# 洗手液大学市场营销策划方案书

来源：网络 作者：枫叶飘零 更新时间：2024-08-20

*洗手液大学市场营销策划方案书前言：当今社会，经济快速发展，人民生活水平提高。随着生活水平的提高，人们的健康意识也在不断增强。越来越重视个人卫生和疾病预防，加上近几年“非典”“禽流感”“甲流”等各种流行性疾病的肆虐，使人们更加重视个人卫生。手...*

洗手液大学市场营销策划方案书

前言：

当今社会，经济快速发展，人民生活水平提高。随着生活水平的提高，人们的健康意识也在不断增强。越来越重视个人卫生和疾病预防，加上近几年“非典”“禽流感”“甲流”等各种流行性疾病的肆虐，使人们更加重视个人卫生。手部是人们经常接触外物的部位，是最易接触、感染病毒的部位，因此在提倡预防流行性疾病中最重要的一步就是要进行手部消毒，洗手液的需求量逐渐增加。

于是市场上出现了越来越多的洗手液。品类众多，但效果各不一样，且有一定的限制，就是大多洗手液都需要有清水可以冲洗，如果用清水清洗不净时就会有残留物，对饮食的质量产生影响;而且大多都含有酒精等腐蚀性成分，过量使用会伤手。

在这种情况下，xxxxx有限公司研发了“xxx消毒液系列”。采用独特新型“零损伤”配方，在卫生领域掀起了消毒品的绿色革命。本消毒液系列产品，靠“离子电荷间吸引”的方式，溶解和穿破细菌和病毒的细胞

壁、细胞膜和细胞核，导致参透性改变细菌和病毒的细胞成份而致使其迅速分解而死亡，从而达到安全、高效、消毒、灭菌的效果。本产品品质处于国际水平，采用新型“复合季铵盐”配方，通过国内外八家机构部门检验认证，中国国家卫生部正式批准生产的新型、高科技、搞品质的“xxx”系列消毒清洗剂产品。

“xxx部免洗消毒液”还以小瓶装，方便携带，且免洗等优点进军xx市洗手液市场，相信争中将会凸显其优势，占领一定的市场份额。

一，现状分析

1，宏观分析：

随着人们生活水平逐步的改善，人们对健康越来越重视。xx市是一个人口众多的大城市，大学生和上班族所占的比例也非常大，而且他们的健康意识更加的强，加上近几年各种流行性疾病的爆发，大家都养成了勤洗手的好习惯，洗手液也因此成了他们他们日常必需的生活用品，因此洗手液的市场越来越大，竞争也会越来越激烈。

2，微观分析：

(1)市场潜量。通过分析可以看出，这是一个潜力巨大的市场。我国人口众多，是一个非常巨大的消费市场，加上近几年“非典”“禽流感”“甲流”的爆发，人们越来越重视通过清洁卫生来预防各种疾病，卫生意识进一步加强，特别是易接触感染细菌的手部的清洁，所以洗手液的需求量将大增。

(2)竞争者。目前洗手液市场上种类繁多，竞争激烈。其中蓝月亮、威露士、舒肤佳、滴露等几个大品牌占有了该市场的绝大部分份额，且每种品牌都有自己的特点和优势，要想一下子打破这种格局，迅速占领市场是比较困难的。所以要发展好“xxx”本身的长处尽可能开拓蓝海市场。例如：通过调查，其他大部分品牌的洗手液都含有酒精等其它腐蚀性成份，而且大多都是大容量装的的沐浴露型的，而“xxx”在这方面又有了自己的特色，小容量装，方便易于携带，且是喷雾型、泡沫型，免洗的。(3)消费者的特点。对象是大学生和上班族，他们的卫生意识比较强，对疾病防范意识也很强，讲究日常生活及环境卫生已成为他们的自觉行为，因此洗手液也越来越成为他们不可缺少的东西，但洗手液的效果、品牌、价格会影响他们的选择。

通过调查，我们发现对于洗手液，大学生和上班族主要注重产品的效果和品牌(如图1)而价格却在其次，但单从价格上讲学生和上班族所愿意支付的价钱也有一定的差别。学生没有经济来源，一般不能接受较高价格的产品，比较青睐产品是否价廉物美;而上班族有一定的经济来源，一般主要质量好、效果好、品牌好较高的价格也能接受。

3，分析结果：

(1)优势：xxx洗手液不添加酒精等其他腐蚀性成份，使用时不用取水清洗、无刺激不伤手、杀菌能力好，且小瓶装、方便携带，适合年轻一族，而恰好年轻一族卫生意识比较强，这样洗手液就成了他们的必需品，且人们追求新鲜感，市场前景好。

(2)劣势：xxx的品牌效应还不足，难以与其他大品牌展开激烈的竞争，而且价格又比较贵，一般消费者难以接受。

(3)机会：由于各种流行疾病的肆虐，洗手液市场还有待开发，只要加大力度宣传，突出产品的优势让消费者了解接受，一定能够打出自己的一片天。(4)威胁：其他厂商也注意到了这一市场，其他厂商的产品也有独到之处，且价格比较便宜，此外各大知名品牌的竞争也带来了非常大的压力。

二，目标设定

1.策划目的将洗手液推出市场，要立足珠三角，打造出消费者喜爱的品牌，占有大份的市场份额

2.策划目标

(1)目标市场：在校大学生和年轻上班族日常清洁手部的洗手液市场(珠三角)(2)市场定位：成为大众喜爱使用的手部免洗液，3年内在珠三角洲占有30%的份额，不断地扩大我们的市场。

(3)需要解决的问题。

市场上用于消毒的品牌很多消费者对xxx品牌认识度不大学校代理这一环节的协商

宣传要找准方法，不能大做广告宣传，因为宝洁在这方面已经做得很好了

(4)可能性

a)要做好宣传，加深消费群体对我们的产品的认识b)要与学校那边搞好关系，好在那里做市场c)要开发好年轻上班族这个市场

三，产品策略

1.产品描述

我们将要出售的xxx产品的名称，规格，特点

2.特点

我们推出的洗手液目标市场是大学生和上班族，都是一些年轻，喜欢新东西的人群，为此，根据这消费群体的特性，我们的产品有以下特点：(1)精致小巧，方便携带(2)使用快捷方便(3)外观美观好看

(4)无毒、无刺激、不伤手;

3.功能

(1)本品为液体状，能有效杀灭手部细菌和异味;(2)ph值中性;

(3)蕴含芦荟萃取精华，对皮肤起到长时间保湿作用(4)能瞬间杀死病菌

4.主要成份

双烷基甲基双链复合季铵盐，有效成份含量1.9%-2.1%

5.使用方法

喷雾涂抹，将消毒液适量喷在手部轻揉，即可达到消毒

6.包装

我们采用喷雾小品装来包装，这样放便消费者携带，做到无时无地都可以保持手部清

四，价格策略

1.定价策略

因为我们的产品市场是在校大学生和年轻上班族，我们将会使用中档价进入市场，更好的打造我们的品牌声誉。

2.市场现状

现在市场上的洗手液都是以沐浴型为主，而且价格为10到20元＼250ml

3.价格因素

我们产品定价考虑了一下因素：生产成本，包装设计成本，同类产品的价格，宣传费，管理费，合理利润，运输费，代理费，调查费

4.最终定价

根据我们的市场定位和价格因素，我们将会把本产品最终价格定位：22元＼60ml。供货价为10.6元

五，渠道策略

为了让xxx手部免洗消毒清洗液能够尽快xx市市的白领市场和大学生市场，提高市场占有率，我们选择了间接，直接的销售渠道并行，即把产品提供给零售商，经销商等中间商，同时，在广大百货商场和超市都会设置一个特定的柜台，方便消费者购买。为了能够我们公司的整体形象，我们要求所有的工作人员都统一服装，保持整洁的仪容仪表。除此之外，为了防止产品脱销，或供不应求，我们能够及时补充产品，我们组织了一个庞大的运输队伍，假如有以上事情发生，我们会立刻从上海把产品运输到xx市提供给各大中间商和我们的产品柜台。我们承诺，我们一定把质的产品与服务提高给消费者。

六，推广策略

1.推广目标：

使消费者意识到手部消毒的重要性，树立xxx品牌的品牌形象，进而逐步提高xxx手部免洗消毒液的销量。2.推广组合采取广告、公关、营业推广的组合方式。3.推广计划

举行一场名为“xxx手部消毒知识讲座”的活动，向社会介绍xxx产品的优点，树立品牌形象，介绍公司的经营理念;时间定为1年，从2024年x月1日开始至202x年2月1日止;与广告同步推出产品。活动口号为“温馨、健康家庭的秘密”。(1)品牌认知活动：

内容：向目标群体介绍xxx公司的优势、手部消毒的重要性。方式：知识讲座

时间：2024年x月1日开始至202x年x月1日止(2)重复认知活动：

内容：突出xxx手部免洗消毒液的特色之处及功能。方式：知识竞赛

时间：2024年x月1日开始至202x年2月1日止(3)品牌确认活动：

内容：突出xxx手部消毒液产品的售后服务。方式：现场服务

时间：黄金假期逐渐普及成日常化。(4)广告：

内容：以xxx的名义提醒社会大众注意手部消毒。方式：辅助各类活动展开

时间：2024年x月1日开始至202x年2月1日止。

七，广告策略

1.广告目标：

树立xxx品牌的品牌形象，使社会认可xxx的产品。2.宣传对象：

xx市大学生和白领。3.广告表现计划：

(1)传递的信息：xxx是清洁消毒的专家，大学生和白领的生活必备品。(2)具体手法：校园赞助活动、电视广告、报纸(3)主题：温馨、健康家庭的秘密。(4)校园赞助的建议：

通过赞助校园活动，对在校大学生进行宣传xxx是温馨、健康家庭的秘密的长远计划。大学生是未来社会消费的新力军，xxx有必要做这项工作。(5)电视广告的建议：

突出xxx手部免洗消毒液的安全性及产品有别于其他品牌的消毒产品。突出“零损伤”和免洗的特点。

八，控制与组织

为了使“xxx手部免洗消毒清洗液”能够尽快在xx市树立起良好的形象，打入xx市的白领和大学生市场，良好的管理与适度的控制，必将起到事半功倍的作用。1.组织的确定

“手部消毒液”是一个规模庞大且潜力巨大的市场，如果能打入这一市场并能占据一定地位，对我们的产品日后的发展将具有战略性的意义。从03年的“非典”到09年的“h1n1”，我们不难发现，日常生活的消毒清洁得到了越来越多的重视。特别是年轻的一代，对消毒品的需求更是难以忽视。因此，我们决定成立专门的机构，对我们的产品的营销进行管理和控制。这专门机构是由各部门的具有丰富经验的优秀人员组成，他们的主要任务是针对市场的需求，经过研究与分析，做出满足消费者的需求的决策与安排。

2.预算(略)

3.收益预计(略)

4.计划进程表(略)

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！