# 零食市场营销策划方案范文

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-02-01

*当我们走进超市就会看到许多休闲食品琳琅满目，包装新颖、时尚，而消费者的购买更是络绎不绝。休闲食品正在逐渐升格成为百姓日常的必需消费品，随着经济的发展和消费水平的提高，消费者对于休闲食品数量和品质的需求不断增长。那么方案该如何策划呢?下面是小...*

当我们走进超市就会看到许多休闲食品琳琅满目，包装新颖、时尚，而消费者的购买更是络绎不绝。休闲食品正在逐渐升格成为百姓日常的必需消费品，随着经济的发展和消费水平的提高，消费者对于休闲食品数量和品质的需求不断增长。那么方案该如何策划呢?下面是小编为大家整理的精彩内容，希望大家能够喜欢。

**零食市场营销策划方案1**

一、营销策划的目的与任务：

本次策划是一次网络营销的策划，目的在于使休闲食品在网络上顺利推出市场，在琳琅满目的休闲食品网络市场获得更多的市场占有率，从而赢得消费者的青睐，获得更大的企业利益，在网络上得到广大网络消费人群的认可。

二、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。即“食、色、性”

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;

三、市场环境分析：

1、休闲食品行业环境现状

2、网络消费者分析：

(1)网络用户分析

(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

四、休闲食品顾客群体分析

五、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。

六、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(暂未实现)

(2)建立博客，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

**零食市场营销策划方案2**

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、电影院、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。

**零食市场营销策划方案3**

一、市场分析

1、目标群体

从该店的经营品项可以看出，该店以炒货、糖果、干果、坚果、蜜饯这些为主，主营零嘴的食品，消费这些产品的主要客户为女性。而该店地处大学校园边，因此，可以判断该店的主要目标消费群体为在校的女大学生。

2、目标群体分析

该店的主要目标群体为在校的女大学生群体，该群体对零食比较钟爱。从经济上分析，该消费群体没有固定收入来源，消费能力比较低，因此过高的价格会制约该群体的消费，物美价廉是其选择的主要标准，对于喜爱的零食往往喜欢小额多次购买。从消费习惯来看，该群体往往喜欢成群结队一起去逛街以及购物，群体性特征比较显著。从校园的特殊环境分析，受学校上下课的约束，该群体消费比较集中的时间基本为中午午餐时间和晚餐过后。

另外，由于大学每年都有新生入校以及毕业生离校，因此，每年都会有新增的消费客户和流失的客户。新生在进校初始，在购买同类零食时，并没有目标性的选择哪一家的商品，随意性较大。

3、竞争环境分析

受经济利益影响，周边已经有2家同类的商店开业参与竞争。同业竞争的影响，导致该店的销售额明显下滑。受大学特殊环境的影响，每年的新增的消费群体在购买同类产品的随意性，造成了不管是新店还是老店，面对这一群体都是站在同一个起跑线，存在同样的竞争优势。

二、营销策略细化及具体操作

1、将产品按照一定规格进行包装

出于目标消费群体消费能力以及便携性的考虑，建议将产品进行量化包装。假设，以200克为标准，进行包装，定价x元。包装的转变，一方面比较迎合消费者的消费习惯，为消费者提供了便利性，另一方面，将产品进行包装，可以提升产品的质量和美观度，而且也能增加商家的利润空间。同时，包装的转变，也为后续的营销活动提供了条件和便利性。

2、针对新客户：采用“试吃”方式，吸引新客户

由于大学特殊环境的影响，造成新老客户的新旧交替，因此，要提升营业额就必须抓住每年的新增消费群体。由于新来的大学生群体对整个环境的陌生，造成了消费上的随意性，因此必须利用一些因素来吸引着部分客户前来消费。个人建议，利用“试吃”的方式，来吸引这些客户。对于“试吃”，很多店都有这种做法，但只是在客户前来询价的时候才有此举动，并没有公开操作。对于新进入校园的新生，打着“试吃或者免费品尝”的幌子(有条件的话，可以做一个x展架或者宣传海报，摆设在店中显眼位置)，让客户可以一眼直接看到，能在很大程度上吸引其前来试吃和体验。“试吃”提供的不仅仅是让客户品尝产品的味道，了解产品，更多的是打消新客户对于陌生环境的一种顾忌心理(有的地方，一旦客户询问就必须强制购买，因此，新来人员对于陌生环境多多少少会有所顾忌)。

如果有条件的话，在做试吃的时候，可以专门开设一个区域，并提供一次性的竹签或者其他餐具，以便客户使用和品尝。既可以达到吸引客户的目的，又可以提升该店的形象。

3、针对目标群体的作息时间，安排促销活动

根据学生群体的作息时间，可以看出，午餐过后时间段和晚餐过后时间段是学生群体比较集中的时候。可以根据学生的作息时间，在人员比较集中的时间段安排的一些促销活动，提升营业额。

(注：促销活动若要加大效果，店主可以加大赠送力度，并设置一个人数限制。)

通过赠送的方式，属于间接的价格策略，并且量化的包装，能保证产品更高的利润，能够保证赠送不至于降低利润。通过赠送，一方面可以稳住产品的价格，避免直接的价格竞争，另一方面，也能迎合客户的便宜实惠和贪小便宜的消费心理。

4、针对节假日，安排促销活动

对于比较重大的节假日，可以适当的安排促销活动。比如中秋节，选择在节日当天，迎合消费群体的作息时间，在原先安排的中午和晚上促销时间段，在原来赠送的前提下，赠送月饼1块。

三、其他建议

店主可以通过渠道的建设，加大产品的销售。具体如下：

餐饮店合作。将产品(炒货)铺进餐饮店，作为餐前小蝶。

采用批发形式，将产品铺进校园内的零售店。

针对校园集体聚会等，开设一个批量采购优惠服务(假设第一次给予9折优惠，第二次给予8.5折，第三次给予8折优惠，采用步步吸引的方式，牢牢吸引住客户)。

**零食市场营销策划方案4**

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[\_TAG\_h2]

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！