# 怎么制定营销策划方案范文

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-02-05

*为了确保事情或工作科学有序进行，时常需要预先制定一份周密的方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。下面是小编为大家带来的怎么制定营销策划方案，希望大家能够喜欢!怎么制定营销策划方案1\_\_达科技有限公司，成立于20\_\_年\_...*

为了确保事情或工作科学有序进行，时常需要预先制定一份周密的方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。下面是小编为大家带来的怎么制定营销策划方案，希望大家能够喜欢!

**怎么制定营销策划方案1**

\_\_达科技有限公司，成立于20\_\_年\_\_月\_\_日，一直致力于互联网营销策划、推广、应用技术的顾问式外包服务解决方案提供商，为中小型企业、事业单位提供营销型网站建设、推广、搜索引擎SEO、电商系统等相关服务。几年来，通过全体员工的共同努力，逐渐成为专业品牌代理，本着诚信为本、积极开拓、优质服务的精神和专业、用心、负责的理念开始了观祥全面发展的新时期，在探索中发展，在创新中前行。

说了这么多命名法则，在举例几个品牌命名的公式，帮你更好的做出一个合格的品牌名。

1、场景命名。针对凸显品牌定位的命名，给用户构造一定的使用场景，思考用户都是在什么情况下可能使用产品。如：十点读书。

2、产品服务命名。直接告诉用户，你的产品是什么，越容易理解越好。如果你的产品是大众熟知的，直接告诉用户你要提供的产品作为品牌名，如绝味鸭脖、优信二手车，如果你的产品小众，就用垂直行业来命名，如：汽车之家、保险在家。

3、主要产品有：网站开发，关键词推广，网站推广，网页设计，营销，网络宣传，网站优化，建站，网站建设，网站在线商城，关键词排名，网站维护，营销策划，英文网站制作，朋友圈广告，网站搭建，网站定制开发，网络策划，阿里巴巴托管，网站设计，网站制作，SEM，关键词优化，SEO，外贸营销，竞价推广，做网站，搜索引擎推广，电子商务网站开发，门户网站开发，wap网站开发，seo搜索推广，网站搜索推广-读取一个键后，服务器会更新键LRU(后一次使用)时间，这个值可以计算键的空闲时间，使用OBJECTidletime来查看键的空闲时间-如果服务器在读取一个键时发现键已经过期，服务器会先删除这个过期键，然后执行其他操作。-如果客户端使用watch命令来监视某个键，那么服务器在对被监视的键进行修改之后，会将这个键标记为脏(dirty)，让事物程序注意到这个键被修改了。除了互联网的其它运营渠道之外，直接的是通过网站优化获得流量，让网站在搜索引擎中有更多的率，这就需要专门的运营团队进行网站管理，尽可能地使网站产品搜索关键词排名靠前，获得点击率以促成转化率。

4、网站长期维护。网站一开始做得好也不能马上见到效益，无论是运营还是后期的发展，都有可能会遇到大大小小的问题，如受到攻击或者恶意竞争，导致网站的不稳定等，因此专门的网站管理还是必须的;另外，排名优化只有在维护得好的情况下，才能长期为网站带来效益。

服务理念：

我们向我们的客户。

我们是客户值得信赖的伙伴。

我们向客户提供能够提高其工作效率的科学咨询。

我们始终如一的提高我们专业水准并扩展我们的服务范围。

客户服务：

我们利用我们公司所有的资源全部的专业技术向客户提供服务。我们是客户的专业合作伙伴，为客户提供可靠的解决方案。

我们力求成为客户的长期业务伙伴。

结语：如果我们在网站平时的维护或者推广过程中，时时注意到上述的这几个点，相信慢慢的自己的网站一定能积累自己想要的客户，也自然而然的受到外界的认可，不仅仅是用户成交方面，而且很有可能在于seo网站排名方面也有可能具有出其不意的效果!现在这个时代不仅是产能过甚，产品同质化严重。网络营销人员基本上大同小异，正是因为营销人才太多，所以很多网络营销人才面临着找不到工作的问题。

**怎么制定营销策划方案2**

随着世界经济体发展的一体化，中国企业在世界经济体中扮演越来越重要的角色，如何在竞争越来越激烈的国际市场站稳脚跟，如何找到适合自己企业的外贸营销模式，这是我们外贸人要针对自己所在的企业结合具体情况进行不断的探索。

一、展会营销

1.展会的优势

展会是最重要的寻找客户的方式，大的采购商都会去专业的展会去采购自己所需要的产品。展会的优势是面对面的交流，我们常说做业务是打一百个电话，不如和客户进行一次面对面的交流。面对面的交流能让客户更加直观的感受我们优质的产品和专业的服务，进而增强彼此之间的信任。

2.展会的选择

(1)广交会。广交会一年两届，至今已经举办了一百多届，在整个国际上都是影响比较大的综合性展会，许多国外的采购商和国内的贸易公司都会去广交会采购。广交会的优势是价格比较便宜，针对性强，综合性价比较高。

(2)国内专业的展会。国内有许多专业的展会，这些展会目标明确，客户群体比较专业。虽然是针对国内市场较多，但现在国内的专业展会也越来越国际化，许多在国内的外贸公司会到这些专业的展会进行采购。

(3)国外的展会。国外的展会分两种，一种是专业的国际性的展会，比如德国的法兰克福和美国的拉斯维加斯，都是国际性展会的中心;还有一种是针对某个市场的专业展会，如果你想开拓某个区域的市场，就可以考虑参加那个地区的有影响的展会，比如迪拜和埃及开罗的展会就针对中东地区强一点。国外的展会劣势是费用比较高，选择的时候一定要慎重。

3.参展注意事项

(1)做好参展前的前期宣传，通过各种方式邀请潜在客户到展会参观。

(2)参展的准备工作，比如公司的产品的catalog，产品的样品，产品的布展，参展人员的选择与培训等。

(3)参展后的客户跟踪。参加一次展会，公司要消耗不少的财力，所以一定要做好参展后的客户跟踪。

二、网络营销

网络改变世界，也改变了商人做生意的方式。网络让采购商更容易找到供应商，采购更多选择的同时，也让供应商的竞争更加激烈。

1.企业英文网站

做外贸的企业，一定有个属于自己企业的英文网站，域名要简洁专业，便于企业搜索引擎的优化。网站制作的整体方案可以参考行业内的国外知名企业网站。

2收费B2B的选择

在选择收费B2B网站的时候，一定要根据企业所要针对的市场有的放矢的去选择。

3.免费的B2B网站

免费的B2B也能带来一些订单，但是我认为更重要的是对企业的宣传。很多B2B网站为了提高自身企业的知名度，都在许多搜素引擎上做的SEO优化。当客户在google上搜索产品是，也能搜索到企业。

4.搜索引擎营销

(1)目前比较流行的做法是搜索引擎优化SEO和点击收费的PPC。客户在网络上寻找供应商的时候，一种方式是通过B2B上来寻找，还有一种方式就是通过Google的搜索供应商。

(2)通过英文的搜索引擎来搜索客户，比如Googel和MSN。搜索的方法是产品关键字加邮箱后缀。

5.邮件营销

通过各种方式寻找目标客户的邮箱，比如网上搜索，行业黄页，还有海关数据，物流公司的数据。找到邮件之后要坚持不屑的发邮件，对客户的询盘要积极回复。

三、与贸易公司合作

与在中国的贸易公司合作，更为方便。许多贸易公司都选择在国内出口较为发达的城市，比如广州和义乌。拒不完全统计，在广州从事进出口的外国人超过十几万。

1.通过网络搜索国内的进出口公司，可以通过电话和邮件来寻找目标客户。

2.贸易公司比较喜欢扎堆，比如黑人贸易公司比较集中的地方在广州的天秀大厦，印度的贸易公司比较集中的是在天河北和淘金路，阿拉伯人的贸易公司集中在中山八路比较多。

必要的时候，可以上门派发产品彩色和名片。

3.与物流公司合作。物流公司也掌握不小客户资料，通过他们找到客户资料，可以给物流公司相应的回报，比如可以通过该物流公司出货，也可以给他提成。

四、海外媒体广告

这个可能是目前很多小企业还很难做到的，但是许多中型企业都是要长远考虑的问题，目前国内也有很多国外的媒体代理，尤其是专业的行业媒体杂志。

以上综述只是我对外贸营销的想法和多年外贸实战的经验，具体的企业在做的时候结合自身的实际情况来做外贸营销，里面还有诸多问题没有提到，比如产品品牌价值的提升，中国企业未来的外贸发展方向就是要提升自身产品的核心竞争力，通过市场营销来提高产品在国际市场的品牌价值。

**怎么制定营销策划方案3**

一、目的

我们已经知道打击竞争对手的方略，通过打击竞争品牌，我们在新近开业的店中已占有非常好的优势，但对已经成功运营一段时间竞争对手，我们前期的打击并不能直接影响到我们的营业额，所以需要本篇补充方案，以便能抢夺，缩小些类竞争对手的市场，同时达到打击竞争对手的目的。

二、抢夺前的准备工作

在任何活动开展的前，单店应在商圈内对竞争对手作前期调查，并分出主要竞争对手和次要竞争对手，主要竞争对手的调查包含：装修定位档次、菜品价格定位、竟争对手卖点、服务质量、卫生等，营运流程、营业额、上座率、广告策略、促销策略等。依据此类市场调查结果进行分析，制定我们的抢夺计划。

三、抢夺略策

(一)单店的装修定位。

1、单店的装修风格执行总部标准，即具有鲜明的个性，又能突出文化氛围。(档次高的店有匾、诗赋、字画、浮雕等)

2、在装饰材料及施工工艺上不能过于粗糙。

3、上规模、上档次的单店相对竞争力大，单店的包间可以设一个贵宾房(器皿可考虑金器或银器)以吸引既定客户，同时可以起到广告效应，在行业中制造影响。

4、800㎡以上的单店可考虑增设演奏台：①民乐演奏(古筝、扬琴、二胡等);②时装模特表演、歌手演唱，以增加气氛、稳住客源。

(二)价格定位。

价格是最敏感的调节杠杆，我们单店应视自身的情况进行价格定位，我们的定价标准不参考次级竞争对手，主要参考同等档次的主要竞争对手，价格略低于此类竞争对手，决对不能高于竞争对手或者在主打产品上进行特价销售，(其它差价基本相同)在服务或优惠措施上优胜于对手。

(三)分析竞争对手的优势、劣势。

商圈内的竞争对手优势、劣势我们从重要因素和非重要因素两个方面来分析，重要因素如：环境、卫生、菜品、服务等。非重要因素主要是指补充、辅助措施，如一些非重大的优惠措施等;在众多的重要因素中我们的竞争对手已经具备(价格上的差异是我们的诉求点)，因此我们的细则必须在非重要因素(辅助因素)中找到竟争对手的不足，如竞争对手有无停车场、洗车服务;小吃品种的多少，是否有儿童、妇女喜欢的食品;团体有无车辆接送;店堂内是否有绿色植物;服务的延伸;是否有祝词礼物赠送;小礼物的别出心裁等。

为了使我们的单店经理具备一种理念和实施思路，下面简单地介绍一种“象限分析模型”的理论，希望总部传达的理论能给我们的单店经理有启示。

修补区优势区优势区：(重要程度高)是单店优点，需要加以保持。

机会区维持区修补区：(重要程度高)单店在这方面表现比较差，需要重点修补、改进。

机会区：(重要程度低)单店在这方面表现比较差，消费者和竞争对手包括我们的单店都忽略了，我们的单店可以挖掘这方面的机会，了解我们顾客群的满意度，吸引潜在客户。

维持区：(重要程度低)单店在这方面表现比较好，对单店的实际意义不大，不需要花太大的功夫。

下面针对以上理论做几例应用举例：

1、用餐赠书或光碟活动。

细则：消费满\_\_元，赠送\_\_元的书或光碟。

这种方案对知识文化时代的人们会很有吸引力，无论在读书或听光碟(印有红门宣传资料或祝词等)时均能想到我们单店，并且在顾客和他们的朋友交流中会多次提到我们单店，吸引另外一些朋友成为我们的顾客，这种方式很符合我们单店，吸引另外一些朋友成为我们的顾客，这种方式很符合我们单店浓浓的文化氛围。

2、如果对方米饭收钱的话，咱们的米饭就采用免费，如果竟争对手的米饭不收钱，那咱们单店的米饭则要用优质进口米做成，如泰国香米、东北大米等，突出自己的特点。

3、店的小吃多样化并适时添加新的特色品种，如果竞争对手每天只提供一种水果拼盘，那我们单店则提供多种水果拼盘拱顾客选择。

4、可制作“收银袋”，收银袋上印刷我们单店的有关介绍和订坐电话，用于装收银台找补给客人的零钱，既卫生又方便，并且起到宣传单店的作用。

5、如果竞争对手就餐大厅或包间无娱乐设施或场地，那我们单店可以在大厅等合适位置开辟一个演奏台，拱顾客娱乐和节目主持之用。

6、如果竞争对手开餐前无开胃菜或只有一种(泡菜、咸菜)，那我们可考虑开餐前送两种或以上的开胃菜(茴香豆、花生米、泡黄瓜、荠头、蒜头等)。

7、包括我们前面说的开辟“豪华包间”也是机会区的一种创新。

等等一系列方法来寻找打击竞争对手的机会点，前提必须是“修补区”的劣势得到了根本的改观。

(四)单店的宣传。

单店宣传的目的是提高知晓度和美誉度，主要通过广告宣传的方式提高知晓度，如报纸、电视、广播、路牌、短信等广告途径来加以实现。通过公益活动，如赞助、捐款、慰问等方式来提高单店的美誉度。另外通过提高顾客的满意度也可以达到提升单店品牌的作用。

(五)寻找卖点。

卖点主要是能够吸收顾客的细节，如果竞争对手的某个卖点收效很大，单店应立即进行初步模仿，如果竞争对手不立即创新，那么他的卖点将被我们淡化，同时我们的单店在价格传播途径上下些功夫，反而成了竞争对手头痛的卖点，此方法是消极被动的办法，积极的方法是单店根据周边环境的特点来寻找卖点，如低价促销酒水，创新菜品，创新服务，客服配套措施等方法，此类方法不断更新，以免竞争对手跟风。

(六)建立营销队伍，多渠道开展行销策略。

1、建立营销队伍。单店经理也应是出色的营销员，是行销队伍的，全体员工都应是单店的行销员，开展全员营销。店经理、楼面、执行经理起主要作用，也是核心力量，内抓管理，外拓市场。总店的营销方案在单店执行必须有单店营销团体的评估和预测，有必要的话需要进行补充和创新。

2、建立兼职营销队伍。列名单、排名单：

A、列出要好的、具有一定社会关系的朋友，通过他们经常“带客(或推荐)消费”。

B、可联系娱乐、休闲场所的工作人员发邀请卡或优惠卡，按实际的消费给予他们适当的提成或分红。

当然建立兼职营销队伍的途径不一而足，主要是单店根据当地的市场和店方的情况来选择自己合适的方式。

渠道营销不是新概念，单店通过的渠道也就是总部所提供的促销方式和传播途径，使用立体宣传和促销来达到抢夺竞争对手市场的目的。

(七)经常促销。

某些竞争对手在玻璃幕墙上贴“吃100，送50”的镂空及时贴，作为常年促销手段和宣传方式，这种促销方式降低了店方优惠措施在顾客心中的含金量，所以我们不建议采用此种方式，而是充分利用各节假日及其他活动日来展开促销活动，打击竞争对手，这方面我们的《企划手册》已做了比较全面的提示，当然不同民族地区的当地庆祝日和庆祝方式有不同的特色，店方可根据当地实际另外寻找新的促销点。

(八)建立客户档案。

总部提供的客户档案表，单店按表格内容详细记录顾客信息，并存档，定期回访，请主要客户参与店方的促销活动，加强公关工作。

四、总评

无论哪种抢夺措施，必须作有效的评估，事后便于总结提高，每次打击行动不必面面俱到，但必须有重点、有策略。

**怎么制定营销策划方案4**

一、用特价菜，弥补不足

“淡季”这段时间，大多数餐饮店的营业额都会有不同程度的下滑，但是，要认清淡季餐饮的特征，推出有针对性的促销，就会“淡季不淡”。特价菜是最简单直接有效，虽然消费旺季已过，名贵的菜可以只有等着春节再吃，但人总是要吃饭的，普通实惠的菜也会吸引部分顾客。每日数款特价菜，不仅可以笼络人心，还能保增长，减少几道菜式的利润，通过其他出品来弥补。不少餐馆的促销活动本身就是亏本生意，但通过拉拢人气，带动其它消费，做足量的文章，让酒店保本维持着，以顺利度过淡季。

二、策划美食节，带旺人气

人为地造节又是食肆应付淡季有力的一招，前段时间，各大餐馆的店庆、美食节相当频繁，这都是拉抬人气的好办法，如“\_\_”在淡季推出主题“\_\_美食节”，\_\_宾馆举行“\_\_海鲜美食节”、\_\_街举办“\_\_节”即是如此，更有甚者，餐厅还推出“三人行，免费一人”的优惠活动。“买二送一”变相推广，自是比直接打折高明得多，这些不同主题的活动，让餐馆赚足了人气。举办美食节的目的，旨在吸引客流，提升营业额，往往是噱头，以某一核心食材原料，通过各种烹饪手法的运用，将其整体解构，并以一席“全羊宴”、“全牛宴”等方式呈现，如此让食客大饱口福，食肆名利双收，两全齐美。还有，物以稀为贵，再平常的食材，只要限量供应，总会有人欣赏。根据消费者的心态，有些酒楼在城中走偏锋，对一些特殊食材只限量供应10份，售完即止，逾期不候，将消费者的胃口吊起来。

三、数字促销，带动年青消费

为了让食客来多几次，变为熟客，经营者亦是花不少心思，此期间除了打折、vip卡优惠、送果盘等惯例外，经营者还可瞄准新势力——针对经常上网的年青消费群的生活方式，在网络上搞促销，如网络订餐、电子优惠券，或与银行捆绑合作，推出刷卡优惠活动。物业与企业联手推出网上电子优惠券，打印出来后就可以凭券去消费，可当作现金使用，迎合了不少年轻人的消费需求。

四、淡季整修翻新，增加时尚元素

不少餐馆选择在淡季的时候，把店面装修翻新，使得酒店在软硬件方面，缩短和其它酒楼的差距，重新打扮得分，这不失为上策。从10月中旬开始，\_\_等纷纷对酒店进行局部改造，有的甚至是全面翻新，准备以全新的面貌迎接旺季的到来，这些餐馆的负责人认为，现在的餐饮竞争如此激烈，消费者对环境相当看重，只有不间断地通过对餐馆的翻新，可以不断地增加餐饮行业中的流行元素，顺利完成的企业转型，这样才能让企业立于不败之地。

五、体验消费，完善不足

淡季里，营销工作重点可归纳为三个方面：

1、老客户的维护。

2、新客源的开发。

3、品牌形象的塑造。

要做好这三方面的工作，适度的营销成本是必不可少。餐厅可通过与顾客面对面交流、电话沟通、填写调查表单的形式获得顾客意见，也可以邀请朋友以顾客的身份，对餐厅的进行体验感受。只有将餐厅存在的问题针对性解决了，再辅助符合餐厅现状，以及受当地消费者热衷的营销策划，就能将餐厅的生气炒热。一个有实力，受消费者追捧的餐厅，在一年四季生意差距并不会太大，只是冬季更火爆。

六、巧借文化牌

城中的食肆无论是出品，还是食材都无明显优势，怎样才能保增长?于是有的就打起“文化牌”，“经济搭台，文化唱戏”，在饮食文化上动脑筋。月初，某店以经营鸡为主的老板，偶然得到顾客为酒楼题的上联，当下老板就迅速启动悬赏万元征下联，在城中引起不少关注。到月底，餐厅共接到300多名参与者，为公平起见，老板还专门请来大学教授做评委。这种方式，借题发挥，既宣传了酒店的特色菜，也拉来了潜在顾客。淡季营销不但要把眼睛瞄准对手，瞄准自己和产品、瞄准广告促销、更要把眼光放到整个社会环境中去。要善于抓住社会的焦点热点迅速地改变策略和行动，甚至可以不失时机的炒作自己，自己不但赚钱，而且会使声誉、知名度等品概效益直线上升。

**怎么制定营销策划方案5**

活动主题：岁末完美风暴

活动时间：x月1日——x月x日(共17个工作日)

活动内容：

一、全场商品2折起

活动期间，全场商品2——8.5折销售(\_\_楼\_\_\_\_x全场8折)

(金银珠宝饰品、名表、化妆品详细折扣请见柜内明示)

二、购物一小时幸运5分钟

2月8日——2月17日，在每天正常营业时间，每小时抽出5分钟，凡在此5分钟购物的顾客，将获得所购商品金额的半额返款。

注：

1、返款全部以赠券(A券)形式体现。

2、抽奖方法：10：10分抽取9：00——10：00时间段，11：10分抽取10：01分——11：00时间段，以此类推，晚间20：00——21：00时间段获奖结果于当日21：10分抽取，清场时间顺延，请物业公司电工、保安做好相应准备。

3、抽奖地点：6楼营销服务台抽奖现场。

4、返款地点：6楼营销服务台。

5、返款时间：当日营业时间。

6、单笔返款金额以5000元为限，5000元以上视同5000元档。

7、对奖时间以收银机制小票上打印的交易时间为准。

8、幸运中奖顾客务必凭完整购物凭证当日领取返券，过期视同自动放弃。

9、本活动所返赠券使用期限限定在2月18日——3月30日使用，过期作废。

10、抽奖结果及时在现场及广播中公布。

活动情况说明：

1、活动期间，商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担。

2、厂家或供应商要根据自己的实际情况自行确定折扣幅度，但严禁调高售价之后再打折。

3、各招商经理和客务员要对“调高售价再打折”情况进行严格监督一经发现虚假打折情况公司将按相关规定严肃处理。

4、各客务员要严格监督供应商，严禁用残次商品应付本次活动。

5、商场管理部应严把商品质量关，严防假冒或伪劣商品进场销售。

6、活动期间，赠券(A券)在6楼使用不再享受折扣。

7、凡需要举办专场特卖的供应商，所需的现场布置须提前提出书面申请，由楼层管理人员按正常卖场要求严格予以管理。

8、凡特卖场地，美工要负责形象把关，并按需求提供相应道具、进行必要美陈布置及POP提供。

9、专场特卖品牌要求必须在长春主要媒体做特卖广告宣传。

活动期间，VIP卡折扣功能暂停，积分累计功能正常使用。

活动期间，凡折扣销售商品，在价签上需明确标示原价、现价，各楼层客务员要严格检查。

各厂家或供应商进行折扣销售，在卖场悬挂条幅、营销导购等必须经营销策划部审核通过，营销策划部和商场管理部将对擅自悬挂条幅或摆设营销导购行为进行严格检查。

style=\"color:#FF0000\">怎么制定营销策划方案

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！