# 营销策划方案范文

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-01-09

*活动方案，对具体将要进行的活动进行书面的计划，对每个步骤的详细分析，研究，以确定活动的顺利，圆满进行。下面是小编为大家带来的怎么写营销策划方案，希望大家能够喜欢!怎么写营销策划方案1一、活动主题妈妈，谢谢您!二、活动时间\_\_月\_\_日—\_\_月...*

活动方案，对具体将要进行的活动进行书面的计划，对每个步骤的详细分析，研究，以确定活动的顺利，圆满进行。下面是小编为大家带来的怎么写营销策划方案，希望大家能够喜欢!

**怎么写营销策划方案1**

一、活动主题

妈妈，谢谢您!

二、活动时间

\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日。

三、主推品类

餐饮。

四、活动内容

活动一：“送\_\_全家福”——全家的幸福是送给妈妈的礼物!

在本次活动期间，累计购物满\_\_元的顾客，凭当日有效购物凭证，即可获得价值\_\_元\_\_全家福免费摄影卡一张。每人限领一张。

领取地点：南门共享空间特设赠礼处。

活动二：“妈妈，谢谢您!”亲情特卖场

参加品类：女装、家居用品(礼品)、针织内衣。

特卖地点：南门共享空间。

特卖时间：\_\_月\_\_日—\_\_月\_\_日。

活动三：“妈妈模特秀”——天下最美丽的永远是妈妈!

地点：西广场。

时间：\_\_月\_\_日、\_\_日每天下午3：00—4：30。

注意：走秀当中会穿插现场互动问答，答对有奖。

活动四：“康乃馨送妈妈”——花香饱含儿女心。

活动时间：\_\_月\_\_日。

当日购物的顾客，凭当日单张小票(满\_\_元)即可获得康乃馨一枝。每位限领一枝。

领取地点：南门共享空间特设赠礼处。

活动四：“最像母女、母子”评比。

报名时间：\_\_月\_\_日、\_\_日。

报名地点：西门总服务台。

报名手续：报名母女或母子需持户口本及母女或母子生活合照1张(大于5寸)登记。

比赛时间：\_\_月\_\_日下午3：00开始。比赛地点：西广场。

比赛形式：现场公布。

奖项设置：

一等奖\_\_名各奖价值\_\_元奖品一份。

二等奖\_\_名各奖价值\_\_元奖品一份。

三等奖\_\_名各奖价值\_\_元奖品一份。

五、郑重声明

在本次活动期间，绝对禁止导购员私自提价、私自收银，对违反此规定的专柜，一经发现，商城将对商户处以罚款\_元!

对以上两种违规情况，进行举报者将奖励\_\_元，对现场抓获违规者的奖励\_\_元。

六、涉及结算问题的一点说明

原有结算方式不变，同时，\_\_月\_\_日“康乃馨送妈妈”活动结算流程如下：

1、顾客凭当日单张机制小票(消费满\_\_元)到赠礼处领取康乃馨。

2、工作人员验证小票合法性。

3、分部门(机制小票的部门前三位)登记即每部门一张《赠花登记单》，登记销售码、导购员编号两项内容。

4、在机制小票上盖赠品已领章(或字样)。

5、给顾客康乃馨一支。

6、\_\_月\_\_日一上班，赠礼人员将\_\_月\_\_日的《赠花登记单》交财务。

7、财务根据登记的销售码，查询所属供应商将供应商编码登记在《赠花登记单》指定位置。当日11：00前传递给各相应部门主管。

8、部门主管负责找导购员核对销售记录。

9、有异议与赠礼处人员联系。

10、当日18：30前核对无误，部门经理签字确认《赠花登记单》返回财务楼层会计。

11、楼层会计根据确认的《赠花登记单》录入供应商费用，每支\_\_元。

12、楼层会计将《赠花登记单》存档。

七、关于“退换货”的说明

1、顾客在本次活动及之前任何活动期间购买的商品，均不允许出现无单退换货。

2、退货：在活动期间购物的顾客，退货时商城按照其购物凭证上实际付款金额退还现金。若顾客在本次活动中已领取奖品或礼品，则需连同奖品或礼品一起退回，如已使用无法退回，顾客需交纳相应现金，现金将从退货款中直接扣除，不足部分需由顾客补足。

**怎么写营销策划方案2**

一、活动目的

主要借助“母亲节”这一事件，以“感恩”名义传播“母亲节”概念，提醒目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，而且最重要的是，我们酒店以母亲节这个活动氛围，充分渲染了酒店关爱老人、关注亲情的企业形象，使“感恩母亲”深入目标消费者情感深处，也可通过母亲节促销拉近与顾客的距离，培育良好的顾客关系，倡导亲情和感恩精神;呼唤尊老敬老的道德风尚，进一步彰显我们酒店的社会责任感，提高酒店形象，增加购买率的营销目标。

二、活动主题

真情交织亲情，今日与众不同!

母亲，是有老黄牛精神的人，日夜为我们劳碌操心，今日让她们歇一歇，一起享用一顿美味大餐，慰劳母亲，选择在\_\_餐饮餐饮!

三、母亲节活动亮点

1、争取首位效应，制造社会热门话题。

在大中城市庆祝“母亲节”已经非常普及了，但在\_\_了解这个节日的人还不多。我们酒店通过开展有关“母亲节”的活动，可以造成一定的轰动效应，使活动成为公众焦点话题。关且在首次“感恩母亲节”活动中，可以留下“\_\_餐饮让我知道母亲节”的印象和记忆，产生良好的社会效应和品牌传播价值。

2、迎合目标，消费群心理，满足情感需求。

“感恩母亲”目标人群是30—45岁之间，在政府机关、企业担任中高层的成功人士。由于公务繁忙，与家人在一起的时间一般比较少，特别是与父母在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在的情感需求。

四、母亲节活动宣传

大多数人没有过“母亲节”的习惯，为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为“母亲节”活动的正式展开做好铺垫工作。告知公众“今年五月八日是母亲节”。

第一种方式：电视台字幕，内容暂定为：

感恩母亲，母爱永恒!\_\_月\_\_日“母亲节”在\_\_餐饮，美味佳肴、精美礼品敬献天下慈母，咨询电话：\_\_。

第二种方式：根据餐饮预定本的订餐记录，查找顾客手机号码，由\_\_负责与客户进行沟通，告知客户此活动。(短信群发)

第三种方式：设计制作宣传彩页，同统一信息报做夹页一起发行，内容暂定为：

您有多久没有注意过妈妈的身体健康了?

有多少次晚回家让妈妈等到饭菜凉掉?

有多久没有像关心自己皮肤衰老问题、关心自己职业发展问题一样紧张的关心过妈妈的心情了呢?

我们总希望用对于工作与人生理想的努力，构成自己对于母爱的消解，而不是更深的体悟与呵护，但事实上，我们遗失掉了太多与妈妈执手温情的机会。

来吧，轻轻握住母亲的手，让衰老的脚步慢些向母亲靠拢，让孩子般的笑容时时地在母亲脸上绽放，很简单，从和母亲的共进温馨晚餐开始!

\_\_年\_\_月\_\_日晚上，\_\_餐饮餐饮部举办“和妈妈共进晚餐”活动，如果您想表达与众不同的孝心，如果希望和母亲享受不一样的沟通，那就快快拨打电话预定亲情晚餐吧!

活动当天，您和您的家人可以享受到来自\_\_餐饮的精美佳肴，更能够获得一份来自\_\_餐饮餐饮的节日礼品!相信这个“母亲节”一定会让您和您的妈妈留下一份永恒的美好回忆!

活动时间：\_\_年\_\_月\_\_日。

活动地址：\_\_餐饮餐饮总店。

订餐电话：\_\_—\_\_。

五、母亲节活动方案

1)场地布置。

2)根据预订情况，准备相应数量的康乃馨，凡到店的女士均赠送鲜花一朵。

3)当日的背景音乐播放《独光里的妈妈》、《懂你》等歌颂母亲的曲子渲染节日气氛(需提前准备)。

4)对当天过生日的母亲，在出示身份证确认后还将送上一碗长寿面和生日礼物(暂定)。

**怎么写营销策划方案3**

\_\_开办以来一向都是以函件业务作为“当家花旦”，\_\_业务同时是国家重要的社会公用事业，\_\_网络也是国家重要的通信基础设施。

而\_\_贺卡业务是推动函件业务发展的主要亮点。根据吉安市\_\_局的统一部署和战略要求，为实现\_\_贺卡销售目标，现针对森林公安局\_\_贺卡营销提出如下方案：

一、营销思路

了解产品、提出亮点、吸引客户、主动出击、推销宣传、确保任务

二、营销目标

计划目标：销售\_\_贺卡\_\_份

三、营销方法

(一)了解\_\_贺卡含义的理解

每一份贺卡它的诞生就如同一个新生儿，它每一句话、每一个字都有十分深刻的含义，我们要相信“世界上没有卖不出的货，仅有卖不出的货的人”，可是如果我们不了解自我的产品，那么我们要如何推销。

(二)提出亮点，吸引客户

在我们充分的了解\_\_贺卡的含义后，这时我们就应当根据它的含义，提出亮点来吸引客户，现如今人们大多使用电脑贺卡，可是电脑贺卡存在很多缺点，也不能够充分展现祝福人的心意，独立在电脑上制作贺卡，也不是一个简单的程序，很多人都不具备这种技术。而\_\_贺卡的特点在此就体现出来了，它不仅仅是一张卡片、一张纸，而是一份能够充分体现祝福人心意的传递者，而我们此类贺卡主要是针对森林安全的宣传贺卡，这就不仅仅能够表达心意，更能够展现对对方的生命安全的关注，同时又能够以一种独特的方式宣传森林安全。而对于有收藏喜好的顾客来说，这套独特的森林安全宣传贺卡，更加是别具特色。

(三)了解客户，主动出击

我们的最终目标客户是吉安市全体人民，目的是向人民宣传森林安全知识，那么我们就应当充分了解人民的想法，其实人民的想法十分简单就是：合家平安，我们能够抓住这个重点，结合我们此类森林安全宣传贺卡的特色，不仅仅能够到达宣传森林安全的力度，同时还能够提高大家森林安全人人有责的意识，人人关注森林安全，那么就能够确保合家平安。

(四)推销宣传、确保任务

由于我们的\_\_贺卡的缺点是静物，不能跳出来告诉大家，它诞生了，它在那里。为此我们在宣传上头需要加大力度，我们能够经过对外板报等方式向大家宣传，它的存在，它的价值，强化它的亮点特色，让它的价值深入到顾客的心中，吸引顾客主动购买。

**怎么写营销策划方案4**

1.产品概述

壁纸漆也称为液体壁纸、幻图漆或印花涂料，属一种新型内墙装饰水性艺术涂料，该产品填补了墙面单色无图的缺陷，有着比墙纸质更好且价更低的优点。产品绿色环保，施工过程中经过产品专用施工模具，以其独特的施工手法和工艺，使其到达真正的无缝连接。产品还有着不易剥落，起皮，开裂，易清洗等优点，将逐步替代传统墙纸。

2.产品特点

健康环保

产品异常提取天然贝壳类生物壳体内表层物及各类环保乳液和助剂，精心研制而成。无毒无味，健康环保。由于产品选择综合性品质优良的环保原材料，原料有着天然环保性能，产品必然也能够到达真正天然环保性。

色彩独特

运用壁纸漆装饰出来的图案色彩均匀，有着很强的光泽度，在自然光的反射下呈现出不一样的绚丽色彩，营造出温馨而和谐的情感空间。

图形丰富

多姿多彩的花型图案独具特色，引领时尚的风格缔造，可满足各阶层消费者的不一样需求，并可根据用户的特殊需求设计花型。

理性优越

采用有着卓越的耐用久性的基料，优质的抗碱防霉材料，阻止基材碱性物质析出造成涂膜脱落或泛碱，产品施工属无缝连接。不易剥落、起皮、开裂的理化性能是被替代产品壁纸所不能到达的。并且表面的污迹易于清洁，可时时坚持墙面的完美整洁。

易于施工

简单的施工流程，一学即会，极易上手，双人配合施工，完整的施工作业面上一天可施工完成几百个平米的墙面。一次性施工即可到达梦想效果，二次施工方便，仅需涂刷覆盖涂料。

3.产品用涂

液体壁纸漆用途甚广，用于家居、办公场所、宾馆、酒店、别墅、茶馆、西餐厅等等，它为传统壁纸的替代品，有着与之更广的用途。

**怎么写营销策划方案5**

一、经营要有创新思维

社会越发展，市场越细分，餐厅经营越应当专业化。我国近年来餐厅产品雷同、千篇一律、百店一格的现象比较突出，致使餐厅间竞争愈演愈烈，导致成本上升，效益下降。消费者需求的多样化，要求餐厅产品也必须多元化。餐厅硬件不能一味攀比豪华、气派、大而全，而应当立足于在有限的投资中尽量设计出各自不一样的风格、品味、气氛和文化特色。餐厅软件也要在具备“老三化”(规范化、标准化、程序化)的基础之上做到“新三化”(个性化、特色化、形象化)。餐厅如果不去进行这种创新改造工作，就会被市场无情地淘汰。餐厅创新要遵照顾客的要求去进行，充分征求顾客的意见，听取多方面的反映。对于老顾客应主动征求改善意见，及时改善工作，使老顾客不断感受到新的服务和新的变化，提升他们对产品的忠诚度。对于新顾客要加强宣传餐厅的功能特色，突出与其他餐厅不一样的地方。要留住顾客，产品就必须有变化、有创新、有突破。餐厅若要表现出与众不一样的差异性，最容易的突破点就是文化。文化的地域特点异常明显，入住的客人绝大多数是异地客人，且越高客人与餐厅所在地的距离往往越远，文化差异性也就越大。餐厅能够在房屋造形、室内装修、服务人员服饰、服务形式、饮食文化、背景音乐、娱乐活动等方面突出表现本地方特点，吸引顾客选择自我的餐厅消费。餐厅供给的是生活服务，客人的一般心理总是求新、求异、求变的，对于异地的各种文化往往表现得乐意理解。如果在服务中一味去迎合客人原有的生活方式，不必须能取得梦想效果。因为客人来自四面八方，程式化的模式不可能适应所有客人，有时候客人也许会觉得这种迎合是一种蹩脚的服务。当然，创新服务不能强加于人，要给客人供给多种选择的余地，并尊重客人的选择，做好个性化服务。

二、打好经营基础

餐厅经营的基础能够概括为“一个中心”和“两个基本点”。

1、餐厅经营的“一个中心”。餐厅经营的中心是市场，是目标顾客。餐厅必须关注市场，以市场为导向，围绕市场开展工作。餐厅以市场为中心就是要遵循市场规律，做好市场调查，了解市场需求，不能靠主观臆测进行经营，而要随市场变化及时调整经营策略，有目的的开展餐厅经营活动。

2、餐厅经营的“两个基本点”。市场经济无时无刻不存在竞争，有时竞争还是十分残酷的。餐厅要在激烈的竞争中获胜，必须首先练好内功，把企业内部各方面的工作管理好、协调好，才能增强经营实力，在变幻莫测的市场中立于不败之地。要做到这一点，就要在培育和造就高素质的员工队伍以及树立正确的经营理念上狠下工夫。这是餐厅经营的两个基本点。餐厅服务的生产与消费是同时发生的，客人与供给服务的员工接触也是多层面和广泛的。没有一流的员工，就不会有一流的服务;没有满意的员工，就不会有满意的客人。员工是餐厅最宝贵的财富和资源。培育和造就具备良好素质，丰富知识，娴熟技能，规范礼仪，诚信商业道德和热忱工作态度的员工队伍是餐厅经营最根本的工作。餐厅是传统的服务行业，服务要尊客为上，让顾客来到餐厅切实感受到宾至如归、处处满意。做到这点，就要在餐厅上下全面推行“宾客至上”的经营理念，树立“使顾客满意为第一己任”的工作理念，全方位为顾客着想和服务，从思想建设上奠定良好的经营基础。

三、做好餐厅内部营销

餐厅内部营销就是餐厅内部全员促销，这是餐厅营销的继续和延伸，是节俭营销成本的形式。

首先，内部促销是面向已经入住的客人或老顾客进行的促销，稳住已有的顾客就是稳住已有的市场份额。其次，内部促销不需要专职人员，与外部促销活动相比既容易又方便。从总经理到服务员，从前台到后台，人人都可参与，餐厅全员都是义务推销员。只要把全体员工的进取性、主动性调动起来，再适当地掌握一些方法和技巧，餐厅就会构成强大的内部推销力量。再其次，内部促销不需要专门的经费投入。它不象广告、公关等要有专项经费开支，而是在完成本职工作的同时，不失时机地、恰到好处地向客人推销，只需多一些灵活的方法、语言技巧和形式的变换而已。这是成本最低，见效最快的促销手段。另外，内部促销不受任何限制，在服务过程中随时随地都能够展开促销，十分便捷。所以，内部促销是一种十分有效的营销。它是外部促销的一种延伸。内部促销取得成效的保证是服务的优质化。仅有优质的服务才会令客人满意，才能让客人乐于理解内部促销的诱导，愿意增加消费和再次消费。此外，建立健全一套激励内部促销机制是做好内部促销、树立全员营销意识的制度保证。[\_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！