# 如何写企业策划合同(推荐)

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2025-05-13

*如何写企业策划合同(推荐)一企业内刊作为企业文化的重要载体，它将会给企业文化披上彩色的面纱，给企业发展、企业管理、企业员工注入新鲜的血液和活力，成为宣传企业、树立企业形象的文明窗口。(一)报纸名称报(二)报纸形式基于公司的发展规模、外部形象...*

**如何写企业策划合同(推荐)一**

企业内刊作为企业文化的重要载体，它将会给企业文化披上彩色的面纱，给企业发展、企业管理、企业员工注入新鲜的血液和活力，成为宣传企业、树立企业形象的文明窗口。

(一)报纸名称

报

(二)报纸形式

基于公司的发展规模、外部形象及宣传效应，用铜版纸彩色印刷，形式应为四开小报，每期四个版，出版周期以月为单位，每月一期，在次月的第一个星期内把报纸送到读者手中。

(三)办报方向

1.企业部门通讯、促进员工之间加强了解、交流的工具。

2.传达企业上层政策思想的载体，建立一种企业文化。

3.立足行业高度，发表行业导向观点，影响行业现状，树立行业领导者姿态。

(四)办报风格

稿件、版面编排清新悦目、健康向上、图文并茂，能够传播公司的先进文化，展现团结协作的精神风貌。

(五)关于发行

每期内刊印刷后，投放给公司董事长、总经理、副总经理、总裁助理办公室及各部室;各省市分公司(分厂)、经销商、养殖户、行政主管部门、各地专业市场、行业展会派发给准客户等。

二、办报版式

基于公司的发展规模、外部形象及宣传效应，用铜版纸彩色印刷，办刊形式应为四开小报，每期四个版，出版周期以月为单位，每月一期，在次月的第一个星期内把报纸送到读者手中。

三、成本计算

编辑人员：至少安排一名编辑人员负责报纸的采编和外联工作。工资：\*元/月

排版人员：至少安排一名排版人员负责报纸排版配合编辑人员。工资：\*元/月

印刷成本：印数xx0份，铜版纸印刷，每期印刷费用在\*元左右。新闻纸印刷，每期印刷费用在\*元左右。

稿费成本：通讯员稿费+员工投稿稿费。假设每期25篇稿件，每篇平均稿费千字40元，稿费预算在1000元左右。

四、报纸内容

通过对内刊发展趋势及国内部分知名内刊结构、内容的分析以及对本公司内刊定性及受众的分析，企业报内容将从生产、经营管理、销售、市场信息、企业形象等方面入手去丰富，具体可涵盖公司企业目标、经营理念、核心价值观、以人为本的现代企业文化管理主旨、营销战略、顾客满意战略等等诸多方面。具体栏目的设定，初步规划如下：

第一版《新闻篇》

1.国家方针、政策及行业的动态等。新闻的选择应该有行业性、亲近性、参考性，才能使报纸对读者有吸引力和可读性。新闻来源主要是网络、报纸，对选择的每一篇报道必须经过编辑人员的修改。

2.公司重大活动报道。公司当月内部事务的对外公布及公司业务业绩报道，好人好事报道。通过《公司要闻》要做到传递公司最新动态，传达管理层的最新信息，是公司活动信息交流平台。

开篇语：初刊即创刊辞。主编或公司高层撰写

稿件来源：采编人员采访或者从其他网站、报刊摘录。

第二版《技术篇》

重点介绍与企业产品相关的系列技术知识。

稿件来源：主要是向专家或技术人员约稿。

第三版《产品篇》

产品推荐：新产品、地域产品推广介绍。是展示公司产品的重要窗口，介绍企业推出的系列产品。

品牌物语：品牌故事、品牌体验、品牌观察等。

稿件来源：公司专家及技术人员供稿。

第四版《文化篇》

企业文化展示(家事、七嘴八舌、基层写真、互动空间)，这是最能凝聚员工关注点的版面。

版面稿件要求大部分是员工的作品。细分小栏目，约稿更有针对性。确定每月至少三次通过向全体员工发出约稿通知，尊重作者，允许佚名发表。稿件内容定位为亲情，友情，反映员工身边、工作中的人和事，题材多种多样，不限。文章风格轻松活泼，或是调侃幽默，具有较强的可读性。趣味性。

同时也可以刊登经营管理理念及模式、其他企业管理类文章。

稿件来源：向广大员工征稿，包括文字稿和图片稿;另外内刊编辑人员也要写一部分。

五、稿源渠道

充足的稿源是报纸的保证。创办企业内刊最头疼的问题就是稿件的数量和质量跟不上，给编辑工作带了很大的不便。不能打通稿件多渠道的来源就不能保证报纸质量。应主要从编辑人员采编、通讯员管理、员工约稿等方面入手解决问题。

(1)采编人员

组建内刊编辑部，必须有专职的采编人员。公司的活动、会议新闻由采编人员采写，采编人员不方便旁听的会议由会议记录员提供材料或是直接采写供稿，又主管领导核定。

公司的会议新闻，重大活动要及时告知采编人员跟进报道。因为如果采编人员不到现场的话，新闻内容就很难写出现场感，可读性，准确性和信息含量都会降低。

(2)通讯人员

每月按规定供稿。确定好公司的通讯人员名单，争取得到公司主要领导的支持。每个通讯员每月至少供稿两篇。制定相应的奖惩制度。

(3)员工、经销商约稿

员工约稿每月定期用向员工发出约稿通知，至少三次。制定稿费标准。版面文章尽可能多的使用员工的稿件，减少选编资料。对每篇来稿合理安排版面。

六、编委会成员

成立以文化中心为主的内刊编委会，成员名单如下：

特约顾问： 1-2名(可不聘请)

主 编：

**如何写企业策划合同(推荐)二**

随着生活水平的逐渐提高，人们对结婚的要求也越来越高，应运而生的各类婚庆企业越来越多！

一、购婚纱10000元+购小的喜庆用品（礼炮、彩带、红包、拉花、）+适当购置鲜花（扎花车、手捧花、头花、胸花）+门面+工商注册=开业

二、前期：司仪、摄像、乐队、车队、化妆、光碟刻录这些业务你手里要有一部分资源，采取挂靠、提成的办法。当然你有这方面的特长最好。

如今，各种奇异的婚典形式频繁地见于各类媒体，同时也被越来越多的年轻人所接受和认可。喜结良缘无疑是人生的一大喜事，但操办婚典却令人头痛。要把喜事办得隆重热闹而又体面省钱，自然少不了要东奔西跑，因而在许多新人及家人眼中，筹办婚礼是一件费时费力而又不得不为之事。如何少花钱也能让婚礼出新出彩，便成为筹办者最大的愿望。现在有越来越多的人将婚礼庆典交给婚庆企业打理。

据国家宏观调查的资料表明，农村每对新人结婚费用在2—10万元，城市大约在8—25万元。其中光婚礼消费就占全部费用的1/5—1/6。从最初结婚时简单地照一张二人合影、亲朋好友吃顿婚宴，到现在照成套的婚纱摄影、参加专业婚庆企业组织的庆典，可见国人婚庆观念已有了很大变化。而且几乎半数以上的新人将吉日选择在“五、一”、“十、一”、元旦、春节期间，这必然形成结婚高峰期。结婚人数的增多，促使了婚庆生意的日益火爆。x年国庆前夕，北京、上海等地婚庆企业的订单爆满，以致难以招架。如果你能提供优质的服务，定会分得婚庆服务的一块蛋糕。

婚庆的业务范围主要集中在婚礼当天的服务上，包括婚礼的择日、婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织等。

开家婚庆服务企业规模可大可小，租一间50平方米左右的门面房，安装一部办公电话，一两个助手，几张办公桌，有10万元的流动资金即可开业。

婚庆服务内容不同，收费也不同。以收费最少的鲜花、化妆为例：花店里的胸花、头花价格为100多元，而婚庆企业仅头花一项就报价100多元；一般的美容院，盘头化妆收费200元左右，而婚庆企业最低报价为300元，足以见得收益之高。

1、由于婚庆的文化与风俗具有浓厚的地方特色，因此，经营婚庆要赚钱，地方特色不能少，要在个性化和地方特色方面下功夫。

2、每次组织庆典，都送给新人有特殊意义的小礼物，能很好的树立企业良好形象。

在婚庆企业商业计划书中应该做好详细的利润分析。如今，各种奇异的婚典形式频繁地见于各类媒体，同时也被越来越多的年轻人所接受和认可、喜结良缘无疑是人生的一大喜事，但操办婚典却令人头痛、要把喜事办得隆重热闹而又体面省钱，自然少不了要东奔西跑，因而在许多新人及家人眼中，筹办婚礼是一件费时费力而又不得不为之事、如何少花钱也能让婚礼出新出彩，便成为筹办者最大的愿望、现在有越来越多的人将婚礼庆典交给婚庆企业打理、

在婚庆企业商业计划书中应该观察预测市场前景。据国家宏观调查的资料表明，农村每对新人结婚费用在2—10万元，城市大约在8—25万元、其中光婚礼消费就占全部费用的1/5—1/6、从最初结婚时简单地照一张二人合影、亲朋好友吃顿婚宴，到现在照成套的婚纱摄影、参加专业婚庆企业组织的庆典，可见国人婚庆观念已有了很大变化、而且几乎半数以上的新人将吉日选择在“五、一”、“十、一”、元旦、春节期间，这必然形成结婚高峰期、结婚人数的增多，促使了婚庆生意的日益火爆。特别是每年国庆前夕，北京、上海等地婚庆企业的订单爆满，以致难以招架、如果你能提供优质的服务，定会分得婚庆服务的一块蛋糕。

在婚庆企业商业计划书中应该详细描述投资条件，婚庆的业务范围主要集中在婚礼当天的服务上，包括婚礼的择日、婚礼主持、摄影摄像、婚纱化妆、场地布置、婚车租赁、鲜花乐队、婚宴组织等。

开家婚庆服务企业规模可大可小，租一间50平方米左右的门面房，安装一部办公电话，一两个助手，几张办公桌，有10万元的流动资金即可开业、

婚庆企业商业计划书中还要详细分析婚庆企业的效益。婚庆服务内容不同，收费也不同。以收费最少的鲜花、化妆为例：花店里的胸花、头花价格为100多元，而婚庆企业仅头花一项就报价100多元；一般的美容院，盘头化妆收费200元左右，而婚庆企业最低报价为300元，足以见得收益之高。

**如何写企业策划合同(推荐)三**

它们不但能大量有效地传递商业信息，展示企业形象，而且成了美化城市的文化艺术品，是城市生活的一条亮丽的风景线。而且越来越成为一个现代化城市商品经济发达程度的标志，也是一个城市精神面貌和文化修养的展示窗口。

第一是到达率高

通过策略性的媒介安排和分布，户外广告能创造出理想的到达率。据实力传播的调查显示，户外媒体的到达率目前仅次于电视媒体，位居第二。

第二是视觉冲击力强

林立的巨型广告牌却是令人久久难以忘怀。

第三是发布时段长

许多户外媒体是持久地、全天候发布的。它们每天24小时、每周7天地伫立在那儿，这一特点令其更容易为受众见到，都可方便地看到它，所以它随客户的需求而任天长地久。

第四是千人成本低

第五是城市覆盖率高

在某个城市结合目标人群，正确的选择发布地点、以及使用正确的户外媒体，可以在理想的范围接触到多个层面的人群，可以与受众的生活节奏配合的非常好。

led全彩，公交视频，霓虹灯高牌，等户外可视载体已有与电视媒介相近的广告作用，地区大型户外路牌的品牌形象广告效果甚至超过当地的报纸广告。从单一地域上来说，户外广告在媒介竞争上具有相当优势。但是，从广告宣传来说，任何媒介的本身都有着局限性，不可能接触到所有层面的受众，需要与其他媒介互补，即联合又竞争。

**如何写企业策划合同(推荐)四**

“五一”国际劳动节即将来临，为了丰富员工业余生活及欢度“五·一”国际劳动节，公司决定于xx年xx月xx日——xx年xx月xx日举办以“铸造一流团队、打造一流企业”为主题的xx市旅游活动。

增进员工之间感情、发挥团队协作精神。

1、主办部门：公司工会。

2、协助部门：xx部、综合管理部。

3、活动安排：分两批出发（时间根据公司生产情况定）。

4、领导小组成员：

4.1 第一批领导小组成员：

领队：xx（副总经理）。

副领队：xx（综合管理部经理）、xx（工会副主席/团支部书记）。

召集人：xx（工会副主席/团支部书记）。

4.2 第二批领导小组成员：

领队： xx（党支书/工会主席/副总经理）。

副领队：xx（副总经理）、xx（工会副主席）。

召集人：xx。

1、活动时间：

第一批：xx年xx月xx日下午xx时在公司统一乘车出发到xx乘飞机，xx年xx月xx日从xx乘飞机返回xx后乘大巴返回公司。

第二批：时间待定（以公司通知为准）。

2、活动地点：xx市及名胜风景区。

3、集合地点：公司篮球场。

xx （乘大巴） xx （乘飞机） xx。

公司领导、各部门领导、所有任职干部及各部门骨干，具体名单另附表。（如实际名单有变动将另行通知）

具体人员由各单位一把手及公司共同商定。（分两批出发，第一批出发总人数约为xx人，第二批出发约为xx人）

1、在出发前所有参与活动的人员集中会议室进行出行前安全培训，增强安全防范意识和自我保护能力。

2、在条件允许的情况下，可以组织有关人员对活动场地和路线进行认真勘察，并对可能发生的情况做好充分的估计和应变准备。

3、出发前必须听从导游及领队的指挥。在每一次集合时（出发前，返回前）一定要清点人数，确保员工安全，确保旅游活动的圆满成功。

4、携带急救用品，以防员工受伤或突发疾病（如感冒药、晕车药、发烧药、创可贴等）。

5、为了确保员工安全，参加旅游活动的员工必须服从领队及导游的安排，有突发事件要随时联系并及时上报领队及导游。

6、在旅游期间，禁止单独行动，休息时间外出必须向领队报告并获批准后方可结群外出。

7、请自带好雨具、水杯及有关旅游生活用具。

8、注意人身和财产安全。

扑克xx副、小礼品。

xx元/人（含车费、风景区门票费、住宿费、餐费等），预算费用总计约xx元。该项费用由公司统一开支。

活动过程中允许举办趣味游戏。

**如何写企业策划合同(推荐)五**

五一劳动节即将到来，工会将举办全体员工“欢度五一劳动节、喜登xx山活动”。以下是本次活动策划方案。

欢度五一劳动节，登高望远，陶冶情操，感受体育锻炼的魅力，享受成功的乐趣，体现团队精神，丰富业余生活，创建和谐企业文化。

登xx山

总指挥：工会主席

工作组成员：各工会小组长及成员

(1)时间;20xx年x月x日下午14：30―17：30

(2)地点：xx山风景区

(3)形式：自由组合，自由活动

(4)考勤：下午17：00前在xx公园登记，并领取x元活动费。

(5)要求：希望各位工会会员准时参加，团结合作，互相帮助，根据自我身体状况和健康条件，确定登山的速度，要量力而行，并且爱护公物，注意安全，参加活动有始有终。

**如何写企业策划合同(推荐)六**

一、网站类型:商业网站(xx公司网站)

二、建站目的:宣传，信息互动交流。

网站建设设计的方案实现以下目标:

(1)结合红领集团新世纪的发展战略，通过网上品牌形象策划宣传，进一步提升红领企业形象。

(2)通过电子商务网站平台，结合红领市场战略，给红领的市场开发活动增加了一个廉价的覆盖面更广的宣传平台，红领可以通过这个平台将产品更好、更快的推向客户。

(3)，通过建立电子商务网站可提供一个方便的与直接消费者“面对面”的交互平台。

(4)，网站平台缩短了企业与用户的洽谈周期，这是因为在洽谈前，双方可以先通过网站有一个深入的了解。

(5)，网站平台的应用使产品多样化、柔性生产、按订单制作成为可能。这样将大大降

(6)，网站平台可为企业的新产品开发提供更准确的信息，由于通过电子手段，可以廉价地与大量客户和潜在客户交流，这样将大大提高新产品定位的准确程度，保证新产品更符合客户的需要。

方案中具体说明所建网站整体达到的效果，把网站的技术方向明确下来。具体网络格式，所用服务器等都明确写出，增加了策划书的透明度。

**如何写企业策划合同(推荐)七**

1.市场营销策划书执行概要和要领

商标/定价/重要促销手段/目标市场等。

2. 目前营销状况

(1) 市场状况：目前产品市场/规模/广告宣传/市场价格/利润空间等。

(2) 产品状况：目前市场上的品种/特点/价格/包装等。

(3) 竞争状况：目前市场上的主要竞争对手与基本情况。

(4) 分销状况：销售渠道等。

(5) 宏观环境状况：消费群体与需求状况。

3. swot问题分析

优势：销售、经济、技术、管理、政策等方面的优势力。

劣势：销售、经济、技术、管理、政策(如行业管制等政策限制)等方面的劣势力。

机率：市场机率与把握情况。

威胁：市场竞争上的最大威胁力与风险因素。

综上所述：如何扬长避短，发挥自己的优势力，规避劣势与风险。

4. 市场营销策划达到的目标

财务目标：

公司未来3年或5年的销售收入预测(融资成功情况下)：

(单位：万元)

营销目标：销售成本毛利率达到多少。

5. 市场营销策划采取的营销战略

目标市场：略

定位：略

产品线：略

定价：产品销售成本的构成及销售价格制订的依据等。

分销：分销渠道(包括代理渠道等)。

销售队伍：组建与激励机制等情况。

服务：售后客户服务。

广告：宣传广告形式。

促销：促销方式。

r&d：产品完善与新产品开发举措。

市场调研：主要市场调研手段与举措。

6. 行动方案

营销活动(时间)安排。

7. 预计的损益表及其他重要财务规划表: -

8. 风险控制：风险来源与控制方法。

营销策划书的步骤目录一、概述二、市场现状分析三、目标四、营销战略五、4p组合战略六、行动计划.封面?策划书的封面可提供以下信息：

①策划书的名称;②被策划的客户;③策划机构或策划人的名称;④策划完成日期及本策划适用时间段。

策划书的正文部分主要包括：

一)、策划目的。尚无一套系统营销方略，因而需要根据市场特点策划出一套行销计划。

二)、分析当前的营销环境状况。

1、当前市场状况及市场前景分析：

①产品的市场性、现实市场及潜在市场状况。

②市场成长状况，产品目前处于市场生命周期的哪一阶段上。对于不同市场阶段上的产品公司营销侧重点如何，相应营销策略效果怎样，需求变化对产品市场的影响。

③消 费者的接受性，这一内容需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展前景。

如台湾一品牌的漱口水《\"德恩耐\"行销与广告策划案》中策划者对德恩耐进入市场风险的分析，产品市场的判断颇为精彩。如对产品市场成长性分析中指出：

①以同类产品\"李施德林\"的良好业绩说明\"德\"进入市场风险小。 ②另一同类产品\"速可净\"上市受普遍接受说明\"李施德林\"有缺陷。 ③漱口水属家庭成员使用品，市场大。

④生活水平提高，中、上阶层增多，显示其将来市场成长。

2、对产品市场影响因素进行分析。

主要是对影响产品的不可控因素进行分析：如宏观环境、政治环境、居民经济条件，如消费者收入水平、消费结构的变化、消费心理等，对一些受科技发展影响较大的产品如：计算机、家用电器等产品的营销策划中还需要考虑技术发展趋势方向的影响。

三)、市场机会与问题分析。

营销方案，是对市场机会的把握和策略的运用，因此分析市场机会，就成了营销策划的关键。只是找准了市场机会，策划就成功了一半。

1、针对产品目前营销现状进行问题分析。一般营销中存在的具体问题，表现为多方面：

企业知名度不高，形象不佳影响产品销售。 产品质量不过关，功能不全，被消费者冷落。

产品包装太差，提不起消费者的购买兴趣。 产品价格定位不当。 ?销售渠道不畅，或渠道选择有误，使销售受阻。?促销方式不务，消费者不了解企业产品。 ?服务质量太差，令消费者不满。

?售后保证缺乏，消费者购后顾虑多等都可以是营销中存在的问题。

2、针对产品特点分析优、劣势。从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分，对不同的消费需求尽量予以满足，抓住主要消费群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

四)、营销目标。 营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的具体目标，即营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量为×××万件，预计毛利×××万元，市场占有率实现××。

五)、营销战略(具体行销方案)

1、营销宗旨：

一般企业可以注重这样几方面：

以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。

以产品主要消费群体为产品的营销重点。 ?建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等。

2、产品策略：通过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略建议，形成有效的4p组合，达到最佳效果。

1)产品定位。产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使产品迅速启动市场。

2)产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。

3)产品品牌。要形成一定知名度，、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须有强烈的创牌意识。

4)产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。

5)产品服务。策划中要注意产品服务方式、服务质量的改善和提高。

3、价格策略。这里只强调几个普遍性原则：

拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性。

给予适当数量折扣，鼓励多购。

以成本为基础，以同类产品价格为参考。使产品价格更具竞争力。 若企业以产品价格为营销优势的则更应注重价格策略的制订。

4、销售渠道。产品目前销售渠道状况如何对销售渠道的拓展有何计划，采取一些实惠政策鼓励中间商、代理商的销售积极性或制定适当的奖励政策。

5、广告宣传。

1)原则：

①服从公司整体营销宣传策略，树立产品形象，同时注重树立公司形象。

②长期化：广告宣传商品个性不宜变来变去，变多功能了，消费者会不认识商品，反而使老主顾也觉得陌生，所以，在一定时段上应推出一致的广告宣传。

③广泛化：选择广告宣传媒体多样式化的同时，注重抓宣传效果好的方式。

④不定期的配合阶段性的促销活动，掌握适当时机，及时、灵活的进行，如重大节假日，公司有纪念意义的活动等。

2)实施步骤可按以下方式进行：

①策划期内前期推出产品形象广告。 ②销后适时推出诚征代理商广告。 ③节假日、重大活动前推出促销广告。 ④把握时机进行公关活动，接触消费者。 ⑤积极利用新闻媒介，善于创造利用新闻事件提高企业产品知名度。

6、具体行动方案。

根据策划期内各时间段特点，推出各项具体行动方案。行动方案要细致、周密，操作性强又不乏灵活性。还要考虑费用支出，一切量力而行，尽量以较低费用取得良好效果为原则。尤其应该注意季节性产品淡、旺季营销侧重点，抓住旺季营销优势。〖jp〗

六)、策划方案各项费用预算。这一部分记载的是整个营销方案推进过程中的费用投入，包括营销过程中的总费用、阶段费用、项目费用等，其原则是以较少投入获得最优效果。费用预算方法在此不再详谈，企业可凭借经验，具体分析制定。

七)、方案调整。

这一部分是作为策划方案的补充部分。在方案执行中都可能出现与现实情况不相适应的地方，因此方案贯彻必须随时根据市场的反馈及时对方案进行调整。

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！