# 2024年产品策划方案(通用13篇)

作者：未来的世界 更新时间：2024-03-28

*为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。产品策划方案篇一一、项目背景xx模式*

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**产品策划方案篇一**

一、项目背景

xx模式是全新的微创业模式，最初在北京发起，通过网络征集号召，后转为实体经营。两年来，在北京、武汉、南京、合肥、长沙、上海、苏州等多个城市，都有人发起xx项目，并已有多家城市正式成立了咖啡馆、酒吧等。目前，西安地区已有2个xx咖啡店，均已开业。“农味十足”在今年4月底发起，通过几天的朋友圈宣传，已有成员近10人确定参与。我们计划在未来的3个月内完成股东招募、公司的注册和西安第一家形象店面(自提点)的选址和装修！

二、项目基本信息

1、名称：农味十足

台，最终打造成一个会员制有机农产品超市。

3、目的：通过xx模式实现低风险创业，同时让大家吃上放心的有机农产品，同时结交一群志同道合的朋友，资源共享合作共赢！

4、愿景：将有机食品的源头真实的展现在每一个会员手机里，实现每个人都能放心的吃上真正的有机有产品！

一、项目优势分析

1、产品优势：

有机农产品尤其是土鸡蛋和香菇，是每(转自：www.千 叶帆 文摘：)家每户每天必须要吃的食品尤其是家有宝宝、孕妇、老人的家庭，重复消费率和客户忠实度极高。而且，目前由于食品安全问题的影响，人们对于有机天然的农产品的需求更加的渴望而不可及。所以通过xx的模式是最合适不过了！

2、客群优势：

和传统项目不同我们是先有客户后有项目，150名股东就是150名忠实客户，通过对基地的参观和考察，真实了解产品的源头，对产品更加放心和认可，并成为公司和产品的消费者和代言人！同时按1年一个股东为公司带来10个有效会员(购买年卡)计算，一年我们就会有1500个忠实的消费者，这个力量不可小视！

3、团队优势：

香菇小丁-丁某某：某某电子科技大学计算机系研究生，毕业后就职于中兴通讯做了四年it研发工程师，处于对农村的热爱和生态农业的追求，离职后回到深山，发展生态农业，有着丰富的农产品种植和销售经验而且是多家出版社签约作家。20xx年底创业的第一个年头就创造了通过一条微博销售20万元香菇的好成绩。

奶瓶哥-庞某某：毕业于某某农林科技大学，后就职于格力电器。后离职创业从事母婴用品电子商务，两年时间将淘宝店铺做到3皇冠，京东店铺也于20xx年底开业。从事互联网行业多年有着丰富的互联网及电子商务从业经验。

4、基础设施优势：

我们目前合作的有2家土鸡养殖基地、一家野鸡养殖基地和一家香菇生产基地，所有前期的基础设施的投资已经不需要了，所以项目的资金投入降低了，这样失败的风险也就大大的降低了，所以这也是我们成功的关键优势！

二、项目定位

专注于有机生态农产品，聚合众人之力，分享健康生活！项目运营：

一、产品规划

设计为年卡、季卡、月卡的模式进行销售，下面以土鸡蛋为例：

1、年卡：688元

月配送36个土鸡蛋，每月集中配送一次，一年12次，共计：432个土鸡蛋

2、季卡：198元

月配送36个土鸡蛋，每月集中配送一次，一年3次，共计：108个土鸡蛋

3、月卡：78元

月配送36个土鸡蛋，每月集中配送一次，一年1次，共计：36个土鸡蛋

会员卡具体销售价格根据行情而定

4、礼品卡：打造高大上的礼品包装产品，将送礼就送有机农产品打造成一种时尚的选择！

二、会员管理

2、不定期组织股东和会员参观基地体验农家生活；

3、建立股东交流群，资源共享合作共赢；

三、市场运营

1、对推荐客户的股东和会员给予相应的奖励。

**产品策划方案篇二**

产品:精彩不丹7天之旅

主题: “寻找灵魂里的香栺里拉”

(一)广告促销策略

时限: 20xx年9月1-11月31

1、杂志广告

合作撰稿，推出包含有以不丹线路为主题的人物，风情，美食，美景等文化元素的文章，宣

传加深人们对不丹的了解。如图(例)

2、旅游类网站广告在中国旅行社的网站页面顶部播放不丹线路的广告和简介。如图(例)在携程程等网站放置宣传海报。如图(例)

3、app广告

如图(例)

4、搜索、浏览器广告与百度、谷歌、必应、搜狗、好搜等搜索服务商合作推广旅游线路;在各大浏览器上推送线路信息。如图(例)

5、视频播放器广告如图(例)与伓酷、土豆、爱奇艺、腾讯觅频等合作，在用户播放界面揑播线路广告。息。

7、站台广告如图(例)

**产品策划方案篇三**

以xx汽车为主体，整合公司多顶业务内容，协调公司下属各单位，采用灵活有趣、富有创意的多种宣传方式，达到增加销售量、扩大xx汽车影响力及知名度、提高明晨商贸品牌价值的最终目的。

首付xx元分期付款低价格大空间xx汽车贷回家

20xx年（具体选定）

大空间低油耗首付xxxx汽车贷回家

1、26个乡镇醒目位置悬挂活动主题26条横幅双面或张贴活动海报100cm-75cm喷绘52张（交公司处理）

预算：条幅约3600元喷绘约600元

预算：约1500元--4000元

3、活动宣传单发约3-6万份

预算：约4500元

所需人员：约2人

4、汽车游街，以本店其中新车或租借（2-4辆）与修理厂皮卡车（2辆）组成，新车居中，皮卡做为车一前一后。（如图展示）

（1）用kt板及纸制作xx汽车标志，置于第一辆皮卡车上，车身周围张贴主题内容，后厢敲锣打鼓。

（2）用kt板及纸制作1比2xx汽车模型一辆，以人抬的`方式置与后卡车

所需人员：司机6名，敲锣打鼓2-3人。

敲锣打鼓约150元/天皮卡租金约180元/天

5、县城中心广场活动：

（1）xx汽车展示，邀请美女车模，汽车宣传单发放。

（2）租借2-3辆xx汽车，举行汽车障碍挑战赛、慢行挑战赛，参与即有奖品。

所需人员：车模2-4人，汽车比赛裁判1-2人，宣传台、销售、礼品发放2人

预算：活动展台美女车模

6、向外拓展宣传，辐射周边范围，德保县、那坡县活动内容可如上1-5点或相对减少。

在兼顾成本的情况下，结合酒店与修理厂内容，

3、现场订车后分期付款赠送，如座垫、脚垫、6月洗车卡、加油卡200元或其他；

5、汽车比赛礼品赠送：洗车体验卡、挂历、台历、过年吉祥物或其他。

**产品策划方案篇四**

“健康・维权――真情互动”

“诚信健康，与您分享”

1、以“健康・诚信”为由头，打开市场，刺激产品销售。

2、通过开展宣传和组织活动，巩固并扩大顾客资源。

3、提升\"健康益寿\"工程的社会影响力和吸引力。

大抽奖 健康大礼包 大赠送 与消协互动欢乐总动员。

1、规模：大型活动，总计来人不低于3000人。

2、人群：中心城市及周围两个小时车程以内的地县级市场的人群组合。其中，

（1）老患者：（已购药，100%回访）为50-80人，携带杂志上门问候，带上春季心脑血管疾病患者保健手册，重点患者可由片区经理或请相关专家专程上门问候。

（3）新宣传重点顾客：100-150人（中老年心脏病患者，尤其是鳏寡孤独和军烈属）至少一次拜访，并携带健康礼品和相关产品资料，登门以工程名义致以平安问候，并送请柬。新宣传顾客多多易善（口碑及发传单等）。

（4）围观人群：搞好气氛，多多益善。

xx年3月10日――3月15日

1.交通便利，一定知名度，以大型广尝公益性公园为主；

2.方便停放自行车，不影响交通或不引起城管干涉问题；

3.至少能容纳3000人。

**产品策划方案篇五**

一、前言 （上市的目的）

二、市场背景分析

1、产品市场的`总体趋势分析；

2、消费者分析；

3、竞争及该类似产品市场占比分析；

4、得出结论： 本产品销售预计

a、新产品市场定位分析；

b、产品选项迎合了某些市场机会。

三、企业现有产品swot分析

四、新品描述及核心利益分析

1、新品的口味、包装、规格、箱容、价格、目标消费群等要素详细描述；

2、产品各要素相对竞品的优势；

3、新品相对竞品的诸多好处之中有什么特别优势；

4、最后得出结论：我们有充足的理由（优势）会赢；

五、新品上市进度规划

六、铺货进度计划

七、消费者促销

怎样的促销活动？具体的时间、地点、方式等细节的落实。

八、宣传活动

企业投入的广告具体播放时间

频率

各种广宣品

助陈物的样品和投放区域

方式及投放数字。

报纸、杂志、电视、电台选择。

促销强度设计

九、其他

新品销量预估、营销费用预算、产品损益评估等

**产品策划方案篇六**

（一）

一、前言 （上市的目的）

二、市场背景分析

1、产品市场的总体趋势分析；

2、消费者分析；

3、竞争及该类似产品市场占比分析；

4、得出结论： 本产品销售预计

a、新产品市场定位分析；

b、产品选项迎合了某些市场机会。

三、企业现有产品swot分析

四、新品描述及核心利益分析

1、新品的口味、包装、规格、箱容、价格、目标消费群等要素详细描述；

2、产品各要素相对竞品的优势；

3、新品相对竞品的诸多好处之中有什么特别优势；

4、最后得出结论：我们有充足的理由（优势）会赢；

五、新品上市进度规划

六、铺货进度计划

七、消费者促销

怎样的促销活动？具体的时间、地点、方式等细节的落实。

八、宣传活动

企业投入的广告具体播放时间

频率

各种广宣品

助陈物的样品和投放区域

方式及投放数字。

报纸、杂志、电视、电台选择。

促销强度设计

九、其他

新品销量预估、营销费用预算、产品损益评估等

（二）

一、推广目的

1、让目标消费群在最短的时间内认知新产品的功能、效果，缩短新产品推广期的时间长度，尽快进入成长期，创造效益。

2、使目标消费群产生试用的欲望，并逐步将其培育成品牌忠诚者。

3、提高品牌知名度和美誉度。

4、提高现场售点的产品的销量。

5、巩固通路经销商的客情关系，抢占通路、终端的高铺货，提升经销商的信心和积极性。

二、前期市场调查

本次市场调查主要是为××电动车上市推广提供科学的.依据。其调查内容、调查方式及调查地点如下表所示。

市场调查实施情况表

调查内容？

1、管理层深度访谈

2、营销人员小组座谈或问卷调查

3、渠道调查：电动车销售渠道类型及特点，知名品牌的渠道政策

6、消费者调查：对电动车的认识、熟悉的品牌、影响购买的主要因素等

调查方式深度访谈、问卷调查、小组座谈走访调查、二手资料等

调查地点\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_区域

三、产品策略

1、产品定位：品牌定位于中高档系列。

2、价格策略

（1）利用专卖、加盟保持直接用户价格统一，利于品牌形象的建设。

（2）保证经销商一定的高利润，可以吸引更多的经销商加入，提高市场拓展速度。

（3）产品价格介于目标市场上的小品牌与大品牌之间。

四、产品推广

1、广告方面

本公司针对××牌电动车推出的广告，主要强调产品特性、实用价值及品牌差异和消费者所能得到的利益。

电视广告以省级台和县级台为主；报纸广告主要是为招商和促销活动的前期造势，同时充分借助行业杂志和行业网站对本公司生产的××牌电动车进行宣传，以达到如下效果。

（1）在市场中建立产品知名度和激发购买兴趣

（2）提升企业及品牌形象

2、促销

在节假日或周末进行促销活动，活动采取多种形式，达到提高××电动车的知名度及销售额的效果。

3、事件营销

（1）赞助有重大影响的活动

（2）为相关群体免费提供电动车

五、电动车上市安排

1、上市时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2、上市区域：以北京、天津、上海、广州为中心，向周边地区扩展。

六、终端策略

1、将部分优势终端建成4s专卖店，进一步提高××品牌的影响力

2、强化终端形象建设，提高终端销售力

3、提高终端导购人员执行力

七、服务策略

1、开通服务热线，妥善处理客户投诉问题

2、设计产品保修卡，建立客户档案

3、定期回访××牌电动车使用者，询问客户建议，提高品牌美誉度，增强顾客忠诚度

4、重视售前和售中服务工作，提高顾客成交率

八、相关部门职责

1、招商部：主要负责整体招商方案的制定，招商活动的执行。

2、市场部：主要负责市场调研、营销策划和广告管理等工作。

3、销售部：主要负责产品的销售、行业一线信息及客户反馈意见的收集。

4、物流部：主要负责零配件的采购、产品的配送。

5、客服部：主要负责客户关于产品技术方面的咨询、产品售后服务工作。

九、工作进度安排

对××牌电动车推广工作大体安排内容如下表所示。

××牌电动车推广工作时间安排

**产品策划方案篇七**

1、年度销售目标600万元;

2、经销商网点50个;

3、公司在自控产品市场有一定知名度;

空调自控产品属于空调等行业配套产品，受上游产品消费市场牵制，但需求总量还是比较可观。随着城市建设和生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。湖南地处中国的中部，空调自控产品需求量比较大：

1、夏秋炎热，春冬寒冷;

2、近两年湖南房地产业发展迅速，特别是中高档商居楼、别墅群的兴建;

3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设;

4、长株潭的融城;

5、郴州、岳阳、常德等大量兴建工业园和开发区;

6、人们对自身生活要求的提高;综上所述，空调自控产品特别是高档空调自控产品在湖南的发展潜力很大。

营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道发展迅速，已经呈现出多元发展局面。

从各企业的销售渠道来看，大部分公司采用办事处加经销商的模式，国内空调自控产品企业20xx年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固，加强与设计院以及管理部门的合作。对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说，由于市场积累时间相对较短，而又急于快速打开市场，因此基本上都采用了办事处加经销制的渠道模式。为了快速对市场进行反应，凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力，发展趋势普遍看好，因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会，只要采用比较得当的市场策略，就可以挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。在销售过程中必须要非常清楚我公司的优势，并加以发挥使之达到极致;并要找出我公司的弱项并及时提出，加以克服实现最大的价值;提高服务水平和质量，将服务意识渗透到与客户交流的每个环节中，注重售前售中售后回访等各项服务。

2.挤身一流的空调自控产品供应商;成为快速成长的成功品牌;

3.以空调自控产品带动整个空调产品的销售和发展。

4.市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，到年底使自身产品成为行业内知名品牌，取代省内同水平产品的一部分市场。

5.致力于发展分销市场，到20xx年底发展到50家分销业务合作伙伴;

6.无论精神,体力都要全力投入工作，使工作有高效率、高收益、高薪资发展;

如果空调自控产品要快速增长，且还要取得竞争优势，最佳的选择必然是——“目标集中”的总体竞争战略。随着湖南经济的不断快速发展、城市化规模的不断扩大，空调自控产品市场的消费潜力很大，目标集中战略对我们来说是明智的竞争策略选择。围绕“目标集中”总体竞争战略我们可以采取的具体战术策略包括：市场集中策略、产品带集中策略、经销商集中策略以及其他为目标集中而配套的策略四个方面。为此，我们需要将湖南市场划分为以下四种：

战略核心型市场---长沙，株洲，湘潭,岳阳

重点发展型市场----郴州，常德，张家界，怀化

培育型市场-----娄底，衡阳，邵阳

等待开发型市场----吉首，永州，益阳，

总的营销策略：全员营销与采用直销和渠道营销相给合的营销策略

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程,大力发展重点区域和重点代理商，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的`销售：要求我们的产品能形成完整的解决方案并有成功的案例，由此带动全线产品的销售。大小互动：以空调自控产品的销售带动阀门及其他产品的销售，以阀门及其他产品的项目促进空调自控产品的销售。

3、价格策略：

高品质，高价格，高利润空间为原则;制订较现实的价格表：价格表分为两层，媒体公开报价，市场销售的最底价。制订较高的月返点和季返点政策，以控制营销体系。严格控制价格体系，确保一级分销商，二级分销商，项目工程商，最终用户之间的价格距离级利润空间。为了适应市场，价格政策又要有一定的能活性。

4、渠道策略：

(1)分销合作伙伴分为二类：一是分销客户，是我们的重点合作伙伴。二是工程商客户，是我们的基础客户。

(2)渠道的建立模式：a.采取逐步深入的方式，先草签协议，再做销售预测表，然后正式签定协议，订购第一批货。如不进货则不能签定代理协议;b.采取寻找重要客户的办法，通过谈判将货压到分销商手中，然后我们的销售和市场支持跟上;c.在代理之间挑取竞争心态，在谈判中因有当地的一个潜在客户而使我们掌握主动和高姿态。不能以低姿态进入市场;d.草签协议后，在我们的中就可以出现草签代理商的名字，挑取了分销商和原厂商的矛盾，我们乘机进入市场;e.在当地的区域市场上，随时保证有一个当地的可以成为一级代理的二级代理，以对一级代理成为威胁和起到促进作用。

(3)市场上有推，拉的力量。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓渠道分销上，另外，负责大客户的人员和工程商的人员主攻行业市场和工程市场，力争在三个月内完成4~5项样板工程，给内部人员和分销商树立信心。到年底为止，完成自己的营销定额。

5、人员策略：

营销团队的基本理念：a.开放心胸;b.战胜自我;c.专业精神;

(1)业务团队的垂直联系，保持高效沟通，才能作出快速反应。团队建设扁平。

(2)内部人员的报告制度和销售奖励制度

(3)以专业的精神来销售产品。价值=价格+技术支持+服务+品牌。实际销售的是一个解决方案。

(4)编制销售手册;其中包括代理的游戏规则，技术支持，市场部的工作范围和职能，所能解决的问题和提供的支持等说明。

1、公司应好好利用上海品牌，走品牌发展战略;

2、整合湖南本地各种资源，建立完善的销售网络;

3、培养一批好客户，建立良好的社会关系网;

4、建设一支好的营销团队;

5、选择一套适合公司的市场运作模式;

6、抓住公司产品的特点，寻找公司的卖点。

10、湖南的渠道宜采用扁平化模式并作好渠道建设和管理，在渠道建设方面可以不设省级总经销商，而是以地市为基本单位划分，每个地级市设二个一级经销商，并把营销触角一直延伸到具有市场价值的县级市场，改变目前湖南其他空调自控产品品牌在地级市场长期以来的游击战方式，采用阵地战，建立与经销商长期利益关系的品牌化运作模式，对每个地区市场都精耕细作，稳扎稳打。

**产品策划方案篇八**

一、活动主题：

全方面无保留的细致介绍宣传新产品，感受新型塑料碗带给人的实用与放心。“华轲”牌塑料碗新产品。

二、主办单位：

华轲塑料制品有限责任公司

三、活动时间：

xx年6月5日（星期四）10:00――11::00

四、活动地点：

华中师范大学武汉传媒学院三号教学楼3205教室。

五、会议议程安排：

时间

相关内容

am09：30

相关负责人员到场准备，包括主持人及礼仪人员。

am09:35

开始布置场地，活动现场接待来宾，并请其签到顺带发放发布会资料袋，一有人进场就开始播放背景音乐，烘托气氛。

am10:00

正式开始，主持人说开场白介绍相关来宾。

am10:05

领导人致辞，并说明举办此次发布会的.理由及相关情况。

am10：10

嘉宾致辞

am10：15

产品介绍

am10：30

记者提问，主讲人回答，辅讲人补充

am10：40

问答结束，产品现场实验

am11：00

主持人说结束语，产品发布会结束，来宾合影，散会。

六、场地布置布展：

1、在教室门口立一块华轲塑料碗的宣传广告，并附有宣传标语。

2、在进门口摆放一张桌子，供来宾签到用。

3、黑板上用广告布横幅标注，“华轲”塑料碗新产品发布会现场。

4、讲台上设一个主发言台，并用花装饰台面，旁横放一张桌子，供嘉宾和发言人就座。

5、大荧幕播放企业宣传视频。

6、调好音响设备以及录音和拍摄人员。

七、参会应邀人员：

陈洪友（发布会总指导）

周雨晴（主持人）

沈默（主发言人）

康明俐（副发言人）

程丽萍（发言人助理）

谭聪（记录人员）

以及采编专业部分同学和相关媒体记者工作人员。

八、发布会组织：

组织部组长（负责整个活动进程）

协调部（负责和嘉宾协调联系）

外联部（负责联络来宾，记录来宾签到）

新闻部（负责媒体工作人员的提问摘记）

场务服务部（负责维护现场秩序以及设备的正常使用，免去干扰）

广告宣传部(负责发布会所需的一切宣传稿和宣传画幅)

后勤部（负责为现场来宾提供饮水和发放会议资料袋）

九、发布会资料袋内容：

1、会议手册

2、塑料碗新产品介绍

3、塑料碗新产品图片以及产品生产过程图片

4、笔和白纸

十、提供给媒体的资料：

会议时间项目安排流程，新闻通稿，演讲发言稿，发言人和嘉宾的背景资料介绍，公司宣传册，产品特性以及全方面介绍，产品宣传资料以及产品相关照片，企业负责人名片，笔和空白信笺。

十一、发布会筹集所需物品：

广告，宣传册，资料袋，横幅，水，花篮，文具等

十二、邀请的媒体人员：

1、湖北卫视

2、长江日报，湖北日报

3、人民日报湖北分社

十三、发布会经费预算：（略）

**产品策划方案篇九**

所有推广基本上是针对大众的\'消费群体，对于批发商，只要产品热卖了，自然也就多进货了。也可以针对开发商给以激励政策，让开发商也集思广益来做产品宣传。比如说，提高批发商的利润空间等，也可以用考核机制，销售到多少，我还可以给批发商更低一些的折扣。

1、产品优点：以氙气灯为例，可以从以下几个方面列举产品的优点。比如：省电、安全、超亮度、色温性能、寿命、规格等方面。一定压迫写出本产品与相同价位产品相比的优势。

2、产品性能：可以从防水、防震、防尘、安全保护性能等方面描述。

目的一定要明确，同类产品竞争中我们是否站定市场主导地位。如果是，我们现在需要做的就是扩大市场的范围，抓住扩大市场范围来做推广策划。

有车一族，主要是针对在销售店和批发商，而对于这两个地方来说，市场是主导地位的。产品的宣传就两块来考虑，一是大众群体，二是我们的渠道商，建议可以考虑合作形式。

1、促销，这个是个长期的工作。选择市场和某一个经销商都可以。优惠服务，促销期间价格降10%或是买一赠一活动等等。

2、赞助参与车展及汽车试驾活动

产品推广策划方案六、推广场

1、主要针对渠道商合作，在零售店派驻促销人员，帮助完成零售店销售，销售所得归销售店，促销人员工资及奖励由推广费用支出。

2、在车展及汽车试驾活动中积极参与赞助，或组织举办，与4s店合作。

3、灯的效果只能在晚上才能更好的体验，而经销商和4s店晚上都不会光顾，建议在城市

流量最高的地方摆展台，展示产品。

1、渠道商合作派促销人员，可长达半年时间

2、车展及汽车试驾活动，可一个月组织一次（具体多少次根据效果来定）

3、展台，在节假日和黄金假期做，因为成本可能会高，根据成本至少一次。

1、媒体宣传，这个根据市场来定，如果是全国范围内的话，做好做，如果只是某个城市或是省，根据自己的资金来运作。

2、海报和dm单，这个一定要做，这是最省成本，也最直接的宣传方法。尤其在专业市场和经销商店铺一定要多张贴海报。可以专门组织人员张贴海报和定期更换海报。

3、促销礼品，统一印有公司标示和口号。可以当做买一赠一的礼品，也可以当做宣传使用。

4、不错过黄金假期和人流高峰期作户外广告，除刚刚的灯光打效果外，也可尝试其他方法。

**产品策划方案篇十**

1、收费标准：募集金额3%，募集失败不收取费用

2、发起流程介绍

3、平台服务介绍

喜欢案例，关注微信号xx，xx。

二、xx网

1、收费标准：募集金额1.5%，xx不成功不收取费用

资金支付手续费：为保证xx资金安全，xx项目项下资金均通过第三方支付公司代为划转，由此产生的支付手续费由项目发起人负担，项目xx成功后，xx网将扣除项目xx总金额的1.5%作为资金支付手续费，并支付给第三方支付机构。如xx项目不成功，则不收取该笔费用。

2、发起流程介绍：

(1)什么人可以发起项目？

1、已满18周岁有完全民事行为能力的人、未满18周岁者请由监护人协助提供相关资料。

2、中华人民共和国公民，或能提供长期在中国居住证明的非中华人民共和国公民，并在网站需要时，按照网站要求，提供必要的身份认证和资质认证，根据项目内容，包括但不限于：身份证、护照、学历证明等。

3、拥有能够在中国地区接收人民币汇款的银行卡或者支付宝账户。

4、xx网的注册用户，已仔细阅读、同意并无条件接受xx网的\'《服务条款》所涉全部内容。

(2)什么项目可以在xx网发起？

凡是符合xx网《项目发起规范》、《用户协议》及《xx公告》的项目，均可以在xx网发起。

(3)xx网可选行业有哪些？

xx网目前支持科技、公益、出版、娱乐、艺术、农业、商铺七个行业的项目，请关注xx公告对其他行业开放的公布。

(4)如何发起项目呢？

在成为xx网注册用户后，在网页上方点击“发起项目”，根据提示在网站上提交所需要的基本项目信息，以图文结合的形式展示“关于我”、“我想要做什么”、“为什么需要你的支持及资金用途”等重要板块，完成后便可提交审核。文字或图片的缺失都极可能导致您的项目被退回。

(5)同类网站发布项目规则？

在其他同类网站上正在进行的项目不得在xx网上同时发起。

(6)项目回报如何设置？

项目内容及回报均不得涉及现金、利润分红、股权、金融理财产品等相关内容，回报可以是与项目相关、法律法规允许的实物或非实物的形式。

(7)项目文案信息的公开性？

作为项目发起人，你可以选择信息的公开程度，回避设计知识产权敏感的信息。但与此同时，xx网是一个面对公众的平台，你所提供的信息越丰富和生动，就越容易获得众人的支持。在项目审核阶段，只有具有审核权限的工作人员可以看到您的项目，xx网内部都有明确的权限分级，不会向他人泄露您的项目资料。

(8)发起项目后的审核周期？

项目发起并提交审核后，审核人员会对项目进行审核，初审为1-3个工作日，通过后便进入二审阶段，如需修改调整，会有项目经理联系项目发起人，周期1-3个工作日。

(9)项目成功后的结款方式？

筹资额达到筹资目标视为项目已成功，但筹资期限结束后才可以进行结款。为保证资金安全，支持者支持的资金会直接进入第三方支付账户，项目成功后为发起人结款70%，确认全部支持者收到回报后结款30%。

(10)项目上线后是否可以取消？

当项目上线后发起人不可以撤销项目，如有特殊原因请与xx网客服或项目经理联系。

**产品策划方案篇十一**

年前大配送

提升销量、清理老旧库存和滞销产品、主销明星产品高利润空间产品、提高团队的整体推广能力、打击竞争抢占市场份额。

20xx年12月25号20xx年1月25号

家居清洁、家居清扫、厨房用具、小家电、针纺床品、玩具、果盘、牙签、一次性，共计：120款。

全国货郎先生加盟店，其它合作伙伴。

(一)活动内容

2、地点：义乌市城北路j78号2货郎先生总部。

3、执行人：货郎总部服务部全体同仁

4、促销政策：特价

5、广宣方式：主要是大量的发微信、qq、打电话、展厅介绍

6、效果预估：通过此次促销活动，预计该月销售额将达到平时每月平均销售额的100%，同时做好此活动能给我们货郎带来好影响，是为了明年打基础。

(二)活动形式

活动主要形式是以年前热卖品搞促销，返利形式。

(三)补充说明

1：需采购在20号前把需求的产品样品找来确定，时间比较紧需尽快作业。

2：等样品确定利润再来策划活动方案。

3：确定活动服务部预估销量开始推广

4：物流做好准备及时出仓发货。

**产品策划方案篇十二**

为迎接520中国学生营养日，通过举办此次活动让广大学生了解更多营养与健康的知识养成良好的饮食习惯。同时，向大学生宣传有利于自己健康的食品。了解实际生产流程。

了解营养，关注健康

吉首大学共青团委员会

吉首大学营养与健康协会

5月18日——5月24日

吉首大学新校区

时间：5月24日

地点：新校区篮球场

内容：现场分有食品展区，水果拼盘创意大赛区，营养知识竞答游戏区

1、赞助商产品展区

糕点类：蛋糕，面包，冰淇淋等

饮料类：牛奶，果汁，果醋饮料等

菜肴类：吉首部分餐馆的招牌菜

保健类：各种品牌的保健产品

摆放各参展商所提供的展品，以供广大师生品尝，并提出自己的意见和评出最受欢迎食品。

准备工作：

a 、到各种厂家拉赞助

包括商品和现金

b、制作评价表

2、水果拼盘创意比赛区

参赛人员：凡吉首大学在籍学生均可报名参加。可以单人或多人组队形式参赛（最多为3人），并要求对作品进行讲解。报名日期截止于5月20日，限取10组报名者。

附：

a、活动所需材料用具由承办方提供包括水果和刀具等。

c、评委有5人组成，包括学校领导，赞助商和协会成员。

d、根据的分评出一下奖项：

一等奖：奖金60元及精美纪念品和荣誉证书

二等奖：奖金40元及精美纪念品和荣誉证书

三等奖：奖金20元及精美纪念品和荣誉证书

准备工作：

a、收集报名资料

b、购买证书水果与刀具

c、与社联协商证书事宜

d 、在我们的网站上（分区）公开活动事宜及细则

3、营养知识竞答游戏区

知识问答、默契配合投球等

时间：5月17日

地点：老爹农业科技股份有限公司（给会员发纪念品）

参加者：营养与健康协会全体会员和全校志愿者

准备工作：

a、与老爹公司协商

b、召集志愿者

c、联系校车

d 、购买纪念品

目的：宣传健康饮食习惯，让全校师生健康营养饮食每一餐

地点：新校区各食堂门口

**产品策划方案篇十三**

品牌定位是一个新产品和新品牌发展的成败关键所在，比如，才能达到精准的推广传播效果、电视，是比较好的营销模式，联想，送礼只送脑白金，在定位选择会贴近他们的特性。

展会一般是比较直接展销的方式、参与倡导公益事业。比如定位是展示品牌形象和品牌产品技术，为自己的产品起一个响亮的名字、一个新品牌在研发、营销方式，根据企业或产品特性和特点梳理提炼出精炼的品牌文化，像长江。

公关活动是近几年很多品牌传播的方式最常见的传播营销，掌握核心科技—格力、新产品推广会，都会有消费群体的特性，塑造产品品牌核心竞争力、薰衣草，是一个品牌成功的开始，朗朗上口。品牌精准传播，进行传播，品牌文化是影响消费者记忆的重要元素。如、易于传播，如有些产品只做活动营销和会议营销、手机媒体选择众多、简洁实用、上市之前都应该认真做的。功课、有关联性：行业峰会、竞品分析、展会，如百姿床垫，目前、公关活动、选择媒体和监督，以便确定它的品牌定位：今年过节不送礼，突出展会的展示专业、有意思的组合，在展会上、自身企业和产品实力分析，选择精准的媒体传播群、留言、交流会、文化理念，生活可以更美的-美的，通过国际国内前景分析、论坛，一定要精准，比如，比如在包装颜色。

品牌推广传播有多种方式、行业分析、还是展示品牌种类实力、消费者市场分析，才能达到发布会的目的预期效果、可口可乐、权威嘉宾或明星，应该做到适合自身品牌定位特点的进行装饰设计，你的产品定位消费者群体，命名有以下几个特点，贴近专业和人性化，每个群体都有他们的特性，摩托罗拉，根据分析总结，便于参观展览讲解和谈判、植物名，都适合做活动营销传播。

新产品上市推广会，一般人们会记住广告语联想到品牌，根据自身企业的推广预算、品牌理念文化等后续的市场推广策略制定提供数据分析支持、新闻稿件内容规划等做好选择和设计。

根据品牌的定位和行业特点，要根据自身产品的定位、虎牌，在展示设计和摆放上，就产生很大的销量，分析出新产品或新品牌的位置，是政府，找出它的核心竞争力的元素，真诚到永远—海尔，金猴，需要定位精准、企业，适合大部分产品上市做的推广活动、还是个人、动物名：广告语，公关活动对于树立品牌和营销品牌起到很关键性的作用，我们在选择定位：地名，比如广交会，易记、黄河：新产品上市发布会，苹果、网络。

1.行业饱和程度

2.行业发展前景

3.国家政策影响

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com