

2023年蒙牛促销方案阐述 蒙牛在校园促销方案(模板5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。方案的格式和要求是什么样的呢？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。

蒙牛促销方案阐述篇一

在校园营销策划部工作，会经常思考校园营销活动策划方案该怎么写的问题，小编觉得咱们得了解大学生究竟是怎么看待校园企业营销活动的，大学生关于品牌又有怎么的看法？针对这些问题，就有专家曾做过调查，去聆听他们的声音，并归纳总结出的策划方案，下面小编就为大家分享一篇营销活动策划案。

一、创新营销方式更能吸引大学生

大多数接受采访的同学表示他们不会特别去留意校园内的一些促销活动，除非他们真的需要这些商品，或者某个活动特别的有新意。大多数接受采访的同学都认为现在校园里那些营销活动不怎么有意思。物流专业大二男生小李说：“学校里那些促销活动，贴个海报、发发传单、赞助个比赛、活动什么的，挺乏味的，也没什么说服力，看一眼就没有继续看下去的欲望！”可见，针对大学生的营销是非常需要技巧和创意的。那些形式比较新颖、有创意的活动才能吸引大学生的眼球。理科硕士男生小宋说：“要是有我喜欢的明星，我肯定会去关注的。”而兽医专业男生小周说：“要是能举办一些讲座，发放一些纪念品什么的，我会比较留意。”总之，企业想赢得这些青春激情和文化理想结合体的大学生群体，创新营销方式是不可或缺的，除此之外，在企业活动中给大学生一些实际的.好处也非常重要。

二、大学生是品牌忠实分子

几乎所有接受采访的同学都说他们在买东西时，非常看重品牌。没有牌子的东西一般不会去关注。理科大四男生小周说：“不是很有名的牌子，肯定不会买。”在大学生的心目中，品牌既是一种质量的保证，也是一种品味的象征。他们有着非常强的品牌意识，在他们看来，有品牌才会有质量。他们认为一个品牌的建设需要很长时间。电商女生小杨说：“一个品牌能生存下来，就表示市场肯定，有相对可信度。”小宋对于品牌的看法则更为理性：“建立一个品牌，产品质量是保证。另外，良好优质的售后服务也是非常关键的。”

三、校园整合营销活动探究

1. 校园活动的体验式营销。在大学生获取信息渠道的调查中我们发现，“同学、朋友介绍或传播”排名第三(53.1%)，是仅次于排名第一的因特网(56.4%)和排名第二的报纸(55.1%)的重要的信息获取渠道。大学校园特定的生活方式，为人际营销提供了最好的土壤。在我们调查的大学生群体中，过去一年参与或者观看过校园活动的人达到总数的53.6%，其中42.8%的学生对这些校园活动印象深刻。越来越多的企业在传统产品销售、广告攻势的基础上，更多地利用公关活动来亲近消费者，并且活动的营销力也逐渐得到了认同。不难发现，饮料Qit以及运动品牌的校园活动对塑造自己的品牌形象无疑起到了正面作用。在影响力经济时代，品牌形象树立的意义更为重要了。

2. 多元渗透的直接营销。不难发现，大众市场和白领阶层对促销方式的接受度整体较低，只有打折销售可以打动他们，而大学生群体对促销方式的接受范围比较广泛，除了派送、赠送小礼品、赠券等传统方式以外，大学生对网上销售、邮购和直邮广告等新型促销方式的接受度也相当高。大学生的消费方式以及这种消费方式的延续对广告市场的成熟和繁荣

也必将起到积极的推动作用。

四、校园营销活动计划：

1.、广发、广贴好乐买传单、海报、代金券等等，在教室、走道、茶坊等公共场所张贴公益广告，打知名度！这样铺天盖地的品牌字眼可以让消费者被动的接受所营销活动的品牌，并且勾起同学们的兴趣。

蒙牛促销方案阐述篇二

转眼间大学中的最后一个暑假就悄然的来到了我的身旁。作为我们大学生的一件意义重大的事情，而且也是最后一个机会，就要结合我的自身情况深思熟虑，我决定去尝试一项从未接触过的工作。虽然很多同学都在为自己的将来考虑，觉得既然今后要从事与通信工程相关的工作，所以就要抓紧时间，从暑假做起，积累经验。但是我觉得，既然注定要更多的坐在办公室里面虚心工作，我就还是利用者最后的一次契机选择一个与众不同的经验——促销，去接触最多的人，最各种各样的人，也顺便改善下我不善交流的性格。毕竟，不能一直这样不善言谈下去，而克服这个弱点的最好方法，就是每天见超级多的陌生人，跟超级多的陌生人说超级多的话。好在家人虽然不是很支持，但是也没有强烈的反对，于是我就在炎炎夏日中开始了我的最后一次暑期实践。

即使是促销的工作，也没有便捷的方法能找到需要招促销员的工作，为了能更快的达到我的目的，我选择了一家中介公司，交了相应的费用之后，内心还是略有不满的，还没有赚到钱，反而是必须要先从荷包里掏出钱来。不过突然想到一句话：没有付出，哪来收获。这句话想来有点讽刺，不过也让我浅浅一笑，既然是个必须接受的事实，那就先不要在意啦。

在中介的介绍下，我来到了蒙牛公司的专门负责促销的部门，

本来以为根本不可能碰到什么麻烦的过程，没想到在面试前的过程就一直需要等待，时间长了以后脑海中浮现的净是在《读者》、《文摘》中介绍过的面试中为故意刁难员工来测试忍耐度的故事，还会顺便四处看看周围有没有纸团垃圾是特别留下来以测试观察力的。好在没有什么垃圾纸屑，得以让我只是保持着笑容在那里等了一个多小时，而不是太过冲动的拿起扫把大干起来。不过其实仔细想来，其实那等待的大把时间，没有想象中那么的漫长和无聊，反面的，脑海里充斥的各式各样的想法是我内心底最鲜活的心情。这次还只是可有可无、毫无压力的简单面试，难以想象在面对众多的竞争者，在自己的条件并没有那么的出色的时候，等待着面试工作会是何等的焦急。但是我后来想的清清楚楚的，就是不管面对什么，要对自己有信心，可以自己的能力不被接受，但是自己不能认为自己没有能力去应对。

之后的过程就像对简单了一些，姗姗来迟的主管带我去到了另外一些促销人员正在开会的地点，将我今后要参与的主推产品“蒙牛酸酸乳”详细的介绍给了我，我通过了简单的测试，拿了满当当的赠品，开始了我的暑期实践。

刚刚开始工作的我，并没能够很快的进入状态，因为习惯了坐在那里听课、演算题目、甚至上网的我根本无法忍受长时间的站立，而我的任务却是每天站在那里，早晨九点半开始晚上五点下班，暂且不提宣传促销，就那么一直站着就已经是种煎熬了。但是我及时的认识到一动不动的站立会很快的达到我的人体极限，因为那种姿势跟军训时候的站军姿没有太大区别，并且那样无法满足我的初衷，所以我选择了完成我“伟大的使命”，开始念出宣传语。刚开始是小心翼翼的，后来就可以放心大胆的了。也正是由于蒙牛的品牌本来就比较响，所以开始有顾客来到我的面前来咨询活动。在经历了几天的实战演练之后，我也在观察后，变得变通起来，针对那些比较关注促销活动，那些对活动的赠品易感兴趣的中老年妇女、年纪比较轻的学生采取一种方案：对于小孩子，就采取免费品尝的方法，让孩子作为砝码使得家长真心情愿的

参与活动购买商品；至于其他相对比较冷静的人们就只能尽可能的使足劲头的努力宣传了……总而言之，分门别类的对待，这之后效果开始明显起来。再以后，我也开始和超市中的叔叔阿姨们熟络起来，在自己不忙的时候帮助他们上货，摆放物品。这样努力下来，我觉得我变得活泼主动了许多，这种感觉也自然而然的延续到家里的生活中，原本懒惰的我变得勤奋起来。

现如今，高校不断扩军、毕业生数量逐年增加，太多太多的同学选择了考研来暂时逃避就业压力，也为自己的未来增添一些资本。但是我却毅然决然的决定面对这个大的困难，所以这次的暑期实践就注定是我的最后一次，选择了这个在别人眼中毫无价值的促销工作，却让我收获了另外的滋味。相对于课堂上的知识，这种步入社会的体验来的更为的鲜活，给了我更大的触动。我想今后不可避免的是，我们与那些已经在社会中摸爬滚打了多年的人们少了经验，但多的是年轻的冲劲。这次的暑期实践就是在我没有任何经验的前提下一点点摸索出来的。毕竟谁都是从一张白纸开始学习的，他们可以一点点的熬过来，我就可以比他们更快的进入状态。面对未来，我肯定会像那时等待面试一样的彷徨无奈，但是一旦踏入社会，接触、摸索出适合自己的工作，然后得到工资，可以尽快的孝敬回馈父母，可以多了一份对家庭的承担，将会是一件无比幸福的事情。这次的暑期实践，是我踏出社会的第一步，但是这一小步会带动我走好今后的每一步，坚定而踏实的每一步！

蒙牛促销方案阐述篇三

1，特色：以多次抽奖，参与游戏赢取mp4的活动方式，反复给予消费者拿奖品mp4的机会；反复地加深其对三星t08的优势特点的了解；反复地加强其购买、拥有t08的冲动与欲望。

2，根据：本策划方案根据三星mp4t08的校园营销策划大赛

要求设计。为了在校园宣传与推广该产品，达到优秀营销的目的。

3, 目的: 依靠三星品牌形象, 为三星mp4t08开发校园数码产品市场, 达到长期营销的效果。

4, 主题: 在校园宣传与推广产品t08

5, 构成: 本策划方案由三个阶段组成(共9天)。在不同时间连续进行的三个阶段的的活动, 力求以完整的有始有终的营销过程争取最大最好的成果。

本营销策划总括:

第一阶段t08宣传, 为第二阶段的主题晚会造势;建立t08初始印象。

第二阶段t08的主题晚会, 全面产品介绍t08赠送活动。确定t08的良好印象。为第三阶段作预告。

第三阶段t08后续宣传, 加深产品的优良品牌印象, 达到长期营销与魅力传播的效果。

校园营销活动日程安排

第一阶段(. 9. 22-9. 29)宣传。(注: 新生入学军训结束后第一周)

第二阶段(2011.9.29)t08主题晚会。

第三阶段(2011. 9. 29-9. 30)后续宣传。

市场分析:

一，市场状况：

我国开始扩招，自此之后高校学生人数急剧膨胀，在一年高校学生人数已经超过了1400万，位居世界第一。而高校学生人数的膨胀，同时也为厂商带来了巨大的消费市场，尤其对于消费类电子产品来说，其便携、方便、娱乐功能丰富等特征，更为学生用户所喜爱。其中mp4播放器成为继mp3之后又一吸引学生用户的消费电子类产品。

二，消费心理要素：

1，贪欲。抽奖可以吸引许多人；抽奖奖品三星mp4就更多人参与；抽奖得mp4共送出一台则好多好多人来参与。

2，“合理的消费理由”——学习用品。学生为什么购买mp4呢？1，喜欢；但是可能犹豫2，有一个合适的理由——为了学习，不用犹豫。

3，潮流、时尚与性价比的配合。潮流时尚只可以引起冲动消费，但经不起理性思考；所以我们要强调的地方是——性价比1，三星品牌；2，三星品质；3，三星新的先进的独有的技术dnse2.0音效；完美的超值的配件双蓝牙无线耳机。

产品把握：

一，t08优势与问题：

问题：1，价格；2，质量保证程度

三星t08面临的机遇：1，时机。在需求的旺季宣传与营销。开学初，新生军训结束的第一时间。2，消费者的要求提高。要程度排列是：一，质量；二，价格；三，品牌与售后服务。三星mp4作为硬性品牌，质量有保证。

二、市场的要求

1, 从实际学生用户购买产品特征来看: 501-1000元与500元以下产品占据主流。而在价格影响下, 走中低端发展路线的纽曼更为学生用户青睐, 并在市场上的优势遥遥领先。价格因素还导致1gb及以下与屏幕尺寸较低的1.8英寸及以下产品占据较高的市场份额。此外, 在调查中还发现目前mp4存在较为严重的质量问题, 死机成为质量问题最为突出的表现。

蒙牛促销方案阐述篇四

一、活动名称:

“素宝杯”我是

seller校园营销之星评选

二、主办方: 杭州素宝电子商务有限公司

承办方: 河南师范大学商学院市场营销协会

三、活动地点:

河南师范大学

四、活动时间:

一年5月10日

五、活动流程策划

第一阶段: 宣传发动

在东西校区悬挂条幅六条彩喷, 张贴海报100张、散发宣传

单10000张。目的让师大师生知晓商学院即将举办“素宝杯”我是seller校园营销之星评选活动，吸引大家前来参加比赛，并告知大家参加比赛报名方式、时间、地点。

第二阶段：现场报名(5月15日—5月17日)

在东西校区设置两个报名点，起到咨询、报名和宣传的作用。需要四顶帐篷，条幅两条(商学院“素宝杯”校园营销之星报名现场)，现场报名即可赠送免费体验电话卡。

第三阶段：面试选拔(5月18日—5月19日)

n进30面试：5月18日晚，院学生会和市场营销协会负责，参考简历和现场表现；

第四阶段：营销培训阶段(5月20日)主要由企业负责对营销产品和技巧进行专题培训。

第五阶段：绝对挑战——巅峰营销体验阶段(5月21日——6月9日)

10名选手可以单独或组织团队进行营销体验活动，在营销体验期间，10名选手书写一份产品市场推广策划书和个人营销体验心得ppt形式，图片是个人参加营销体验阶段的实景照片)

第六阶段：评奖认定阶段(6月10日，院二楼多媒体教室)

六、奖项设置

营销之星一等奖一名；二等奖3名；三等奖6名

奖金设定：一等奖奖金1000元；二等奖奖金800元；三等奖奖金500元。

6月10日颁奖，由河南师范大学商学院颁发荣誉证书，由素宝中原公司颁发奖金。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

蒙牛促销方案阐述篇五

“元旦”是一年一度的新年佳节，元旦和“五一”、“十一”都是黄金假期产品消费的旺季，为抢夺市场，各品牌的产品和业主都纷纷有所行动，同时豆浆机、家电等产品高昂的价格及消费者不熟悉如何使用等因素，一直使一些潜在消费者犹豫徘徊。为抓住这一销售旺季和处在犹豫徘徊的消费者，我们特策划了本次活动。“特仑苏”在蒙语中是“金牌牛奶”之意，也是蒙牛的一个牛奶品牌。特仑苏纯牛奶来自中国乳都核心区，集结了海拔、纬度、阳光、水土等天地精华，国际专业牧场，精挑高质牧草，优选良种乳牛，造就出富含天然优质乳蛋白的特仑苏纯牛奶。每100克牛奶中蛋白质含量高达3.3克，比国家标准高出13.8%，特仑苏牛奶中的醇香新贵族，带给消费者高品质的生活，高品味的人生。

二、活动主题

迎接新年，畅饮牛奶——蒙牛特仑苏牛奶营养与你同在

三、活动目的

新的一年新的到来，为了回馈广大消费者的支持与厚爱，蒙牛特仑苏牛奶特在新年期间与大家亲密相见，在大家畅饮开怀的同时，也给大家带来了新的口感和新的营养。

1. 利用“元旦”黄金周的机会，提高产品销量
2. 借势推广蒙牛特仑苏牛奶，促进认知
3. 回馈广大消费者，建立忠诚度
4. 加强与终端合作，给予各业主信心

四、活动时间

2011年12月30日——2012年1月5日

五、活动产品

特仑苏纯牛奶特仑苏低脂奶特仑苏有机奶特仑苏醇纤牛奶

六、活动地点

各大商场及各大超市卖场

七、活动规划

(一)活动内容

5. 凡在活动期限内购买蒙牛特仑苏牛奶四箱，即可赠送蒙牛特仑苏牛奶一箱和参加幸运大抽奖活动四次，最多四次。

(二)活动形式

特仑苏牛奶;作用：经由消费者传达出蒙牛特仑苏液态奶制品的健康、纯天然、好口感；

4、每个抽奖箱放51张小纸卡，纸卡上写着“元”、“旦”、“元旦”、“好运”字样；

5、纸卡字样分配：10张纸卡上写“元”；5张纸卡上写“旦”；1张纸卡上写“元旦”；另外35张纸卡上写“好运”。

(三)奖项设计

1、一等奖的字样为“元旦”，奖品为蒙牛特仑苏牛奶两箱；

2、二等奖的字样为“元”，奖品为蒙牛特仑苏牛奶一箱；

3、三等奖的字样为“旦”，奖品为蒙牛特仑苏牛奶6盒；

4、四等奖的字样为“好运”，奖品为蒙牛特仑苏牛奶1盒。

(四)其他补充说明

们准备的回馈消费者礼品一份，奖品为蒙牛系列产品；

2、本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收银条。

八、促销价格策略

2、我们直营的终端：在供应价的基础上让利5%-10%

3、不管是经销还是直营的门店多要争取终端同时让利，要求他们也给予5%-10%点让利，我想这样才能在终端形成一定的价格优势，做到互惠互利，共同争取更多的消费者，回馈我们的顾客！

九、活动现场的要求

1、根据现有的资源和能力准确安排本次活动的点，作为活动点应具备的基本条件：

(1) 现有产品结构比较合理，要有足够的礼盒陈列；

(2) 促销员的足够人数；

2、现场的布置设计

(1) 活动期间通过一些气球、鲜花等美化现场，哄动现场促销气氛

(2) 在活动现场竖立广告牌，宣传蒙牛特仑苏的品牌文化

(3) 在超市门口要有活动的告知

(4) 活动现场要摆上抽奖箱/赠品进行展示，激发消费者购买欲望

3、在活动期间，需在目标终端附近的小区 and 超市门前及商场广场人流量较多的地方进行目标人群的活动宣传单派发，扩大活动的目标影响力。

十、宣传物料

1、活动宣传单页

2、活动海报

3、悬挂横幅

十一、关键控制点

- 1、产品进场
- 2、促销员的招聘、进场，对促销员的培训
- 3、活动现场的秩序
- 4、活动宣传单的发放

十二、效果预估

- 1、通过促销活动，促进了现有产品50%的销售量
- 2、提升了产品70%的知名度
- 3、提高了产品60%的竞争力
- 4、增强了消费者100%的信赖度