# 精选营销策划工作计划(推荐)(2篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2025-04-09

*精选营销策划工作计划(推荐)一网络推广首先是要明确营销的目标，这样才会有行动的方向，我觉得网络推广的具体目标是从以下的几点来判断：(1) 网络推广的整体目标通过网络推广提升品牌通过网络推广来拉动销售(2) 网络推广的具体目标面对竞争对手，使...*

**精选营销策划工作计划(推荐)一**

网络推广首先是要明确营销的目标，这样才会有行动的方向，我觉得网络推广的具体目标是从以下的几点来判断：

(1) 网络推广的整体目标

通过网络推广提升品牌

通过网络推广来拉动销售

(2) 网络推广的具体目标

面对竞争对手，使网站更具有吸引力

拉进产品与消费者之间的距离，促进销售

进行网络传播，提升品牌优势

二、分析竞争对手网站及推广方式

企业要想制定正确的竞争战略和策略，就要深入地了解竞争者，就必须明确谁是自己的竞争者，他们的镇战略和目标是什么及他们的优劣势从而来确定自己的战略，三、确认网络推广的目标市场

企业在进行网络推广时，必须做到深刻了解客户的上网习惯，针对客户的不同习惯采取不同的策略进行推广，比如：聊天论坛，qq在线，博客。等等还可以在第三方电子商务平台选择淘宝网发布相关的信息。

总之在确定网络推广的目标市场方面应该从多方面去考虑问题，抓住重点读懂客户的心灵。

1.产品购买者

购买“xxx” 食用油的消费者主要是以城市居名为多，生活水平的提高人们的消费思想也随之而改变，更注重了品牌，健康。

2.产品购买者的影响

通过科学的实践比较消费者喜欢吃xxx品牌的原因首先是品牌，占消费者选择比率的36.5%;其次是口味和习惯，分别占消费者选择比率的17.3%;产品质量占消费者比率的9.6%;广告、价格和健康分别占5.8%。可见品牌、口味和习惯是消费者喜欢吃xxx食用油的主要原因。所以在选择网络推广的时候不能忽视它的健康与人生安全问题。

3.目标客户的网上行为

浏览食用油的健康安全信息

分析其他的网名对不同产品的品牌认识

了解产品的所有相关信息

寻找利益点或服务

对不同的产品进行相比较

四、选择恰当的网络推广方式

在整个网络推广方案制定过程中，网络推广的方式层出不穷。我们广大的网络用户主要的途径主要包括搜索引擎，网站的链接，发布网络广告，电子邮件。子商务平台等方式来进行网络推广。

在我们确定了xxx公司的网络推广目标，分析了主要的竞争对手，确定了网络推广的目标市场。接着就是具体实施所确定的网络推广方案。xxx公司在油脂行业的经济市场上具有一定的优势但是从长远的目的来讲就是要提高公司的知名度影响从而达到扩大市场的占有率，使企业在激烈的市场竞争中立与不败之地。

搜索引擎推广

网络广告推广

五、搜索引擎推广

每一个具有影响力深厚的大企业都会有着自己强有力的网络优势，为了方便消费者看到公司的网站应该将公司网站登录到搜索引擎中。

百度，新浪网，谷歌等建立公司的链接方便了网名登录公司从而更好的了解公司的相关信息。

参与关键词竞价排名

关键词竞价排名，关键词广告等这些都可以为企业的搜索引擎营销提供了新的销售工具。

百度竞价排名的收费要求为开户费用：

推广费预付款5000元(视各地区实际情况而定) + 专业服务费600元/年。

(1)竞价排名推广费最低预付金为5000元，多付不限，存入企业所注册的竞价排名账号中，当有潜在客户通过企业竞价排名广告点击访问您的网站后，百度会从您的账号中扣除相应费用。

(2)专业服务费600元/年，百度将为企业提供咨询、开户、管理、关键字访问报告4项专业完善的服务。帮助企业在百度平台上更有效地展示推广信息。

(3) 分析xxx在搜索引擎中的表现

我们可以在百度中输入“xxx” “食用油”等关键词。在搜索的结果中来辨别他们的排名优势。

六、网络广告推广

网络广告推广通过信息的沟通是消费者对产品的认识以及它的作用影响，在公司发展的不同阶段来强调产品介绍以及产品的形象，让消费者了解产品，引起他们的兴趣，刺激消费者的购买欲望从而产生购买行为。

从xxx食用油公司的网站中我们可以分析出以下几点：

以动感形式伴随音乐的开场幕给人充满好奇，吸引力强；图片画面充满温馨带来了家庭的温暖，给人加以亲和力

其中最大的特色是：“健康”“亲情”“温暖”

2)通过视频广告来进行推广：

“xxx”在新浪视频 博客中仍然是以家庭为背景来进行推广，描述了xxx食用油的优势和广大消费者对它的偏爱

3)网络广告费用预算

按照时间或按照播放数量的计费，像“xxx”这种比较具有影响力的大型集团，可以按天来购买或者按照cpm来购买某个广告位。

1.“xxx”集团采用中央电视频道这个栏目来进行推广，首先想到的必然是它的费用问题而央视节目应该是采用按照时间的播放数量来计量的。我们清楚知道在黄金段时间播出一则广告短短的几秒中也要投资几万，所以何况是一个节目。他是按照时间来购买根据这种计算来判断也差不多要20左右亿，虽然投资比较大但是这是一种娱乐性质的节目他会带来更多的收益和更好的形象。

2.“xxx”在新浪网上进行宣传，在广告费用的这一部分，我们知道，在新浪首页全屏广告是20万/每小时，首页作侧的两个轮播广告是10万/条(按照每天来计算)。

所以在面对网络推广这一方面网络广告的费用问题时首先考虑的问题，再次就是网络广告的推广它给我们带来的影响，投资是一个庞大的数量但是它的收益效率也是我们值得期待的。

以上是食用油产品网络营销方案的全部内容，这一篇食用油营销策划书很全面，内容很实用，相信对您一定有帮助。如果您还想了解更多的网络营销范文，请继续浏览本栏目的其它内容，相信总有一篇方案适合您。

**精选营销策划工作计划(推荐)二**

市场营销策划书撰写

1.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。

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.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) 年份 第1年 第2年 第3年 第4年 第5年

销售收入

市场份额

营销目标：销售成本毛利率达到多少。

5.营销战略 目标市场：- 定位：- 产品线：- 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。

哪些中外合作申请项目需要撰写市场营销策划书?对于市场竞争强烈的行业领域(如普通生活消费品的生产销售项目)，除了商业计划书外，国际投资商一般都希望看到项目方提供的市场运销计划书。

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！