活动。

(3)微信休闲食品知识问答。

style=\"color:#FF0000\">怎样做推广策划方案

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！