# 202\_营销策划方案优秀范文

来源：网络 作者：繁花落寂 更新时间：2024-02-02

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。今天小编整理了20\_营销策划方案优秀范文五篇供大家参考，一起来看看吧!20\_营销策划方案1(一)行业分析一个新行业的诞生，人们对它的认识都需要一个循序渐进的过程...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。今天小编整理了20\_营销策划方案优秀范文五篇供大家参考，一起来看看吧!

20\_营销策划方案1

(一)行业分析

一个新行业的诞生，人们对它的认识都需要一个循序渐进的过程。正如上世纪九十年代股票刚刚问世的时候，中国大陆大多数人甚至一些专家学者对它持怀疑的态度，认为股票是资本主义的事物，肯定不是什么好东西。对于公司发行股票，甚至一些国有企业给员工派发股票的时候，大部分人认为这是骗人的东西，就像是洪水猛兽唯恐避之不及。但是，也有部分先知先觉者，或者说敢于吃螃蟹的人，大胆的加以购买和投资，当这部分投资股票的人逐渐赢得了高额的收益的时候，人们才逐渐接受并大胆投资。于是，逐渐就产生了一批投资股市的投资者----股民。在股市大盘疯涨的几年中，甚至疯狂到全民炒股的程度。人们发现股市本身无所谓好坏，也无关姓知姓社，原来资金可以在股市上流通后，融资方和出资方是可以共赢的。这样，就产生了巨大的经济效益和社会效益。

处在金融市场逐渐发展的今天，作为国家层面大力支持黄金投资同样面临市场导入初期的争议和讨论。同样，有投资者对投资黄金怀疑，想做投资心理却又担心。担心是因为惧怕风险，惧怕的原因是源于无知。换句话说，投资者对“炒黄金”这种在国内刚兴起的投资品种的不了解。这就需要我们这类型公司的参与并多给投资者讲解，多做宣传，让投资者用科学的、理性的眼光看待黄金投资，从而避免产生不必要的恐慌和担心.

(二)市场分析

20\_\_年，中央赋予天津滨海新区的先行先试政策给贵金属市场的设立提供了决好的契机，在天津设立贵金属交易市场，是对我国交易市场体系的补充，也是对我国金融资本市场体系的完善，有利于规范和引导场外黄金交易市场发展。

这是国家政策的支持，可是对国内的各参与方来说是新事物，因为它开创了国内金融投资领域的先河。它与其他诸如股票等投资理财产品不同，而是结合了股票和期货的各自优点，并弥补了它们各自的缺点的一种新型投资理财产品，在部分人眼中目前看来是具有争议性的，可是事实证明它的生命力又是那么的强。为什么人们愿意来讨论，而且也有人愿意来参与，这说明他们是愿意也希望这个行业发展起来的。对于期盼，我们要不负众望，继续努力;对于批评，我们要虚心听取，努力改进和完善。这样才有利于问题的解决，才能够进一步推动整个贵金属行业的发展。

在国外已经发展成熟的贵金属投资市场，在国内还属于这个市场的导入期，但是，才经过短短两年的发展，发展的速度却是惊人的，但是，暴露出来的问题也不少。这个行业是否能够健康发展，在交易所主导下如何引导和规范发展具有极其重要的作用。怎么做到规范发展，引领贵金属市场的繁荣、稳定，还需要所有从业人员共同努力等到大家都熟悉黄金投资市场，并参与到其中获得巨大收获的时候，很难说可能会出现全民炒黄金的现象。

(三)竞争对手分析

根据近期对天津市同行业公司的调查，现阶段统计天津市各类投资咨询公司约有210余家。遍布在天津市的各各区域，其中以和平区，河西区以及塘沽区居多。主营的业务为天通金、上海黄金延期T+D、伦敦金、纸黄金、以及一些地区黄金品种等。

近期天津市工商银行与山东金创投资公司合作，在天津市大面积宣传上海黄金延期T+D业务，并通过今晚传媒中心进行宣传，3方面强强联合将“藏金于民”的理念进行推广。其他稍微有实力的公司也在积极的和银行进行接触，打算以银行为依托，公共媒体为介质，在天津市范围大力推广现货黄金电子盘交易的相关业务。

一些天通金的做市商，也已经通过各种公共媒体进行渠道的开发。在各大财经网站以及各种门户网站发布广告，在全国范围内招聘代理商，返佣非常优厚，所以发展的很迅速。

还有一些公司通过和一些高档的娱乐场所，比如说高尔夫球场、高档车的4S专卖店、高档健身会所、高档社区等建立合作关系，获取优质客户信息，然后通过举办高档的理财沙龙挖掘客户。

黄金市场正处在高速的发展期，竞争对手都在不断的通过不同的渠道开发客户，我们只有通过员工的不断努力，公司提供不断的支持才能在这个市场站稳脚跟，继而做大做强。

(四)未来三年销售目标

在未来的3年中，首先20\_\_年公司刚刚起步，是公司制定整体发展方向的一年，20\_\_年要以公司稳定发展为基础，在天津范围内展开大面积的宣传活动，为后两年的工作打好基础。未来3到5年中，我部门会通过各种营销渠道，以天津市为中心，并不断向周边城市开展业务，现制定未来3年的销售目标如下。

20\_\_年入金量1200万元人民币。

20\_\_年入金量1500万元人民币。

20\_\_年入金量20\_万元人民币。

预计每年入金量以25%-30%左右的速度增长。

(五)20\_\_年销售目标

(六)目标市场

首先，我们将目标市场的定位定在对投资有兴趣的人，或者已经有过各类投资经验的人。其次，一定是要有一定经济实力的人，在投资市场中，承担不起风险的人也是赚不到钱的。所以我们的目标市场就是定位在高端市场，在公司的起步阶段，以有限的人力去开发，维护优质客户，以保证公司的初期运营情况。目标客户：能承担一定风险，并对市场比较了解的投资者。已有过投资经验的人为优先选择，例如股票，期货，基金的投资者等。

(七)营销计划

营销计划分三个阶段完成，最终的目标是要在天津市场站稳脚跟，并不断向周边的城市进行扩散，逐步完成销售目标。

(1)长期计划：在未来的3-5年中，在金融业内创出公司的品牌，在天津市地区做成业内的龙头企业。

(2)中期计划：在未来1-3年中，不断补充人力资源，从一个部门扩充到3个部门，每个部门10-15人，销售额翻番。

(3)短期计划：完成20\_\_年的销售目标。

(八)营销策略

为了完成制定的销售目标，我部门会采取多元化的销售策略，充分发挥每一位员工的自身优势，除了部门统一安排工作以外，根据每个员工的偏好进行侧重培养。

(1)业务策略

a)电话营销策略：通过个人渠道取得高端客户的电话号码，让员工进行电话营销工作。

b)陌生拜访策略：在高档社区，或者商业中心进行问卷调差，收集准客户的信息。

c)网络销售策略：培训员工进行网络销售，根据个人特长，爱好加入不同的群，逐步进行网络营销。

d)缘故发展策略：让每一个员工把工作当成一份事业，让他们跟所有认识的人进行分享，让更多的人了解现货黄金这个行业。

e)合作商、合作社区策略：不断发展高档社区和各种商业单位作为合作方，在社区内举办产品说明会，以社区为中心逐步扩大公司的影响力以及品牌效应。

f)发展合作伙伴策略：发展每一个认识的人作为业务员的合作伙伴。(猎鹰计划)

(2)广告宣传策略

公共媒体宣传策略：增加在公共媒体的宣传力度，增加企业的知名度，媒体的种类很多，包括报纸、杂志、电视、广播、传单、户外广告等。

20\_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。

20\_营销策划方案3

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。

20\_营销策划方案4

一、网络推广的优势：

1、迅速的推广品牌。

网络推广的重要任务之一就是在互联网上建立并推广企业的品牌，知名企业的网下品牌可以在网上得以延伸，网络品牌建设是以企业网站建设为基础，通过一系列的推广措施，达到顾客和公众对企业的认知和认可。在一定程度上说，网络品牌的价值甚至高于通过网络获得的直接收益。随着网络化进程的推进，网络推广品牌的速度更是惊人!

2、节省各项费用。

网络推广节省了原来传统市场营销的很多广告费用，而且搜索引擎的大量使用会增强搜索率，一定程度上对于中小企业者来说比广告效果要好。

3、网络广告的发展。

网络推广没有传统推广模式下的人员促销或者直接接触式的促销，取而代之的使用大量的网络广告这种软营销模式来达到促销效果。这种做法对于中小企业来说可以节省大量人力支出、财力支出。通过网络广告的效应可以与更多人员到大不了的地方挖掘潜在消费者，可以通过网络的丰富资源与非竞争对手达到合作的联盟，以此拓宽产品的消费层面。网络推广还可以避免现实中推广的千篇一律，可以根据本企业的文化，以及帮助宣传的网站的企业文化相结合来达到的推广效果。

二、网络推广总体策略阐述：

利用网络传播范围广、传播速度快、交互性强、受众群体多样等的优势。通过搜索引擎排名、网站广告置换及链接交换、网站优化服务、网站访问量分析、主动式网站推广、水印推广以及在各大门户网站进行软文推广，在博客、论坛、同时提问网站等关注高的网民聚集区进行博文宣传、话题炒作;加之一系列网络主题活动等系列网络推广形式的开展，在程度上让受众了解到企业的品牌优势，关注企业信息，达到品牌推广，提升知名度，促进销售的目的。

三、网络推广策略细节：

(一)SEO优化

1.合理安排网站内容发布日程是SEO优化的重要技巧之一

因为搜索引擎喜欢有规律的网站内容更新。

2.向各大搜索引擎登陆入口提交尚未收录站点

在搜索引擎看SEO的效果，通过site:你的域名，知道站点的收录和更新情况。通过domain:你的域名或者link:你的域名，知道站点的反向链接情况，更好的实现与搜索引擎对话。

3.使用与关键字相关的文章标题

如为企业品牌写宣传软文的时候，那么一定要在标题中将企业品牌名称设为关键字，因为越具体的关键字，搜索效率越精准。

4.在文章正文中使用关键字

一定要在正文开始某处使用至少目标关键字。这将会把那些仍然钟爱于旧式“decription元标签”的搜索引擎机器人吸引过来。

5.在标题和粗体字中使用关键字

搜索引擎非常喜欢你有目标地展示关键字。在strong或h1,h2,h3这些标签中使用关键字可以帮你获取搜索引擎的关注。

(二)官方网站建设推广方式：

1、全面登陆搜索引擎法

通过确定网站关键词、登陆各大门户网站搜索引擎、注册网络实名、企业实名、行业实名等方法大范围的传播企业信息。

2、门户网推广法

在各大门户网站，进行软文推广，刊登宣传软文。

3、博客推广法

在各大博客网站开通多个博客，发布宣传企业官网的博文，一定数量的发布量，做到及时更新，提升关注度。

4、论坛推广法

在各大社区论坛上注册多个ID，参与论坛讨论，巧妙发布网站宣传贴，引起关注。

5、提问网推广法

通过在各种知识搜索引擎中，注册多个ID发布专业性问题，再回答问题，提升点击率，在解答专业问题的同时，顺势将企业官网宣传信息传播出去，达到推广目的。

6、贴吧推广法

在推广的贴吧内注册大量ID，以大量发帖，灌水形式，把宣传信息大范围传播出去，以量变来促成质变的形成。

7、QQ群推广法

通过添加相关QQ群、QQ群资源共享、QQ群邮件发送、自建QQ群贺卡、开通QQ群空间等形式，发布企业官网相关信息，扩大信息传播面。

20\_营销策划方案5

一、以客户为中心，做好结算服务工作。客户是我们的生存之源，作为营业部又是对外的窗口，服务的好坏直接影响到我行的信誉

1、我行一直提倡的“首问责任制”、“满时点服务”、“站立服务”、“三声服务”我们将继续执行，并做到每个员工能耐心对待每个顾客，让客户满意。

2、随着金融业之间的竞争加剧，客户对银行的服务要求越来越高，不单单在临柜服务中更体现在我行的服务品种上，除了继续做好公用事业费、税款、财政性收费、交通罚没款、bsp航空代理等代理结算外，更要做好明年开通的高速公路联网收费业务、开放式基金收购业务、证券业务等多种服务品种，提高我行的竞争能力。

3、主动加强与个人业务的联系，参与个人业务、熟悉个人业务以更好为客户服务。虽然已经上了综合业务系统，但因为各种各样的原因还没有能做到真正的综合，是我营业部工作的一个欠缺。

4、以银行为课堂，明年我们将举办更多的银行结算办法讲座，增加人们的金融知识，让客户多了解银行，贴近银行从而融入到我行业务中。

5、继续做好电话银行、自助银行和网上银行的工作，并向优质客户推广使用网上银行业务。

二、强内控制度管理，防范风险，保证工作质量。随着近年来金融犯罪案件的增多，促使我们对操作的规范、制度的执行有了更高的要求

1、督促科技部门对我营业部的电脑接口尽快更换，然后严格按照综合业务系统的要求实行事权划分，一岗一卡，一人一卡，增强制度执行的钢性，提高约束力。

2、进一步强化重要环节和重要岗位的内控外防，着重加强帐户管理和上门服务。

3、进一步加强会计出纳制度，严格会计出纳制度的执行与检查，规范会计印章和空白重要凭证的使用和保管。

4、重点推行支付密码器的出售工作，保证银企结算资金的安全，进一步提高我行防范外来结算风险的手段。

5、规范业务操作流程，强化总会计日常检查制度以及时发现隐患，减少差错杜绝结算事故。

6、切实履行对分理处的业务指导与检查。

7、做好会计核算质量的定期考核工作。

三、以人为本提高员工的全面素质。员工的素质如何是银行能否发展的根本，在目前人员流动频繁的情况下我营业部急需要有一支高素质的队伍

1、把好进人用人关。银行业听着很美，其实充满竞争和风险，所以到我营业部需要有一定的心理素质和文化修养。在用人上以员工的能力且要能发挥员工潜能来确定适合的岗位，从而提高员工的积极性。

2、加强业务培训，这也是明年最紧迫的，现已将培训计划上报人事部门，准备对出纳制度、支付结算办法、综合业务系统会计制度、新会计科目等基础知识以及各种新兴业务进行培训。

3、在人员紧张的情况下仍要加强岗位练兵，除了参加明年的技术比武更为了提高员工的业务水平。

4、勤做员工的思想工作，关心鼓励员工，强化员工的心理素质。

5、有计划、有目的地进行岗位轮换，培养每一个员工从单一的操作向混合多能转变。

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！