# 关于市场策划招聘启事范文通用(8篇)

来源：网络 作者：雪海孤独 更新时间：2025-02-19

*关于市场策划招聘启事范文通用一企业市场营销战略，是指在企业经营环境系统调研和市场预测基础上，确定产品市场营销目标，对企业市场营销诸要素进行最佳组合，并制定出实现产品营销目标的政策和策略。它涉及到企业发展中带有全局性、长远性和根本性的问题。这...*

**关于市场策划招聘启事范文通用一**

企业市场营销战略，是指在企业经营环境系统调研和市场预测基础上，确定产品市场营销目标，对企业市场营销诸要素进行最佳组合，并制定出实现产品营销目标的政策和策略。它涉及到企业发展中带有全局性、长远性和根本性的问题。这里侧重谈两点：

一是企业市场营销的战略目标和战略方案的选择和策划。战略目标是企业在战略思想的统一指导下，在战略时期内企业全部市场营销活动所要达到的总体要求。它规定着企业市场营销活动的总任务并决定企业发展的行动方向。依据不同的战略问题，市场营销战略就有不同的战略目标。其共性目标有市场开拓目标、市场创新目标、销售增长率目标、市场占有率目标和实现利润目标等。战略方案是为实现市场营销目标的行动方案，其制定是一项重要而复杂的工作，涉及企业各部门和营销活动的各个环节，并受企业经营环境系统和国家产业政策、上下游产业链市场供需变化以及内部条件各种联系、相互作用因素的影响。

二是市场影响战略类型的选择和策划。以主动的适应环境和能动地改变外部环境为依据，把市场营销战略划分为市场开拓战略（也称市场拉动战略）和市场创新战略（也称科技推动战略）两类。前者是适应市场需求的一种战略，后者是创造市场需求的一种战略。市场开拓战略是指企业为适应市场需求的变化，在一定时期内采取的、市场开拓经营总体设计。市场开拓战略又可分为市场渗透、市场开发和产品开发三种类型。市场渗透战略是企业以现有产品固守现有市场，通过广告宣传和多种促销手段提高市场占有率；市场开发战略是企业以现有产品开发新市场，包括开发国内新市场和国际市场以及开发产品的新用途；产品开发战略是企业向现有市场提供新产品，增加新品种，提高市场占有率。市场创新战略是企业以开发新产品和新服务，开辟新市场，扩企业市场占有率的一种战略。在很多企业生成同类产品，市场供应远于市场需求、市场竞争异常激烈是，企业可采取这种战略。推行市场创新战略的基本条件是，企业具有技术创新和产拼新的能力，引发相关潜在需求和推销新产品的能力，以及新产品市场营销组合策略的能力。实行市场创新战略主要是挖掘消费者的潜在需求，用新产品去创造新市场，使消费者某种不明确的需求变成具体的购买欲望，企业从中挖掘出潜在的市场，并且提高产品质量、创立品牌和提供优质服务，扩市场占有率。

从销售观点看，市场是用户的组合，也是各种需要的组合。一个企业不可能满足所有用户各式各样的需求，总是在一定的市场范围内，满足一部分用户的需求。这就需要在市场细分的基础上选择目标市场及其策略。

策划选择目标市场，除了具备上述四条要求以外，还要近期和远期兼顾。从当前考虑，目标市场的策划选择，要具有实现近期销售目标的条件和把握。如无把握，要先行试探，然后确定重点目标市场。这样，宁可目标市场选择的少一些，集中力量开辟重点市场，开发重点市场。从远期考虑，目标市场的策划选择，是为企业长远布局和今后发展着想，包括开辟新市场和培育发展未来用户等举措。

策划选择目标市场，还要国内市场和国际市场、本地市场和外地市场统筹兼顾。相对来说，企业应以国内市场为基础，适时打入并占领市场。如果只闯国际市场，缺少国内市场的根基，一旦国际风云突然变化，难以排除风险，就无法回旋运转了。一般说来本地市场容易占领，而且当外地市场打开之后，又可以刺激本地市场。总的说来，都有一个立足本地（国）积极向外发展问题，要根据企业发展战略目标和经营状况，策划和选择一个恰当的比例。

企业要在市场营销上取得成功，就要在把握市场环境变化的基础上，正确选择产品的销售渠道。

第一、策划和选择销售渠道的策略。所谓销售渠道的选择是指生产厂家对所需中间商的数目和种类的决策。可供选择的策略主要有三种。

1、普遍性策略。这是指生产厂家广泛利用中间商经营自己的产品。此种策略能使该品牌广泛显露，迅速占领市场。但由于中间商同时经销众多厂家的产品，生产厂家难以控制渠道，一般要家担负广告促销费用。

2、专营性策略。这是指生产厂家选择有限数量的中间商分销产品，包括家经销。此种策略通常用于销售高档特殊商品或技术服务性强的商品。厂家在销售、储运、促销和服务等方面能提供优良的经销条件，使中间商有力可图；经销商也能全力为厂家推销商品，促进销售，顺利实现厂家的营销目标。但此策略由于具有排他性，产销双方依赖性太强，一旦中间商经营失误，厂家的损失较，甚至使厂家失去某一目标市场。

3、选择性策略。这是指生产厂家从愿意和作的众多中间商中选择条件好的批发商和零售商经销产品。它介于普遍性策略与专营性策略之间，适用于各种产品，但相对高档选购品或精选特殊品更为适宜。采用此种策略，厂家能取得比普通性策略更好的效益，其风险则小于专营性策略。

第二，策划和选择销售渠道要考虑的因素。

1、从目标市场考虑。目标市场作为企业的重点市场，它包含潜在用户数量、市场地区分布和市场容量等因素。潜在用户多，企业可以考虑通过中间商经销。市场地区分布较集中，企业可以在密集区设点经销。市场容量，企业可以采用订货会形式经销。

2、从产品特点考虑。对于生产资料产品，可通过物资系统销售渠道或采取产销双方订货合同自销。对于生活资料产品，除少量自销外要通过中间商固定销售渠道。对于易烂、样式易过时等同转速快的产品，其中间环节越少越好。对于高新技术产品，一般要有专门的推销人员直接向客户详尽介绍产品性能。

3、从企业自身条件考虑。依据规模，中企业可以逐步扩销售队伍，开辟自己的销售渠道为主；中小企业一般应依靠中间商为主，不宜以自销渠道为主。依据企业声誉、销售人员素质和企业管理能力，其声誉高、销售力量强、管理水平高和经营丰富的企业，可选自销渠道为主。否则，以通过中间商、代理商经销为主。

第三，策划和选择最佳的销售渠道。最佳销售渠道是指销售费用少、销售效率高、产品销售快、经济效益好的渠道。其策划选择要解决的主要问题如下：

1、销售渠道优化。就是在各种销售渠道中，选择一条最佳渠道。渠道优还要求根据具体情况，比较分析，选择一条或几条有利的销售渠道。

2、确定销售范围。就是在某一特定市场范围内，确定中间商的数量，是选择量的中间商经销，还是几家或家经销，这是销售对象确定多范围的问题。

3、确定销售网点。就是销售范围确定后，再确定每一个对象范围内的经销网点，也就是解决各个范围内的批发商、零售商或代理商的挑选问题。他们的地理位置、财务状况、商店信誉、营业能力、服务质量和管理水平的相互比较，是具体挑选的依据。

产品品牌作为产品的名称和标志，除了将某一产品与其它产品相区别，还在于他是产品质量的象征。不同品牌代表不同企业的工艺特点和产品质量水平。名牌产品是著名品牌，代表产品有着级高的含“金”量，成为消费者优先购买的目标。优质名牌是良好品牌形象和企业形象的标志和外显，能增强企业竞争力，推动市场经销的发展。品牌与商标同是产品的标记，可以一致，也可以不同。但商标必须注册，品牌经过注册就成为商标，受法律保护。科学的品牌及商标策划选择策略，有利于降低产品成本，巩固和提高企业声誉，吸引消费者对产品产生偏爱，可以促进产品销售。有以下几种品牌商标策略供企业选择决断。

1、统一品牌及商标策略。就是企业所有产品使用同一种品牌和商标。日本的索尼、日立、三洋、东芝等著名公司，所生产的系列产品都使用同一个品牌和商标，并且和企业名称三者一致。极地扩了品牌的良好形象，提高了企业的知名度和美誉度。采用这种策略的优点是，可以借助于已经成功的品牌和商标推出新产品，使新产品顺利进入市场，节省品牌和商标设计费用及广告促销费用等。但采用这一策略，必须对系列产品实行严格的质量管理制度。

2、不同品牌和商标策略。就是企业的产品分别使用不同的品牌和商标。这一策略适用于不同品质的产品，能严格区分产品品质的高、中、低档次，便于满足不同消费者的需要。出现质量问题不影响其他品牌的信誉和形象。

3、更换品牌和商标策略。就是产品品牌及商标影响和制约企业发展时舍弃原品牌和商标，采用全新设计的品牌和商标，以便显示企业的特色，塑造企业新形象。譬如国际著名的美孚石油公司（即现今的埃克森石油公司），曾用6年时间耗资3000万美元将自己的品牌和商标由埃索改为埃克森。采用这种策略投入较，要周密策划并进行多种策划方案的比较和论证之后再慎重决策。

4、改进品牌及商标策略。就是在原有品牌和商标的基础上进行某些局部改变，改进后的品牌和商标同企业原有的品牌和商标的造型相接近。采用这种策略，要从新旧品牌和商标及商标造型并轨使用，逐渐过渡到使用改进的新品牌和商标，风险较小，但也难以彻底创新。

**关于市场策划招聘启事范文通用二**

现在市场竞争越来越厉害了，我前几年开的影楼面临着巨大的竞争压力，为了应对这些压力，我也想出了很多的办法，其中网络营销是一种很不错的选择。网络营销也就是在网站上做广告，这就需要我对各种网站的了解了，我只有联系谷歌，让他们给我投放广告，这是一种省时省力而且有效的策略，是一种被证明很好的广告投放方式。

一、市场分析

我们主要是采用网络为主要渠道进行客户的开发，以实体店作为辅助开展网络营销。所以我们的目标客户就分为两种，一种是网民，具有上网习惯，习惯通过网络来获得信息进行网上购物，具备这一特征的结婚人群是我们的主要目标客户，一种是直接通过门店上门的客户，通过网络来进行维护和开发。通过他们进行网上平台的推广活动，通过口碑的形式实现网上的预约和订单。这也符合网络营销口碑营销的特点，更具有针对性。

主要目标客户的特征：

地域：主要是以\_\_及周边县市为主，辐射整个\_\_省。

学历：大专和本科

性别：男性和女性区分开。

办公位置：写字楼。

消费类型：感性消费为主，混合时尚消费。

二、宗旨及商业模式

宗旨：实施全面的网络营销进行服务开发和获得获得更多的客户。我们提供的不仅仅是一张张照片，更是一种珍藏和时尚。一种积极乐观的现代生活方式。

商业模式：btoc的商业模式、网络品牌的推广、潜在客户的开发。网站和实体店面相结合。

三、产品概述

婚纱摄影服务、服装租赁、婚纱销售、相关产品销售，服装定做。

四、营销性的网站建设

精确设定网站目标：明确网站想让浏览者在网站上面做什么。由于影楼产品大概有婚纱摄影服务、婚纱租赁、婚纱出售。我们设定的目标有实现网上在线租赁、在线销售婚纱、在线拍照预约、客户在线注册、客户在线的咨询、在线下载优惠券、客户在线评论、网上试穿婚纱、客户直接来门店咨询、客户电话咨询。

五、营销组合策略

新产品开发策略：针对网络目标客户的特点，在现有产品基础之上进行新的服务的开发。主要主要针对竞争对手的优劣势分析，有针对性的进行短期产品开发。

产品的定价策略：针对网络目标客户的特点结合门面店价格制定不同方式的定价策略。主要分为门面店价格、会员价格、网上预约价格、节日促销价格。

1、根据不同时间和节日进行促销价格的制定，限定人数的价格优惠活动。通过不同价格的制定，吸引不用客户的关注，增加网站流量，通过网站增加客户到门面店的机会。给予客户不同多样的选择。

2、借助门面店价格对到店咨询的客户没有直接成交的客户，只要客户在特定时间内在网上进行预约的客户给予打折的优惠。目的是通过网站平台提高客户的转化率。

3、对客户进行会员制营销，在网上进行注册成为会员享受折扣价格，以达到客户资料的收集。积累大量的客户资料，方便进行客户的定期开发。对会员进行级别的分类。不同的会员给予不同的价格和增值服务。

4、根据网上预约方式的不同进行价格的制定，直接在网上进行预订的客户制定相关价格优惠，通过网上客户咨询后到门店的进行价格制定。对通过网站获得信息直接到门店的客户进行不同的价格制定。

多样的渠道建设策略：主要通过网站为主要的平台结合实体店面和我们的客户三方三方共建多样渠道。

1、体验式营销：通过建立更强的体验式网站功能，来体现公司产异化的产品和独特的服务，在网上设计一个客户试婚纱的功能，让客户既可以选择试穿婚纱效果。又可以得到一种独特的网上体验，体现公司的独特的网上服务方式，建立独特的网站功能模式。

2、网站本身：增强网站本身的营销功能和客户体验功能，让客户获得更多的管全面的信息。更完善更新颖的体验。增加客户驻足网站的时间和反诉浏览的次数。通过网站增加客户的信赖感，达到客户进行口碑宣传的作用。

3、结合实体店达到对网站平台的宣传，让实体店的员工对进店的客户进行网站宣传，使客户进行网站访问，借助现有的平面媒体，如标志，名片、宣传册等一些列的工具进行网站平台的宣传，进行线下的网站推广。

4、通过客户即一种合作伙伴营销策略：建立客户转介绍的一种模式，给予客户一定的佣金。让客户成为我们合作伙伴，成为我们的销售人员，通过建立这个模式达到客户转介绍的目的。借助网络平台实现对客户的管理。

促销策略：借助互联的多媒体手段实现对客户的增值促销，给客户提供电子相册制作服务，结合其他产品进行组合。

六、网络营销工具选择

开展网络营销的根本和基础是如何提升网站的流量，如何让我们的网站呗跟多的潜在客户所知晓访问。这是我们开展网络营销的第一步。也就是网站的推广。当然网站的推广网络营销中相当重要的份量。

搜索引擎推广：主要以付费的网络推广和seo进行网络推广。在进行搜索引擎推广的过程中，侧重点主要放在关键词的选择上面，更精准的进行关键词选择。主要以目标客户为主，不盲目追求网站流量。主要工作放在数据调研上，通过数据收据进行关键词的投放和优化。

网下推广：借助线下的平面媒体：名片、标志、彩页等一些列的传统媒体进行网站的推广。

**关于市场策划招聘启事范文通用三**

奶茶店就是一个资金投入低、消费人群广、回收成本快，而且门面非常好找，方便推广的创业项目，一般除了保留几个月左右的店租、人工和日常开销外，奶茶店经营管理不用太多周转金，非常适合大学生的在校创业，但对于一些想开奶茶店大学生创业者来说，一份优秀的奶茶店营销划书十分重要，对以后的经营管理起着很大的影响。

奶茶，发展趋势很好的，而且有非常大的潜力。很多的在校大学生是非常喜欢进奶荼店去休闲的，无论是男女朋友约，还是其它的生日小聚，他们许多人都会选择去这个地方，因为环境较近，方便交流。如果我们再加以创新，将音乐元素和荼融入进来，将普通奶荼店变成音乐休闲吧想必会吸引更多的年青人。大学生喝荼的或许并不多，但我们可以在奶荼店加入这种元素，给他们更宽的选择权利。在大学里，能弹好一手吉他的人也并不少见，但他们许多人都只是在自娱自乐，很好被外界所知，如果我们将他们引入奶荼店，让他们在店里，进行弹唱或弹一些轻音乐的独奏，那么，这个奶荼店定会增加些许气氛，吸引更多的年青人。当然作为兼职，给他们的报酬不会太高，以咸少我们的成本，这样也能给他们一个煅炼的机会。我们的最终目标是经营校园连锁休闲吧。

（一）本策划有以下几点建议：

1、经营必须有特色。没有特色的产品是没有市场的，用自己的特色吸引顾客。

2、品质要好，口感是否保持一致。我接触过许多顾客，他们常去的店在这方面做得比较好。

3、小店也要专业管理，做好服务，加强与顾客的交流。

4、及时了解消费者消费爱好和同行产品，及时调整您的产品和口味。

5、降低销售成本，节约一些不必要的、浪费的传统销售模式所需的一些成本和销售费用。

（二）本策划预算成本为3万人民币（开店30000元+290元广告费）

将现有的水吧，融入荼和音乐等一些元素。现有的奶荼店，大都是只销售奶荼，给人们没有太多的新鲜感，进去的主要目的好像就是中为了喝杯奶荼，没有什么太多的休闲味道，也不能很好地释放压力。如果我们加入茶与音乐，不仅能提升我们休闲音乐水吧的档次，与其它奶荼店主产生差异，还能为顾客提供更好的选择权与享受环境。吸引更多的顾客，产生更多的赢利空间。

（一）企业及产品情况分析

弄清企业目前的地位、能力、目标、和制约因素，优势。为市场细分、选择目标市场和市场定位提供依据。

大学生自主开的奶荼店，起步一般都很低，资金短缺，不太俱有与校外现有的奶店进行立即的竞争。但是我们有一定的营销理论功底，我们可以用所学的营销知认来指导我们进行创业，我们可以加入我们的创新，先从校内的学生做起，因为我们自己就是学生，比外界更了解学生需要的是什么，将我们的优势充分发挥出来。我们可以用我们现有的资源为我们的顾客提供一个更好的消费环境以及更多选择。（优势）用低成本的音乐和荼将我们自已同同行区分开来，形成我们的固有特色。我们的目的是先从我们熟悉的攀枝花学院做起，半年收回成本，再在其它学校去开连锁店，最终向社会大众去服务。

（二）市场细分

通过市场细分可以更精致地分析市场推销机会，使自己处于有利的地位，发挥更好的推销效果，增加企业的利润。

市场细分的条件：

①可衡量性：划分不同的消费群体，并对消费者的特点和需求予以衡量。

②足量性：根据细分市场的大小和利润确定单独营销的程度。

③可接近性：对细分市场进行有效促销和分销的程度。

④独特性：不同的细分市场对奶荼店采用不同的营销策略组合所具有的不同反应程度。

⑤稳定性：细分出的市场所具有的需求和欲望的差别应在一个较长时间内得以保持。

因此该奶荼店的目标市场人群是年轻人和一些有空余时间享受生生活的人。

（三）市场细分的划分

根据顾客对产品的需求量与职业的不同，可以把休闲吧的目标市场——年轻人和一些有空余时间享受生生活的人细分为：

年轻人——青年学生，特别是在校大学生，追求时尚，他们往往可以依托家里消费，也是有消费需求和消费能力的人群，特别是处于热恋中的大学生，往往喜在一个好的浪漫的地方约会——我们的地方正符合要求。

这个市场十分巨大，要作为我们店的主打市场，加大对这个市场的广告投入等。并迅速地占领校内市场。他们主要注重的是环境的好坏，以及价格的高低、服务的态度。所以我们应尽量将环境弄得比较浪漫，加强服务质量的监督，以及在最大赢利的前提下，控制价格。

有空余时间享受生生活的人——在校内，一些有空余时间享受生生活的人主要是指在校的老师。他们有较多的空余时间，家庭责任与家庭压力不是太大，有着相对稳定的收入，有着很强的消费能力。也是一个休闲消费的主力军。

这类的消费者也是有很强消费能力的团体，他们所注重的是环境的清悠与档次，故我们应在成本范围内，加强环境的布置与档次提升。

（四）细分市场的评估

（1）细分市场的规模和预期增长程度。

（2）细分市场的结构吸引力。

（3）与休闲吧的目标和资源的一致性

（五）目标市场范围选择策略

音乐休闲吧主要是在一个优雅的环境里以销售奶荼，销售普通荼和良好服务的一个休闲场所。它的消费价格并不高，很适合现代年轻人的消费需求，也很适合有空余时间的人群消费方式。因此休闲水吧把奶荼、荼、音乐的主要目标市场人群分为青年人群和有空余时间享受生生活的人，特别是在校的大学生，是走在时代前列，喜欢享受的主体，有着很强的消费能力。

（六）目标市场策略

由于我们的休闲吧有着较强的校园优势和创新能力，对这奶荼、荼等，我们音乐休闲吧应实行差异化的营销策略。差异化营销策略指是指面对已经细分的市场，企业选择两个或者两个以上的子市场作为市场目标，分别对每个子市场提供针对性的产品和服务以及相应的销售措施。企业根据子市场的特点，分别制定产品策略、价格策略、渠道策略以及促销策略并予以实施。

采用差异化营销策略，可以使顾客的不同需求得到更好的满足，也使每个子市场的销售潜力得到最大限度的挖掘，从而有利于扩大企业的市场占有率。同时也大大降低了经营风险，产生更多的回头客。满足不同消费者的需求，遵循以满足顾客需求为中心的方便、沟通的和节省成本的原则。这样能给我们竖立好很好的企业行象。

针对不同的顾客群体，我们尽力满足他们的需求。大学生喜欢物美价廉，且有好的服务，我们就提供好的服务，和合理的价格。

实行无差异的营销策略：我们针对我们的产品和服务特点。

市场定位策略

质量/价格定位：结合对照质量和价格来定位，可以把休闲吧定位为“物美价廉、服务周到”

（1）消费者的利益定位：根据产品为顾客提供的利益定位。顾客在我们的场所消费，不仅仅是单独的消费，我们的优良环境还能给他们带来额外的音乐享受。所以我们的宣传可以是“校内休闲更实惠，环境更优美，约会聊天更可在音乐中陶醉”。

（2）根据具体的特色定位：就是根据我们休闲吧的某些特点定位，如：我们不仅能提更好更实惠的奶荼、荼，我们还能提供更好的服务与环境。在广告中我们可以宣传“最人性化的服务与最能带给你享受的地方”

（一）户外广告和网络营销目标：

初级目标：在本方案的实施时间范围内，迅速扩大我们音乐休闲吧的知名度，利用小广告单将我们的顾客引过来，再用在学生的班级群和一些其它的群，隔一定时间发布一次我的促销广告，培养我们固定消费群体。终极目标：利用广告效应和消费者的口碑效应，打造出我们自己的品牌，最终走向校休闲吧的连锁店方向。

（二）户外广告和网络营销策略：

（1）利用qq群和qq群邮箱推广：qq群和qq群邮件在大学校园内是比较有效的推广方法，成本很低，可以说接近0。当代的许多大学生，在空余时间里很喜欢泡在网上，qq在群里和其它同学与老师交流。群邮件也是他们注意其它班级或其它动向的一个渠道。所以我们可以校友的身份加入他们的班级群和社团群，并能增加他们对我们音乐休闲吧的信任度；用这种推广方式能很好地和他们沟通，知道他们想要的，以及知道我们休闲吧最新走向。

（2）利用小广告推广：在校内散发一些小广告，也是一种很好的推广方式。这也是一种成本相对较低且行之有效的方式。能直接地让我们的目标人群知道我们休闲吧的动向。也能吸引一些潜在的顾客的眼球。

（3）口碑推广：通过很好的服务，和顾客成为真正的朋友，以及休闲吧内的休闲环境，按照口碑推广的惯用套路促使这些朋友帮我们进行口碑宣传。

1、我们的销售队伍的根本宗旨是为客户创造价值，做好最优秀的服务。要让顾客感觉到不是专来喝荼的，而是来享受生活生活，来放松，来享受这里的环境和气氛。

2、销售人员的激励：（大学生创业不可能只有一个人，所以在工作时会有一些分工，有一些制度。只有有良好的制度，休闲水吧才能最终走上连锁企业这一步）

（1）销售定额：规定销售人员在每月中应该销售的数额并按销售收入加以确定，然后把报酬与定额完成情况挂钩；从而调动销售人员的积极性。

（2）佣金制度：按销售额和利润额的大小给予销售人员的一定提成。以激励他们努力工作

3、绩效考核：

（1）规定销售人员的最低销售数额（以月销售收入计算），如没有按规定完成的员工，则从其基本工资里面扣用除一定比例的金额。

（2）根据员工完成的程度，实行多劳多得的奖金福利制度，并可在适当的时机进行员工职位的升迁（如：升为店长）。

（3）根据员工工作态度和业绩进行年终评比，对于不合格的员工，予以严肃处理（如：扣一部分年终奖等），以提休闲吧成员的积极性。

产品是市场营销的首要因素，企业在整个市场营销活动过程中都离不开产品。我们的产品就是我们的各种奶荼以及好的环境，附加品——音乐的优秀的服务。并且根据自身的俱体实力去满足消费者增长需求。

我们采用竞争导向定价法中的竞争参照定法，采用与我们校外竞争对手一致的价格，这样才能让我们生存下去，支撑我们向前走。

我们休闲水吧的目标市场定位为年轻人和一些有空余时间享受生生活的人。为他们提供良好的服务。

（一）广告预算

由于我们是小本经营，且营销次数较分散，所以现在所的广告费是290元（4000份传单，每分0.05元，人工费3人\*30元）

（二）广告信息

广告信息可以为一些关于我们店的简单介绍以及我们的服务宗旨、活动、折扣和我们的特点：“校内休闲更实惠，环境更优美，约会聊天更可在音乐中陶醉”。

（三）广告媒介渠道

qq群和传单，简单易行低成本

以上的营销策略还需要与更加俱体的校园实际情况相结合，并希望杨教授斧正，我们相信经过杨教授斧正后，我们休闲水吧的策划的可行性又会进一步提高，也不会让我们连续数天努力付诸东流，我们深信，在本策划的指导下，我们成功的可能性会加大不少。

在本设计的成文过程中感谢杨教授帮助，营销策划书的每一步都是在杨教授的悉心指导下完成的，其间倾注了杨教授大量的心血。教授为人随和热情，治学严谨细心。在毕业设计的写作上他总会以“专业标准”严格要求我，从选题、定题开始，一直到最后营销策划书的反复修改、润色，老师始终认真负责地给予了我深刻而细致地指导。正是有了杨教授的无私帮助与热忱鼓励，我的营销策划书才能够得以顺利完成，除此之外，杨教授一丝不苟的工作作风，严谨求实的治学态度也深深的感染了我，在她身上我可以深切的感受到一个学者的严谨和务实，这些都让我受益匪浅，并且将终生受用。再次感谢杨老师，好人一生平安。

**关于市场策划招聘启事范文通用四**

刚刚结束市场营销策划实践，做好了策划书，我不仅把从课堂上学到的专业知识（例如swot分析）应用到实际工作中；而且还学到了课堂上学不到的东西，比如如何往写一份策划书，如何做一次调查，分析处理调查结果，如何将自己的优势发挥到极致。小小的实践为我以后走上工作岗位奠定了一个基础，增强了知识，让我深深体会到了实践精神。

当谈老师简单讲解完了市场营销策划这门课程，让我们去做一份市场营销策划报告，哪个行业都可以，我想到，作为学习了市场营销知识的的大学生，我对眼镜行业有着很浓的爱好，因为我没带过眼镜，但视力急剧下降，得好好的了解一下，并且作为陕西理工学院北区工科的一名学生，对一些知识根本不懂，更别提去策划一个项目了，因此这次是一个绝好的锻炼机会，学习一些知识，并将学到的运用于实践，锻炼一下自己吧。

我上次去汉中市市区，发现眼镜店的人挺多的，以此作为我的调查的目标。但是第一步，做调查问卷就难住了我们，我不知道，关于策划到底该怎样制作调查问卷，又该怎样往锁定被调查人群。绞尽脑汁，最后，我决定前往眼镜店请求调查和请求建议和意见。

星期六，带着一颗好奇的心，第一次比较兴奋，呵呵，我们来到佳兴眼镜店，老板很耐心地回答着我们提出的题目，并且，给了我们很多关于广告和策划方面的建议，并且给了我们所有我们想要的资料：各个眼镜的类型和价格，需要到达的策划，竞争对手的相关信息，随后我对眼睛店附近的行人和眼镜店里的消费者进行了调查，并记录，我此时想到，一个人的力量是多么的单薄，要是有一个团队，一起协作该多好啊但我决定一个人来做，就要坚持到底，累的话就一个人扛，这是真正的锻炼自己。

在问卷调查这块，可以说，这是实践最痛苦同时又是最磨练人的一个阶段。一天的问卷调查，碰到了形形色色的人。可以用喜怒哀乐，酸甜苦辣来形容这一天的遭遇。捧着调查问卷，观察途经的人，观察年龄，观察是否戴着眼镜，。然后走近，亲声问：先生（小姐），您好，借用您5分钟时间。我是陕西理工学院的学生，现在在做一个关于眼镜的调查，想借此问卷了解一下大家对于眼镜的需求程度，从而做出营销方案，完成市场营销实践，请问，您可以帮我填一下嘛？；我们汉中市民还是很热情的啊，呵呵，赞一下，大部分被调查者都是很配合的，会看我几眼，然后接下问卷，帮我填，期间还会问我一些学校的事情。我也很乐意回答，因为我是陕西理工的一名学生，我代表的是陕西理工的形象，不能让大家认为我们大学生啥都不会做。

但是，有些拒尽的确很残酷，看到一对夫妻带着小孩在路旁的石凳上休息，走过往，又是那段开场白。您好，借用您5分钟时间。我是陕西理工学院的学生，现在在做一个关于眼镜的调查，想借此问卷了解一下大家对于眼镜的需求程度，从而做出营销方案，完成市场营销实践，请问，您可以帮我填一下嘛？；他对我招招手：走开，走开。；我还是没有放弃：先生，我是陕西理工学院的学生，这只是我们的一个调查问卷，希看您能给当代大学生一点支持。谢谢；他又瞟了我一眼：；现在骗子真多，满口说自己是大学生，还不知道是哪里派来挣钱的。走开走开。他又是满脸不屑：走开走开，烦死人了。我有礼貌地向他鞠了个躬，对不起，打搅您了。实在我的心里，对他的憎恨，用纸是写不出来的。但是，我也知道，当我遇上这样的一个调查，一般也是不会理踩的，我能理解。不过这丝毫没有影响我的工作热情，我要用我的问卷让更多的人知道，我们陕西理工学院的学生不会后退的。当然，这种拒尽也是少数，究竟礼貌的开场白和学生装的打扮，大部分人是无法拒尽你那双渴看的眼神的，呵呵......

一个女的，比我大不了几岁，一边填一边给我讲她对于那些广告策划的想法。并且告诉我她弟弟也在上大学，希看我好好努力，看到我就像看到她弟弟一样热和，她指出了我问卷的不足，告诉我广告策划实在要分阶段，我们的问卷没有体现这一点并且给我们讲了他的一点点经历，听了之后，真的感觉，人生，还是在于拼搏。

在调查结束后，最近要考试，忙于复习，在中午空闲的时间，着手开始理论分析。当宿舍人都睡下的时候，鼠标和键盘的声音显得特别响四周都很安静，忽然感到，我从未有过的充实。经过数据处理和分析，我决定我用整合营销的方式打出。车体广告、宣传册、在校园内搞活动，免费给学生检查，并讲解保护眼镜的知识，在开学时搞优惠活动，这样可以赢得更好的效果。

此次实践活动给我带来了很大的启发，作为学生或许我早已厌烦了三点一线的学生生活，觉得老师讲的理论知识乏味、没有实践意义，就盼望着快点踏入社会去实现自己的抱负。可是那些真正在职场中谋生的人却会悔恨自己当初没有把知识学好。与其忙着规划未来，倒不如脚踏实地地把知识学牢，着也是我们仅能而且应该做的事。在这个纷繁嘈杂、物欲纵横的社会学校也不再是一片净土，但是我们不应该为自己找各种各样的借口，毕竟我们已经是成年人了，有能力为自己的行为负责。

总之，这次社会实践让我经历了很多，领悟了很多。为我的人生平添了一笔宝贵的财富。

**关于市场策划招聘启事范文通用五**

健康美味，就喝汇源

市场营销作为一种商业技能，其在企业盈利中的价值已日趋明显和重要。同时它也是一门对市场上的相关对象进行深入研究并制定出科学策略的学科。大学校园是一个很有发展潜力的市场，如今的大学生已成为主要的消费群体并在将来的某个阶段持续为我国消费市场提供强有力的支持。大学生是朝气蓬勃的群体，他们的思维更需要社会的历练与激发才能创造出更有价值的生产力。企业在校园进行营销比赛，在潜意识里树立自己的品牌形象，实现长远的利益。作为市场营销系的学生，除了理论课程的学习，最重要的是将所学的知识与实践相结合，并从中获取相关经验。此次市场营销大赛由甘肃农业大学携手北京汇源饮料食品集团兰州分公司共同为广大学生打造一个自我挑战的全新平台。同时，通过此次大赛也可以传播汇源集团的企业文化，让来自全国各地的大学生了解汇源产品，扩大汇源果汁的影响力。

本次市场营销大赛旨在锻炼我校学生，提前和社会接触，为将来的就业打下基础。同时也是对老师教学成果的一次检验，老师可以根据实训情况调整相应的教学计划，提高教学质量。

1、从学校的角度分析

甘肃农业大学经济管理学院市场营销系为了锻炼市场营销力，必须通过这样的大型市场营销大赛来实现，并且近几年大学毕业生的就业形势日趋严峻，为了激发学生的创新思维，培养团队协作意识，提高学生综合素质我们有必要举办本届模拟营销大赛，为学生提供一个实战锻炼的平台。这种平台不仅提高了在校学生的求职能力和职业规划意识，更丰富了校园文化生活。与此同时，参加此次活动的老师也能从中获取相关专业经验，为今后的教学计划和方向做出调整，为社会培养更多的人才。

2、从企业角度分析

企业可以通过此次比赛，对大学生市场进行实地调研，可以更好的确定市场需求方向，制定新颖的业务策略，同时也拓宽了企业的营销模式。企业深入学校，既弘扬企业文化又在学生中树立了良好的企业形象，使企业占有更广阔的高校市场。企业在引领个性与时尚潮流的同时，关注社会及教育的发展,使企业文化得以更广泛的传播，在学校掀起一番“饮料热”，为企业创造利润效益。对好多企业来说校园市场是他们的一个空缺，他们有很大的需求打开校园市场，然而此次营销大赛正是他们打开校园市场好时机。

3、从社会需求角度分析

如今有好多大学生理论知识很扎实但是缺少社会工作经验，毕业以后不能很好的与社会接轨，因此就业难的现象在当今很突出，

造成很大的社会压力，对此我们更有必要举办这次营销大赛，我们鼓励大学生勇于攀登高峰，敢于挑战自己，发挥潜能，从力所能及的事情做起，坚持梦想，脚踏实地，用自己的智慧和实力打拼创造出属于自己的天地，为自己创造一个属于自己的舞台，让他们更好地与社会接轨，毕业后更好地适应社会。

主办单位：甘肃农业大学教务处、经济管理学院

承办单位：经济管理学院市场营销系

合作单位：北京汇源饮料食品集团兰州分公司

顾问小组：

技术指导小组组长：

组员：

大赛评委团：

1、总指挥：

2、副总指挥：

3、策划组组长：

4、广告组组长：

5、公关组组长：

6、技术组组长：

7、计分组组长：

8、后勤组组长：

9、机动组组长：

10、财务组组长：

策划组：根据组委会确定的比赛流程，编写全赛程的活动策划书；

广告组：负责比赛各个环节前期的宣传报道工作；

公关组：负责报名以及各个环节的倒水颁奖工作。

技术组：负责大赛各个环节的摄影录像以及话筒影响的安装和调制。

财务组：负责比赛全程中的财务支出以及与企业的财务交接工作；

后勤组：负责会场布置，会场秩序的维持，货物搬运。

机动组：根据需要灵活机动的调配到不同岗位，随时都可以被调用并处理突发事件；

计分组：负责记录各个环节团队所得分数，并且根据策划组要求排出名次；其次要负责记录货物交接情况。

**关于市场策划招聘启事范文通用六**

市场定位策划书

（一）

一、方便面市场细分

随着中国快速消费品市场的快速增长，方便面市场在\*\*和\*\*年连续两年，都表现良好的增长态势。\*\*年中国方便面产量，327.9万吨，同比增长18.6%.\*\*年1-6月，方便面产量达到了196.8万吨，同比增长37.8%。呈现出加速增长的趋势。\*\*年增速下降。\*\*年1－11月，国内方便面产量增长比较稳定。较上年同期累计同比增长5.79％。随着，国内经济的发展，人们生活水平的不断提高，国内方便面产量将平稳持续增长。\*\*年1-11月，现状总量持平，淡季更淡。

目前中国的方便面市场呈现出以下一些特点：

1、市场集中度高，竞争格局已经形成。

2、市场趋于饱和，发展空间有限。

3、产品向上走，渠道向下移。

4、提升产品力与品牌升级是未来行业走向。

5、整合营销将成为下一轮方便面市场竞争的主要武器。

6、市场细分与产品细分越来越明显。

7、油炸面仍将是主流。

8、销售额大幅下跌，行业价值提升的努力受挫。

9、方便面市场的“饼”在变小，全行业在品类竞争中失利。

相对于现状：方便面企业的未来之路

1、技术和产品创新仍然是主题和核心。

2、多元化发展仍然是蓝海中的红海，是分担风险的机会也是羁绊发展的陷阱，谨慎进入。

3、人才是企业的重要资本。

4、利润和销量、做大和做强的选择：做强势有利润的企业。

消费者分析

学生：在校学生选择方便面的调查中，我们发现38%得学生对于价格是很在意的，32%的学生对于品牌很在意，而对于口味和营养不是很在意，只是能最方便的解决饥饿就行，所以在通常的情况下价格在一定的程度上就影响了他们的选购率。

只要抓住学生这个方便面主要的消费群体就抓住了大部分的市场。

家庭消费群体：在家庭这个消费群体选择方便面的时候，我们发现在家庭对于品牌是非常重视的，而对于口味和价格不在意，他们认为只要是吃，价格并不是问题，而是在于质量。只是在非常忙得时候才会选择方便面，而且一大部分有小孩的家庭中，吃方便面是因为小孩想吃所以才会去买。

一是抓住家庭的一方出差，或者工作比较忙，没时间出去吃饭或者就是没时间做饭的心理就抓住了部分市场。

二是抓住孩子的心就抓住乐大部分家庭的市场

相关的社会群体：通过调查我们发现，对于社会群体来说价格也是对于他们购买影响最大的因素之一，而对于品牌和口味就显得不那么重要了，而他们也是在没有时间的情况下才会去选择方便面。

抓住打工者就抓住了大部分的社会群体。

在稳固现有市场的前提下，先从原有消费群体着手从“方便面”发展“营养面”，改变单一的低价面的形象，也是我们重点延伸的领域。

消费者对于大骨面方便面营养的理解与认识：

对于统一的好评度20.6%

不能理解统一来一桶老坛酸菜营养内涵：85.3%

不清楚其他老坛酸菜的：68.4%

而且大学生作为近郊旅游的人群，在外出旅游的时候，由于没有足够的条件，所以会随身携带一定的方便面，统一老坛酸菜要把它做成既方便又营养的食品，在旅游的时候既能方便携带又能补充营养和体力。

抓住了大学生这个消费群体就是抓住了白象大骨面的营养销售关键。

消费者特点：

1、价值取向不稳定，接受新事物快，容易受广告宣传和公关活动的影响。

2、生活圈单

一、生活有规律，接触的媒体有限，主要接触校园媒体。

3、加强在高校学生心目中的品牌宣传，注意利用校园媒体。

潜在消费群体：

1、小学生、中学生和高中生大部分喜欢吃方便面，许多的家长也愿意为了孩子去买，而且有的时候在家长忙得时候要让孩子把方便面作为主食，如果方便面可以又好吃又营养，这样所有的问题就都解决了，在这个基础上可以根据不同的年龄吃不同的口味方便面来补充身体所需要的营养，培养对于来一桶老坛酸菜的品牌知名度和忠诚度，最终做到当他们选择方便面的时候把老坛酸菜作为第一选择。

2、对于品牌的忠诚者也就是其他品牌的使用者也是现在的消费群体。

3、不吃方便面的人群，这类人群不是不是一点都不吃，而是在没有特别的急事或者特别没有条件的基础上是不会经常吃方便面的，所以来一桶老坛酸菜要做好方便有营养的来吸引这部分消费群体。

据我所知很多人也喜欢吃酸味的食品，比如山西人和四川人。而泡面是目前最方面快捷的热食产品。在方便面口味上以往单纯追求“香”“辣”的做法已经不能满足市场的差异化需求，“酸”成了新亮点。现在不少方便面厂商也推出酸菜风味的泡面了，不过我认为还是搭配了新鲜酸菜等爽口蔬菜的泡面口味才最好，跟脱水蔬菜相比营养成分也更多。

方便面发展趋势：绿色、无污染、营养健康已成为人们选购食品时越来越关注的标准，而快节奏的生活让人们离不开方便食品。虽然现有市场已被占据90%以上，但方便面其质量又许多不完善之处，仍又巨大的升级空间。

二、新产品：酸菜香辣大骨面

目标市场选择：在校学生、上班族、旅客、家庭中储备食物者

三、市场定位——先入为王

新产品推出，加大广告量，尽可能做到铺天盖地，在宣传高峰期，平均每天在电视上出现8次左右。

市场定位策划书

（二）

一、目前顺德广告市场的现状综述

当前，以顺德区大良为立足点，继而辐射大佛山乃至珠三角一带的广告公司，林立街头，大到以户外传媒为业务主打并在平面设计方面在大佛山一带首屈一指的志逸·雅典，到以无线招聘（络与手机互动的人才招聘，正在起步中）和户外传媒并重的佛山干线传媒，到以会展制作为主营的蓝色创意，到以演艺为突破的纵横广告，小到街头上比比皆是的灯牌制作、喷绘坊，顺德街头上的广告企业如雨后春笋，破土而出；又如三月春雨，淅淅沥沥，纷纷扬扬，上演了一场又一场格斗于偌大商业市场的欢乐与忧愁羁绊的人间百态剧。

鉴于具体数字的不够详尽，在短时间内对顺德区域内生存与发展的广告公司进行较为系统的调查统计和分析，或明显地存在着一定的难度。但是，有一点可以肯定的是，由于业内业外人士普遍认为的广告行业的进入门槛较低而直接导致从业者趋之若鹜造成市场竞争日趋激烈、纷乱，乃至无序，是当前乃至今后各广告公司不得不认真面对的客观现实。而在这一事实基础上，想方设法另辟蹊径以期使自家企业得以在强手如林的市场竞争中立有一席之地，直至企业做大做强。

二、海立广告现有资源、优劣势分析及市场定位问题

从海立现行市场定位策略上看，囊括了企业策划、文化传播、影视策划、会展策划、创意设计和广告工程等相关业务，具细而翔实。很明显地，是要走一条综合性广告公司之路。

但根据元月7日下午短短时间内直观的了解与此前行业观察，目前，海立尚未形成自己真正的有别于其他广告公司特色的拳头的服务产品或品牌。如志逸·雅典的户外媒体，佛山干线传媒的无线招聘，蓝色创意的会展品牌，如纵横的演艺活动，（容桂）东视广告的品牌营销推广等等。

而海立目前着重开发或专注开发的业务，主要的是三项：活动策划、顺德广播电视报广告代理、平面设计、画册制作与印刷等（其中前两项为重点项目）。但是，只要从广告行业本身业务的不确定性层面上略加以分析，以上项目在运作上更多地存在着如下一定程度的弱点与不足：

在活动策划方面，存在着较大的变数，如竞争对手多，活动举办时间相对固定，形式单一，内容重复枯燥等。在广播电视报广告代理方面，由于该报目前是地道的弱势媒体之一，卖点不亮不大不高，社会受众认同感不怎么强，存在知名度欠缺问题。

当然，海立广告管理者犀利的感官嗅觉，敏锐的市场触角，诚挚的感性政策，务实的工作作风，团队的协作精神及其主要决策者的远见卓识和一片仁爱之心，必然在人才吸纳上占据先机。这些，乃正是海立的优势。

有人才才有创意，而创意就是竞争力。随着市场竞争日益扩张、竞争不断升级、商战已开始进入“智”战时期，广告也从以前的所谓“媒体大战”、“投入大战”上升到广告创意的竞争。

因此，在市场定位策略上，建议海立广告在众多的广告同行中，剑走偏锋，棋出奇招，立足并深挖现有媒体资源，不断开发新媒体，以智慧与同行对决，以创意取胜，在众多的竞争者中撕开一条“血路”，好汉行走四海，立剑雄视江湖，活出成功自我，超脱而分天下。

**关于市场策划招聘启事范文通用七**

姓 名： 刘斐丽

性 别： 女

民 族： 汉族

政治面貌： 团员

出生日期： 1987年12月

户 口： 江苏省

婚姻状况： 未婚

学 历： 本科

技术职称： 助理级

毕业院校： 黑龙江大学

毕业时间： xx年07月

所学专业： 市场营销

外语水平： 英语 (cet-6)

电脑水平： 一般

工作年限： 实习/应届

联系电话： 13xxxxxxxxx

求职意向

工作类型： 全职

单位性质： 不限

期望行业： 贸易、进出口、批发、市场、广告、公关、旅游、酒店、餐饮服务

期望职位： 广告创意与策划/文案、市场调研与分析、产品/品牌专员、市场专员/助理

工作地点： 杭州市

期望月薪： 不限/面议

教育经历

xx年9月到xx年7月在黑龙江大学读本科,专业是市场营销

专业技能

助理营销师证书;

韩语能力考试(topik)中级;cet4、6级证书；驾驶证c1

自我评价

本人积极乐观，进取心强，团队意识强，协作能力好，学习意识与学习能力都颇好，能吃苦耐劳，虚心学习，适应能力良好。

**关于市场策划招聘启事范文通用八**

姓 名：

性 别： 男

年 龄： 25岁

婚姻状况： 未婚

最高学历： 本科

工作年限： 3年

政治面貌： 共青团员

现居城市： 广州

籍 贯： 广东

联系电话： ×××××××××××

电子邮箱： [email protected]/\* \*/

求职意向

工作类型： 全职

期望薪资： 20\_-3000元

工作地点： 广东

求职行业： 金融保险、证券、期货 人力资源服务、人力资源开发

求职职位： 保险内勤 保险代理人/经纪人 理财顾问/财务规划师 客户经理 银行柜员/会计

工作经历

20\_-12 - 20\_-09 新华保险公司××分公司 综合柜员

工作描述： 1、保全业务的受理和权限内处理 2、理赔立案和结案处理 3、受理和处理简易案件 4、接受业务员、客户关于保全业务方面的咨询，对客户的投诉进行劝说和解释 5、保全归档文件管理及移交、扫描、打印、通知、发放、回收、整理、保管和移交等，确保保全档案管理规范完整 6、宣导和培训内勤及业务员保全业务规则 7、报送及跟踪保全问题件及签报 8、根据单证管理规定，对各种有价单证进行登记、管理、保证单证使用的安全性。

20\_-05 - 20\_-12 中国光大银行××分行 现金柜员

工作描述： 主要是从事各类现金业务的复核、零钞清点、大额现金清点等工作

教育经历

20\_-09 - 20\_-07 华南农业大学 市场营销 本科

专业描述： 主要学习市场营销及工商管理方面的基本理论和基本知识，接受市场营销方法与技巧方面的基本训练，具有分析和解决实际营销问题的基本能力。

自我评价

性格热情开朗，待人友好，为人诚实谦虚。工作勤奋，认真负责，能吃苦耐劳，尽职尽责，有耐心。具有亲和力，平易近人，善于与人沟通。责任心强，有独立工作能力强，吃苦耐劳，有团队精神，具有良好的策划、组织、协调、管理能力，做事细心和有条理，善于独立思考、逻辑能力较强.

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！