

# 营销爆破活动方案(优质5篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？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。

## 营销爆破活动方案篇一

这学期市场营销学，学了不少内容与知识，使曾经匮乏的知识面扩展了很多，如营销战略规划过程，市场营销环境分析，以及各种市场营销策略等。

经过王趁荣老师的详细解说以及其它相关书籍的介绍之后让我感到真是受益匪浅。让我更加深刻的了解了市场营销学的真正的概念以及营销技巧。同时也让我明白了市场营销学不仅是一门应用型学科，同时它的哲理已渗透到我们的各项活动之中，包括经济活动与非经济活动。在人们经济生活，社会生活中得到广泛的应用。而市场营销学本身理念也是呈现出动态发展，不断创新的，以适应知识经济，信息经济和经济全球化的全面挑战。

通过这个学期的学习让我认识到倘若做为一名市场营销人员，做市场营销其实就是在营销自己，营销自己的理念和自己的人格。做人很重要，不要想着去欺骗你客户，客户可能会因为相信你而上一当，但是他绝对不会上二次当，你可能会因此失去更多的客户和机会，诚信对于营销者整个的营销生涯中占有举足轻重的作用，无论在什么样的环境下一定要对自己说过的话负责任，诚信也是最基本的人格保证。营销者要和自己的客户真心的交朋友，多了解客户的需要，多站在客户角度去考虑问题，产品虽然是没生命力的，但是人是有生命力的，人可以赋予产品于生命力，一定要注意自己的言行，

营销者的一言一行，时时刻刻影响着客户对自己的看法，你的一个微小的动作都可能使你的成功或者全盘皆输，做市场营销一定要吃苦耐劳，一分耕耘一分收获，真的在这上面有最全面的体现，做营销是很辛苦的，是体力与脑力的共同结合。守时对营销者至关重要，与客户约好时间一定要提前时间到达，无论是多么的风雨交加电闪雷鸣，都不是你迟到的借口，如果真的遇到不可逾越的困难的时候一定要提前告知客户迟到的原因并致歉。营销者一定要学会微笑，对自己微笑，对客户微笑，对困难微笑，微笑的魔力真的很大，当你见到客户的时候，对他微笑，客户会觉得有种如沐春风的感觉，在良好的气氛中交谈肯定成功率会大很多。持之以恒，凡事贵在坚持，客户不是一朝一夕就有的是需要营销者日积月累起来的，如果因为一丝困难而放弃，那么永远就别想成功，阳光总在风雨后，会看见曙光的。

市场营销即满足顾客需求还涉及到何种产品来满足顾客需求，满足顾客需求，使我更加认真学习书中营销策略，其中竞争性市场营销策略，目标市场营销策略，品牌策略，产品策略，定价策略，分销渠道策略，促销策略，服务市场营销策略等，以备充分满足顾客需要。

我一直觉得菲利普科特勒的一句话很有道理：“优秀的企业满足需求，杰出的企业创造市场”。我相信学习市场营销学的更多理念会有利于我在实践上的成功。

学习市场营销，目前我的这些心得似乎有些浅薄，但是我希望在学习中不断充实使自己越来越完善。

## 营销爆破活动方案篇二

《市场营销学》是高职高专经济管理类专业的必修课。此课程具有十分鲜明的‘实用性与可操作性特征。所以传统的教学方式难以到达市场的要求，也不能很好的提高学生的学习兴趣，满足学生的需要。在市场经济中有这么一句话：什么样

的商品是好商品？赢得市场的商品就是好商品。如果把这句话套用在教学中，就能够是：什么样的课堂是好课堂？赢得学生的就是好课堂！把这句话套用在学生的就业问题上，就能够是：什么样的学生是好学生？赢得企业的就是好学生。所以，在陕职院工作的八年里，作为营销专业的一线教师，我深知探索和尝试新的教学方式的重要性和紧迫性。当然，教无定法，教学经验更是涉及多方面、多角度，何况又有学科间的差异，每个人都有自我的体会。我的观点是：对于营销这门课，就应以营销基础知识为起点、以营销实际背景为依托，整合教学资料、综合运用多种教学方法，构成一种“开放式”的教学模式。在那里想就三种教学方法的使用和各位老师分享。还请批评、指正。

案例教学法是一种以案例为基础的教学法，是营销教学中必不可少的方法。原先以为就是在每一章节里尽可能多的给学生介绍营销案例，加深对理论的理解或记忆就行了。其实不然，我认为案例教学能否收到实效难点有三：

营销案例铺天盖地，但选取与主要教学资料密切相关、难度、长度都适宜的案例并非易事。有些案例虽然精彩，但与资料不相关或相关性不大。我要求自我在阅读超多案例的基础上精心筛选案例。而我最爱选取的案例类型是既和讲述资料相关，又能激励学生的例子。例如，在讲企业战略的重要性时我举了巨人集团史玉柱从做脑黄金的失败到之后的脑百金胜利的事例。和学生一齐分析，归纳，总结。让学生切实的感受史玉柱在战略上一个十分著名的“四不做”理论。“自我不熟悉的行业坚决不做；没有发展前景的行业坚决不做；没有好的人手坚决不做；没有足够的钱也坚决不做。”

我觉得案例能不能十分准确而生动的描述给学生听，尤其是在没有多媒体的教室，学生又没有相关的资料，教师的语言表达基本功就显得十分重要。生动的、幽默的、口语化的描述最能引起学生的兴趣。我做过实验，同样的案例在多媒体放给学生看远不如老师的口述，学生能有效地记忆更多的信

息点。所以，平时我会留意很多老师的语言风格。好的自我也会去模仿，最终构成一个学生喜欢、自我满意的语言风格。

案例教学中最难做好的就是综合分析型案例这种类型，它涉及多方面营销理论，要让学生分析问题产生的原因，选取相对满意的决策，给出解决问题的具体措施。如何激发学生兴趣，调动学习用心性正是难点所在。我想：首先要有意识的去转换自我的主角，把老师看成是导演或裁判员，把学生看成是演员或运动员。只有这样才可能营造简单自由的课堂气氛，才可能充分调动学生的用心性。

情景教学法也是我很喜欢，也很常用的方法。几乎每一章开始时都会用到。比如能够从教材资料入手设置一些带有启发性和探索性的问题，目的在于集中学生注意力，发挥学生主观能动性。在讲营销策略时能够设计这样一个情景，假如我们学校外的小饭馆生意不好，怎样扭亏为盈呢？如果让你当饭馆老板，你要如何经营？我鼓励学生用心出谋划策，培养他们的实践运用潜力。还能够用一些经典的营销小故事来讲述营销的大道理，例如“怎样向寺庙推销梳子”这样的故事，以简单、诙谐、幽默的方式来创造一种愉快的课堂氛围，学生容易理解。

另外，多媒体的使用也使情景更为直观、生动。在讲授“广告策略”这一知识点时，再好的语言描述也不及向学生播放几则广告，如可口可乐广告、李宁的广告，飘柔的广告，五粮液的广告等，透过教师的评析，让学生更好地理解广告的设计。在讲授关于品牌策略这一节，解释品牌是一个集合的概念，包括品牌名称、品牌标志、商标。解释时，配合多媒体上的图片学生才会印象深刻。

再有，还透过让学生分别扮演必须的主角，进行模拟表现，从而激发兴趣，引导学生深刻体会所学资料。比如推销这一节，实践性操作性都很强。能够组织学生进行一次模拟“柜台推销”或者模拟“上门推销”活动，让学生扮演“营业

员”或“推销员”，利用所学的推销技巧向“顾客”推销商品。透过这些活动，不仅仅能激发学生兴趣，使学生的理论知识得以巩固，而且有利于学生的营销实践操作技能和应变潜力的锻炼和提高。

游戏教学法是“结合教材的资料，运用游戏的手段如游戏产品、开发游戏课等，从学生的兴趣爱好出发，将所要学习的知识点转换成游戏，透过以后的感性活动，引导学生从游戏中掌握知识。”此教学法是这两年来，我才偶尔在课堂上使用的一种方法。用它，是因为看到许多企业在给员工培训时都选取了游戏的方式并且效果不错。偶尔用，是觉得在课堂上花费了超多的时光，必将减少理论教学时数，觉得有点本末倒置。所以，只在个别时候做一些尝试，用来调动一下学生的学习用心性。例如“听葫芦画瓢”的游戏，能让学生十分感性的认识沟通的重要性。这比我们老师一上课就开始说沟通有多重要的效果要好地多。

教学方法多种多样，教学效果也有不一样的衡量标准。我常在想：到底什么样的老师才是好老师？衡量好老师的标准又是什么？记得在xx年青年教师培训时，我的心得体会的标题就是《多些理解，多些宽容》。其中，我写过这样一段话“对学生我们就应多些理解，多些宽容。当然，理解的基础是了解，宽容并不等于放纵。我主张：鼓励式教学。同时，我也认为：鼓励在很多时候其实也是一种压力。”不管怎样，我在践行着我自我对好老师的理解，那就是：一个能把学生的事放在首位，能站在学生的立场思考问题，了解学生，理解学生，宽容学生，尽自我所能的帮忙学生，把自我的学生培养成社会需要的人。

### 营销爆破活动方案篇三

市场营销，是现在社会的必修课，是很多人的生存需要，也是人们需要学习的，现在社会竞争大，挑战大，风险大，这就要求我们要把市场营销学好，最起码要懂一些，是社会需

要，我没想过将来要做这一行，但不管怎样也要学习，我希望将来做一个设计师，市场营销是做每一个行业都需要的。

学校里，很多同学都在努力学习，在外做兼职，一边学习，一边实践，生活充实而美好，我也有在外做兼职，说实话，辛苦。我人生第一次做兼职，在金夫人，一天要拉至少15个人才会有工资，上午我空手而归，让我记忆深刻，那时我觉得非常难，很累的一天，没有工资，因为刚开始要被淘汰，我说不要工资，所以留下，跟同学们一块做，最后应该说还算完成任务，当然，我朋友们的帮助必不可少，他们都很棒。后来我接着做了一些兼职，但都没第一次累，比起以前，我现在好很多。不会害怕做不到了，虽然并不代表做的到，至少不会有太多心理压力。甚至我喜欢上了做兼职，觉得又能挣钱又能锻炼自己，而且还觉得挺有意思，在做兼职时，我觉得非常充实，以后工作了，我相信我也能一样过的充实而美好，这一点我始终相信。

第一次接触顺这门课程。老师走进教室，给我讲了为什么要学这门课程，学好这门课程的实用性。

随着社会的发展，科学的进步，人们的生活水平也不断提高，买车的人也日趋增加，所排放的尾气也越来越多，随之而来的是我们的环境也变得越来越暗淡，其中夹杂着越来越多对人体有害的物质，如固体悬浮微粒、一氧化碳、二氧化碳、碳氢化合物、氮氧化合物、铅及硫氧化合物等。一辆轿车一年排出的有害废气比自身重量大3倍。近100年来，气候变暖已成为人类的一大祸患。冰川融化、水位上涨、厄尔尼诺现象、拉尼娜现象等都对人类的生存带来了严峻的挑战。而二氧化碳则是地球变暖的罪魁祸首。所以保护环境是我们当前的首要任务，只有提高人们的环保意识，我们的家园才会得以保存，而我们公司经过研发，生产出一种新型的能进化尾气的环保净化器，把排放出的有害尾气经过净化设备的过滤后将有害气体及汽车排放的固体悬浮颗粒进行分解及吸收，大大降低了汽车尾气对环境的危害。为我们创造一个绿色家

园。大家都参与了讨论，然后再做总结，在这次学习中，过程是辛苦的但结果是幸福的。

这个学期我们上了一门让我们叫苦不迭的课程——国际市场营销课。可是之后的我们却得到了很大的收获。

的确，刚开始上这门课的时候，繁重的任务作业压得我们喘不过气来，有的时候基本上每个星期的周六日我们都忙于查资料，做课件。有的时候我们凌晨1、2点才睡觉，就是为了要赶课件。甚至有的时候，我们通宵不睡觉的完成任务，完成报告。

尽管经历了这些，可是当课程结束时，心里还是有一丝莫名的不舍。因为这门课尽管苦尽管累，却让我们学到了不少。

我记得上第一堂课的时候，老师就跟我们说过市场营销就是发现需求，满足需求的过程。我一直以为市场营销就是推销，之后才发现是有很大的不同。我认为无论做哪种产品的市场营销首先就是了解这个产品，了解产品的性能和优缺点，了解产品的所有信息；尽量了解这个产品的市场的发展起源和现在、以后的发展方向，多找些资料预测一下这个产品的市场前景，做到知己知彼。每种产品都有不同的消费群体，我认为一个优秀的市场营销者一定会认清自己产品的消费群体的特点，例如你的产品主要针对于个人还是公司，如果针对于公司那么针对的公司是什么类型、针对于个人是老年人或是儿童等等，不同的行业有不同的模式我不能一一列举。这主要依靠摸索和实践，只要能细心的观察市场就一定会有所收获。

这些仅仅是我学到的书本的知识，让我体会更深的是团队精神。

上这门的课的时就要求以7个人为一个公司，我们公司的名字就是ex-one（explore是探索、发现的意思（x未知数）代表

了未知的需求。one表示了我们是一个团队，队员就需要团结合作，并且我们也希望做到最好成为no.1。这就是我们公司名字的含义。我觉得我们做得很好，有完成了我们当初的期望。记得我们经常在星期天的晚上还出来讨论，讨论星期一的演讲怎样才能完成好，我们还会猜测老师还有别的组会提什么问题，我们要怎样才能回答好。记得我们一起在宿舍做报告做到深夜，在qq上讨论着还有什么地方做得不足需要改进。记得我们一起去公司做访问，一路上都欢歌笑语。记得我们一起去问卷调查，从最初的紧张到之后的大方。时间真的很快，很快就过完了一个学期，回顾我们走过的路，虽然会有争执、意见不统一的时候，但是凭着我们的团队精神，我们坚持了下来。我相信之后的我们会走得更好。

## 营销爆破活动方案篇四

为期十天的省行培训转瞬即逝，这里留下了我们悄悄倾听前辈教导的身影，这里留下了我们最真最绚烂的笑容。暮然回首，这样团聚一堂的时机已然不多，我们即将浩浩荡荡的奔赴工作岗位，以全新的精神面貌迎接新的挑战，内心诚惶诚恐，却又满心高兴和期望。

假如有人问我，培训期间给你留下印象最深入的是什么？我想说，是典范的力量。每一位为我们授课的省行领导，他们的做人准则、工作阅历和体会都深深的感染着我们，他们博学多才，他们阅历丰富，他们谦逊有礼，他们勤勤恳恳，兢兢业业，甚至连培训班每天与我们朝夕相处的老师，他们无微不至的关怀和服务精神，都令人为之动容。感谢培训班的老师为我们真诚而温馨的付出，感谢省行提供的培训时机，带给我们全新的精神洗礼。

假如有人问我，培训期间你最大的收获是什么？我想说，是完成了由菁菁校内的同学走向职业人的心态转变。在这里，我们了解了中国农业银行的'进展历程、根本概况、业务模块、



风险管理、公文标准、服务礼仪、薪酬管理体系，人才培育和晋升制度。通过系统的学习，学员们明确了自己的职业进展方向，规划人生蓝图，踌躇满志。

“违规就是风险，安全就是效益，合规创造价值”，依法合规的观念已经深化人心，银行业是个高风险的行业，在金融创新浪潮的推动下，金融业渐渐进展成为主要提供风险转移策略的银行，从某种意义上讲，商业银行就是“经营风险”的金融机构，以“经营风险”为其盈利的根本手段，健全的风险管理体系能够为商业银行制造附加价值，在市场上取得盈利时机的风险担当力量，是现代商业银行核心竞争力之所在，风险存在于商业银行的每一个业务环节，全面的风险管理表达为每一个员工的习惯行为，因此，作为一名银行从业人员，我们应当具有风险管理的意识和自觉性，主动预防工作中可能潜在的风险因素，同时，留意爱护自己。

“欢迎参加xx行大家庭！”这句温馨的话语不断地在每一位前辈的发言中得以重复，的确如此，培训期间，培训班通过组织各种文体活动，增进学员之间的沟通沟通，其乐融融。

每天的行程都布置得很充实，上课学习，体育竞赛，演讲竞赛，文艺汇演排练等丰富多彩的活动，为新学员提供了一个呈现自我，融入农行大家庭的舞台。特别是文艺汇演的排练，加深了学员们彼此的了解，我们肆意的挥洒青春的汗水，绽放最炫丽的青春，在文艺汇演这个活泼的大舞台上，充足地呈现农行新一代员工的亮丽风采！在此，预祝20xx年中国xx银行xx分行第三期新员工培训班文艺汇演取得圆满胜利！

中国农业银行在胜利上市之后，以市场为导向，以客户为中心，以效益为目标，努力把农业银行建设成一家面对“三农”、城乡联动、融入国际、综合经营、致力为最广阔客户提供优质金融服务的现代化全能型银行。我们作为农行的新员工，本着爱岗敬业，勤勉尽职，依法合规的职业心态，踏上征途，追求卓越，共创辉煌！

最终，谨以下文与各位同事共勉：知之非艰，行之惟艰，知难行易，知行合一，行我所信，信我所行。

## 营销爆破活动方案篇五

通过培训，学习到了一些新的营销管理学问，懂得了在实践中熬炼出一个高绩效的营销队伍对现代高等职业教化改革而言是多么的重要。在市场营销管理方面，我们必需结合我们的国情、民情以及企业的实际状况加以融会贯穿地创建出适合自己的市场营销管理体系。

下面仅就我参与亚洲文化与营销传播培训会学习后，结合自己的工作实际和一些思索，谈谈对如何搞活“市场营销”工作的几点粗浅相识，以便共同学习和沟通。

市场营销学课程的重点和难点主要在于学生理解市场营销经典理论，了解市场营销的前沿理论和实践，培育学生开展营销活动的实力和素养。对于这些课程重点和难点，在本次培训的过程中，我们学习到要实行经典营销理论的讲解与剖析、前沿营销理论的研读、营销实践的评析和营销实践性教学等教学手段加以解决。

1. 经典营销理论的讲解与剖析。课程教学队伍要利用课堂讲授、经典营销案例探讨、营销情景演示等教学手段，将经典营销理论与管理学、经济学、消费心理学等学科理论相结合，综合剖析经典营销理论的思想内涵，提高学生对经典营销理论的理解层次。

2. 前沿营销理论的探讨型“教”与“学”。在剖析经典营销理论的基础上，将课程教学队伍的营销专业探讨成果转化到营销教学环节中，丰富前沿营销理论的教学内容；同时，将课堂探讨、网络教学资源阅读等教学手段启发和组织学生进行探讨型学习，有条件地组织学生参加老师的课题探讨，拓宽学生的理论视野，提高学生的理论创新实力。

3. 营销实践实力的'培育。通过商务案例评析、营销情景演示、营销实践模拟、商务案例策划、营销实战指导等多元教学环节，开展市场营销的实践性教学，培育学生从事各类营销活动的思维范式，提高学生开展营销活动的实际操作实力和实践创新实力。

4. 综合开发和共享营销教学资源。课程将经典营销理论、前沿营销理论、国内外知名企业的营销案例、具有成熟思想的学术论文和著作、举荐阅读书目、营销网络论坛等教学资源进行综合开发，同时聘请国内外营销专家和学者、企业营销总监、商务精英等校外人士为学生进行沟通和沟通，将校内课程教学资源和校外教学资源加以有机整合，并组织学生利用这些教学资源，为课程教学服务。

培训时间虽然仅有短短的三天，但我却收获颇丰。今后在市场营销学的教学过程中，我要将自己在培训中的所学、所得创建性地加以应用。路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。特别感谢教化部高校老师网络培训中心供应了一个让高校相互学习沟通的机会，让我们对市场营销有了更深的相识，也特别感谢培训老师毫无保留倾囊相授的无私精神。最终，由衷地感谢主办单位为从事市场营销学教学工作的老师们供应了这个特别好的沟通平台，让我们能够在沟通中提高，在沟通中进步。尽管培训班的学习结束了，但是沟通才刚刚起先。学以致用是我们参与本次研修培训的目的，信任各位老师都能够把培训的收获运用到教学工作中、运用到市场营销学的课程建设中去。

20xx年12月31日