# 自媒体个人营销方案范文(优选11篇)

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2025-01-22

*自媒体个人营销方案范文 第一篇第一章、行业前景及投入A.经营范围待选名称：某某装饰工程有限公司经营涉及：公共场所，办公楼，工厂厂房，宾馆、酒店，歌舞厅，高端别墅公寓装饰，店面装饰等装饰业务B.市场空间亳州各地区及(县)市，发展壮大后可以开拓...*

**自媒体个人营销方案范文 第一篇**

第一章、行业前景及投入

A.经营范围

待选名称：某某装饰工程有限公司

经营涉及：公共场所，办公楼，工厂厂房，宾馆、酒店，歌舞厅，高端别墅公寓装饰，店面装饰等装饰业务

B.市场空间

亳州各地区及(县)市，发展壮大后可以开拓周边城市市场乃至全国市场

C.发展前景

亳州市是安徽省省辖市，地处苏鲁豫皖四省结合部，黄淮平原南端，西北与河南省接壤，西南与阜阳市毗连，东与淮北市、蚌埠市相倚，东南与淮南市为邻。其良好的地理环境，有得天独厚的发展空间。当然，所有行业的发展都离不开最基本“住”的需求，前提也就要发展基础建设，这就为建筑装饰带来了极大的市场。

D.市场现状

亳州的装饰公司发展速度比较迅速，多家公司中无资质公司主要目标市场为家庭室内装修，竞争体现为价格战，有资质公司主要涉足范围为百万以上大型工程，专门针对百万以下办公楼，工厂厂房，宾馆、酒店，歌舞厅，店面装饰工程等业务的还很少，所以亳州还有很大的市场，主要经营市场可锁定10-100万的工装工程：办公楼，工厂，宾馆、酒店，歌舞厅，店面等;

E.人员投入(概算)

业务营销-设计师-造价员(由设计师做预算可省略预算员)-材料员-项目经理-工程监理/质检员-客服-财务人员：

1.业务营销部 2-4 人

2.设计部门 3- 5 人

3.工程部 2-3人(材料、施工、质监)

4.财务 1人(或财务外包)

F.硬件投入(概算)

1.办公用房-房租

2.办公桌椅 7-10套

3.文件柜4个

4.电脑6-10台

5.激光打印传真两用机一台

**自媒体个人营销方案范文 第二篇**

技术、内容、商业模式、玩法等各方面的变化层出不穷，但媒体平台的核心价值始终不变。

崔莉莉

搜狐公司销售副总裁

崔莉莉女士自20\_年起担任搜狐公司销售副总裁，她主要负责全面管理搜狐媒体及搜狐视频平台的广告营销业务，在新商业模式、商业产品以及营销解决方案领域推动变革与创新，带领团队服务品牌客户及成长型企业，通过整合、高效的数字营销助力品牌成长。崔女士于 20\_年加入搜狐公司市场部，后在搜狐公司销售部担任高级职务。崔女士毕业于中央民族大学新闻专业，获得学士学位，后就读于美国德克萨斯大学阿灵顿商学 院，获得EMBA学位。

20\_年，搜狐营销已然变得更智慧、更前瞻、更整合、更全面：“更智慧”指搜狐的智能化大数据，其优势在于通过大数据的追踪可迅速为企业主捕捉到目标用户，把握用户的消费需求、心理偏好，以使总体营销效果达到最优化；“更前瞻”指搜狐一方面着力打造超级IP引领消费需求，一方面在新技术领域持续积累，使得“扫一扫”、AR、VR等新技术应用实现成熟规模落地；“更整合”指搜狐横跨视频、资讯和直播等多个领域，在内容、数据、流量、入口、技术等层面实现了全方位深度整合；“更全面”则是指在内容创造、交互体验及精准技术这三个维度的全面能力，让搜狐助力企业轻松搞定不同阶段的营销挑战。

如今的搜狐已成为一个多元化、立体式的整合媒体平台，其横跨视频、资讯、直播等多个领域。多形态产品矩阵覆盖六亿以上用户，具有绝佳的流量基础；后台用户数据及内容库全部打通共用，为搜狐有效整合用户体验提供巨大保障。搜狐还通过打造“多赢”平台帮助自媒体和品牌联合创造内容，实现商业变现。此外，汇算平台还可针对成长型企业和区域商家的精准营销需求提供解决方案。

20\_年，搜狐还将利用技术和资源持续优化各类平\_和产品：首先是新的商业合作平台“多赢“，随着企业与自媒体的商业合作需求日益高涨，搜狐提供多赢平台对接自媒体服务与企业营销需求。多赢平台以透明、开放和系统化的方式，打通搜狐、自媒体和企业的商业合作环节，实现企业的多样化营销需求。其次是创新技术型应用，例如扫一扫、AR交互、直播、VR全景等的升级运用及组合应用。媒体资源方面，搜狐基于资讯、视频、直播等多个产品平台，还将精耕多样化的媒介形式，提供最为丰富的传播形式选择。

20\_营销关键词

内容、新广告

优质内容将重获新生，但其展现形式将更多借助于新技术、带来新体验。同时，企业对于“营销效果”的评判标准将被改变，可衡量的转化是效果，不可完全衡量的影响力也是效果。

广告将变成“新广告”，其体验将超越软植和原生。新广告的用户体验更加友好、内容被用户所需要，新技术和新媒体形态给用户带来惊喜，从而强化用户的内容消费体验。

20\_营销感悟

最大的感悟是整个营销领域的“变化与不变”。技术、内容、商业模式、玩法等各方面的变化层出不穷，但媒体平台的核心价值始终不变。搜狐在广告形态上快速变化以响应市场需求，但是在媒体价值方面依然坚守本质：真实可信、尊重体验、推陈出新、敏捷快速。

案例工具书

第一个案例是“博士伦”贩卖机案例。用户通过线下自动贩卖机大屏，获取免费验光及试戴体验券并可二次传播，形成多触点O2O跨域营销效果，并将用户的空闲购物时间充分利用、丰富了贩卖机的用户体验。

另一个案例是搜狐为京东在618电商节与双11营销节打造的AR情境化营销，在新闻阅读场景下巧妙嵌入营销交互环节，通过AR、扫一扫等新技术来丰富用户体验、延长用户与品牌的有效交互时间。这两个案例都验证了：以用户为中心，通过新技术来创造更丰富的体验，最终带来品牌与用户之间真正深度的、可感触的全新交互，广告体验和用户消费体验已经融为一体。

**自媒体个人营销方案范文 第三篇**

1、关于交换链接

2、关于论坛发帖推广

3、关于即时通讯推广

腾讯QQ、MSN、新浪UC都是很好的宣传方式，为了提高效率，最好就是利用群组来宣传。多加入一些和整形或者女性健康相关的群组，在群组中宣传医院。再次，就是考虑所发的内容，尽量的吸引人，而不是单纯的发广告，否则很容易被忽视。有条件的话我们可以自己建立几个和整形或者女性健康相关的qq群，吸引女性朋友加入，然后在群组中宣传医院，这样的话我们会更主动一些，宣传效果也会更好一点。

4、关于邮件推广

5、关于博客推广

在出现的时代，利用博客推广无疑是我们宣传丽人妇科医院的一个很好的途径。博客推广应从以下两点展开：

**自媒体个人营销方案范文 第四篇**

新的一年，新的起点，运营管理部将紧紧围绕旅客吞吐量550万、货邮行吞吐量万吨的工作目标，认清形势，理清思路，落实责任，扎实推进各项运行保障工作。

针对运管部的部门职能、资源配置实际，今年部门将把“三思三创”活动融入并贯穿于我部的日常工作中，在“理念”、“意识”、“能力”、“成效”四个方面下功夫，力争圆满完成机场布置的各项任务。

一、以“穿针引线”理念搭平台培养和树立两个意识

运营管理部的职责可以概括为“统筹、协调、监督、指挥”八字。重点在于板块内外的沟通协调，关键在于板块各部门的运行顺畅、有序，进而促进板块运行效率和服务质量的提升。要做好这些工作，就要在梳理好层层关系的基础上，进行“抽丝剥茧”，将板块各单位之间、机关职能部门与板块各单位之间、板块与其它单位之间串连、协调起来，运用“穿针引线”的理念，以全局视角，统筹协调促进各项运营保障工作。

一是要牢固树立全局意识。从全局看问题，从大局想问题，服务全局，服从大局。主动加强与各保障单位、驻场单位的协作配合，事事、时时、处处为旅客、货主、航空公司着想，加强沟通协调，密切配合，积极主动，全力抓好运营保障，为机场战略实现和长远发展出谋划策。

二是要树立真情服务意识。就是在充分调研的基础上，争取做好领导的参谋助手，替领导担当、为领导分忧，认真履行领导下达的任务。其次，为板块内各单位、板块全员服务，首先要做好各类信息的上传下达。从明确优质服务的标准，要求领导干部以身作则，注重员工培训，关心员工日常生活，制定合理的奖惩措施等五方面逐步培养树立良好的服务意识，努力提升整体的服务层次和水平;其次，通过走访、调研、撰文等途径和方法，寻找容易被忽视的问题，探索相应的解决办法;第三引入督办制度，及时收集各有关单位对机场下达各项任务的执行落实情况或未能落实的原因，并建立跟踪抽查机制，督促整改责任落实到位，使板块的安全保障有实实在在的效果。

二、尝试施行绩效考核全面提升科员的三个能力

今年，我部将在总结以往经验的基础上，以绩效考核为抓手，不断提高干部员工的工作效能和工作标准，增强全员风险意识和责任意识，转被动管理为自动自发，在提升干部员工的三个能力(系统思维能力、挖掘并解决问题能力、指挥协调能力)上下功夫。

在绩效考核方面:

一是科学合理设置考核指标。考核的各类指标必须紧密结合实际，细化量化到日常工作流程和工作标准中，突出工作重点，合理分配考核权重;

二是树立危机管理意识，逐步将危机管理理念和工具导入日常工作保障中，全面动员和解释绩效考核的意义，统一思想，避免员工的抵触情绪;

三是建立绩效信息的定期发布和分析制度，及时收集、定期分析发布绩效考核信息，树立全体人员的绩效理念，巩固和加强工作基础;

四是严格考核兑现，通过年度绩效考核评估，把评估结果与干部员工管理规定对接，兑现并保持考核的严肃性、持续性。

以绩效考核为抓手，着重推进三个能力建设:

一是系统思维能力，即坚持立足整体、统筹全局、把握规律，对板块的决策、监督、执行系统进行优化整合，跳出板块看板块，建立健全制度体系，力争使板块运行呈现出最佳态势;

二是挖掘并解决问题能力，即按照“三思三创”主题实践活动，以“五找八问”为载体，对照标准查不足，深入发掘板块安全服务和运行保障上所存在的问题，从机场与板块的实际情况出发，充分利用板块内外各种资源，制定解决问题的实施方案。同时，要善于收集板块各单位对实施方案的反馈，针对反馈的信息对相关板块运行制度加以修改和完善，使之更有效地为机场和板块服务，此外，要积极探索部门在服务板块建设、板块发展中存在的难点，收集机场职能部门与板块内各单位对安全服务保障方面的诉求，然后综合两方面，寻求体制机制上解决的途径，形成部门日常运作管理机制;

三是指挥协调能力，即在总结以往经验的基础上，统筹兼顾做好各项协调指挥工作，做好安全关口前移，做到风险预警、风险防范，防止临阵磨枪，使协调指挥工作的流程和程序更为合理。

三、细化流程、注重培训实现四个进步

指导实践的基础工作是规章、程序和制度，作为薄弱环节的基础建设仍是我部20\_\_\_\_年的工作重心:

一是要继续修订完善规程，以9000年审为契机，以流程、程序再造或改进为突破口，对涉及的制度、工作规程、操作流程进行优化和量化，做到将安全责任和目标管理细化到日常工作的各个环节，并定期开展规章体系的符合性修编，以适应不断变化的突发情况和不断完善的保障体系，实现安全工作的闭环管理;

二是注重培训，强化日常管理和监督，重点突出细节管理和全过程的有效监督，规范培训和考核机制，在关键业绩上、主要任务上突出量化，逐步实现考核的全面化、常态化和规范化。

以务实、精细化管理为主旨，以安全顺畅优质为目标，力促四个成效:一是运营管理有突破;二是安全保障有进步;三是统筹兼顾有成效;四是办事效率有提高。

四、扎实抓好党建和思想政治工作。

充分利用我部人员的结构优势，发挥虚职人员资历老、经验丰、党员覆盖面广的特点，开展党建和思想政治工作。紧紧围绕本部中心任务，通过责任和制度并重，努力消除老同志的“短期思想”;通过谈心检查兼下，努力促使老同志的观念转变;通过落实党建责任制，规范支部各项工作，严格党员教育管理;通过精细帮扶，进一步做好入党积极分子培养考察工作，努力为党组织输送新鲜血液;通过德建先行，制度配套，努力保持党员干部的廉政防线。

**自媒体个人营销方案范文 第五篇**

一、微营销立体推广

1.微营销之粉丝增加计划

\_\_\_\_年在全体我司家人的努力，微信的粉丝数量已达到1200人。微信推广的主体是客户群体的推广。20\_年微信粉丝增加计划预计达5000人，群体依旧是医疗、美容相关人群。

2.微营销之企业自媒体平台打造

实施方法：

一，微信基础工作

微信作为企业自媒体平台，一对一精准推广模式让我们能更加有针对性的推送新闻。我们微信粉丝群体主要为医疗工作人群，所以新闻更应该具备知识性和专业性。主要以图文新闻、视频资料等媒介，通过微信、微博群发，实现最大化转发传播，打造权威医疗咨询传播平台。

二，客户vip群打造。

**自媒体个人营销方案范文 第六篇**

>一、公司简介

本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。

本公司以生产绿色的产品为主（包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品），创建于20xx年1月，产品一经推出就受到广大市民的好评，现在，本公司已创立了自己的品牌，产品畅销全国。

>二、公司目标

1、财务目标今年（20xx年），力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番（达到3000万元）。

2、市场营销的目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

>三、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。

2、产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。

3、价格价格稍高于同类传统产品。

4、销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5、销售人员对销售人员的招聘男女比例为2：1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

**自媒体个人营销方案范文 第七篇**

网店名称：土老帽绿色食品打造皇冠级原生态店铺

网店域名：

经营人：xx

注册时间：20xx年11月2日

经营范围：肉类美食（罐头）、海产干货（真空）、奶酪乳制品（真空）天然粉制品（袋装）干果果脯（袋装）五谷杂粮（袋装）

>二、形式分析

淘宝交易平台10家店面（拥有信誉度）其它交易平台57家店面（拥有信誉度）

顾客一般情况下光顾绿色食品店情况想有以下几种原因：原因一：要尝试新产品、原因二：对新产品产生浓厚的兴趣、原因三：基于价格便宜追求时尚饮食，购买健康时尚产品

会影响其购买意向的因素：

会影响顾客购买意向的因素有以下几种：因素一：对产品抱有怀疑态度

因素二：价格昂贵、因素三：其他不定因素

SWOT分析

S（优势）

基于价格优廉性、绿色食品的安全性、功能性、营养性、

品种的多样性、方便性、产品的质量保障性、说明详细性、订购方便性、送货快捷性、服务周到性可以快速抵消消费者的购买障碍

W(劣势)

网络店面的竞争激烈机会不容把握，绿色概念普及困难，产品的保质周期较短不宜储藏等诸多因素

O（机会）

基于绿色食品的安全性、营养性、功能性等方面的优势，更易把握住消费者的购买欲望

T（威胁）

**自媒体个人营销方案范文 第八篇**

一、 关于店铺运营：

1、运营要点：产品质量无疑在消费者心中无形建立一种信任，对于产品质量当然是关键，还需要有美观的形象出现消费者眼前，对于页面设计需要更加美观大方。需要练好内功的基础上，把握住有利的资源，更为重要，现在买家越来越成熟理性，我们应该在拥有流量的前提下精心做好店铺的内功，再以多渠道的方式引入更多优质的流量，从而提高转化率。跟踪客户会员信息，尽可能多做客户回访，建立会员关系信息。建立口碑回头客。做大型活动前的预告信息通知。

2、营销手法：整体营销策略：集中利用淘宝系统推广方式，发掘潜力热销产品并大力推广，利用热销品拉动整体销售，优化销售各个环节，树立公司形象，尽量避免客服沟通成本，逐渐建立口碑。产品营销设计：产品在整体营销中要有两类，分别是销售拉动型和利润贡献型，销售拉动型要考虑产品购买量，在产品利润上可以做到微利;利润贡献型要考虑到产品品牌、竞争情况等因素，保证整体营销的利润。利用八二原则来说，我们的80%流量是由20%的拉动型产品带来的，而我们的80%的销售业绩是有20%的利润贡献型产品带来的。产品营销分为培育期，成长期、成熟期三个阶段，充分考虑羊群效用，寻找一切可以快速拉动新品销售热度的推广方式，在不同时期实现不同的价值。

4、成长期：是指产品销量稳定并利用客户搜索和直通车可以自然带动销售时，这时期主要工作是巩固产品的推广，并冲击淘宝人气搜索的前十名。

5、成熟期：是指产品处于同类产品的销量前五名，搜索在前五位可以看到，通过搜索的自然流量就可以稳定产品销售，这个时期的主要工作就是改为通过搭配和描述中产品推广来拉动下一拨热销品的销售。提高产品连带，提升客单价。

6、 客户维护策略：对于客户细分为钢丝客户和一般客户，钢丝客户要通过QQ群或者旺旺群等紧密绑定，让他们成为我们新品的首批购买推动者和口碑推广者，一般客户通过定期的邮件或者短信进行营销，吸引客户二次消费。(需要客服人员完成)

7、产品价格营销策略：尽量不进行价格战营销，老客户的打折优惠可使用VIP制度，对所有人价格公平，商城正常销售最低折扣不低于7折 (淘金币、双11大促除外)

店铺装修方面，先解决内部视觉设计为先，页面设计相当重要，应该给予消费者一个清晰明了的页面设计效果，再给予铺垫式的推广手法，短时间内提升知名度，增加收藏量，提升转化率。

三、关于产品与库存问题：

**自媒体个人营销方案范文 第九篇**

电子商务平台团队成员是关系整个项目启动推进和后续运营的关键，需要专人构建。

1、项目负责人：整体运营。

4、后台程序员：实现后台的程序功能。

结合公司现有的电子商务岗位资源进行合理的整合，欠缺岗位需要人力资源进行岗位招聘填充，整体岗位进度在4月中旬到位。

二、电子商务项目定位(第二步)

根据公司两个系列产品的特性和电子商务项目长远发展考虑，需要摈弃现有的单系列产品的电子商务，需建立切实符合两个系列产品的新电子商务平台。 电商域名定位原则——简短、易记、切题，与企业及其产品密切相关。一个成功的域名就如同一个著名的品牌，一个著名的商标，会给企业带来无形的资产价值!

**自媒体个人营销方案范文 第十篇**

掌众凭借超前的产品理念和领先的技术水平，已开发出 M+、APP创意工场、外勤管家等多款移动企业商业应用解决方案，在全国有50多家代理商、10多家战略级合作伙伴，为1000多家企业提供着服务。

经过多年行业深耕，掌众已开发出 M+、APP创意工场、外勤管家等多款移动企业商业应用解决方案，在全国有50多家代理商、10多家战略级合作伙伴，为1000多家企业提供着服务。

8月，掌众在青岛举办“20\_青岛微营销发展论坛”，到场各知名企业老总300多人，更是强势推出 一款投入数百万元研发资金，三年磨一剑的产品——蒲公英 - 微营销云。

M+是一款模板式快速制作手机APP的平台，面向中低端客户群体，客户可以自己选择适用的功能模块来快速创建自己的手机客户端，同时支持Android与iOS两大平台。平台拥有APP制作、内容维护、数据分析三大核心特性，同时配套全面营销支持服务。

外勤管家是帮助企业对外勤人员进行更细致的跟踪管理、任务考核、客户关系维护的辅助系统，是企业不可多得的好助手。

**自媒体个人营销方案范文 第十一篇**

定制内容很重要，准确、创意、跨界不可少

vivo Xplay智能手机精准的抓住了目标人群喜欢音乐，乐于挑战的特点，为他们量身定制了“vivo Xplay吉尼斯世界纪录”营销方案。营销方案的设计者通过大量的调研发现：在目标人群中，大多数智能手机用户除了听音乐外，还都喜欢亲身参与音乐的演奏或演唱。在这样一个大数据的基础上，营销团队决定让目标人群用vivo Xplay智能手机亲身打造一场属于他们自己的Hi-Fi极致影·像盛典，同时还要让这一壮举载入吉尼斯世界纪录——世界最大手机乐团音乐会。

vivo Xplay智能手机找到了223名音乐达人，并邀请了专业的音乐人组成了世界上第一个vivo Xplay智能手机乐团。与其他乐团不同，vivo Xplay智能手机乐团中的乐手都不是专业的乐手，只是音乐的爱好者，他们手中演奏的也不是真实的乐器，而是vivo Xplay智能手机中提供的虚拟乐器。一个由音乐爱好者组成的手机乐团要去做正式演出并且还要打破吉尼斯世界纪录，这件事对于任何人来说都充满了吸引力，尤其对于数码音乐爱好者来说更是梦寐以求的。据悉，vivo Xplay智能手机乐团在北京现代音乐研修学院的演奏大厅一亮相，观众便报以热烈的掌声。演出中许多观众更是掏出自己的手机想要与乐团合奏。当吉尼斯世界纪认证官Charles Wharton向主办方颁发吉尼斯世界纪录认证证书时，全场沸腾了，许多参与者更是落下了激动的眼泪。参与乐手朱谷洋表示：“这是属于年轻人的挑战与骄傲！即使将来我会成为一位著名的乐手可能与无法与我现在的心情相比。”

传播分享渠道在精不在多

近年来，以微博、微信等为代表的社交媒体具有传播快、范围广、影响大的特点，已经成为传播企业信息的重要途径。无论是传统实体企业还是影视剧制作公司纷纷投入重金，建立起微时代营销新模式。

了解受众感受，互动才能更加深入

如今已经进入“微”营销时代，越来越多的企业开始利用微博、微信等社交媒体进行品牌营销。微博、微信营销虽然都已经是老生常谈，但是真正能做好的却又屈指可数。“如何能在营销中精准地找到自己的目标客户群，进而与目标客户群进行有效互动这才是微博微信营销的真正意义所在。而要想达到这个目标的前提是深入了解受众的感受，与受众同呼吸共命运。”参与音乐达人表示，不论是“vivo Xplay世界最大手机乐团”的创意，还是微博、微信朋友圈、自媒体传播渠道的选择和推广方式，都体现出vivo Xplay智能手机对他们这些年轻族群的了解。在这个学习为工作，工作靠拼爹的时代，当年轻人们的梦想和希望一次次被社会不良风气击碎的时候，这个社会需要一件大事来为年轻人打气加油。“vivo Xplay世界最大手机乐团”做到了这一点。“谁说年轻人没梦想？这次吉尼斯世界纪录就是90后的极致追求的最好表现。”此类来自微博上的大量评论表明了年轻人对“vivo Xplay世界最大手机乐团”的反应和喜爱。

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！