

雅诗兰黛的营销方案 产品营销方案策划(通用7篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。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。

雅诗兰黛的营销方案篇一

显然，那些在没有清晰地市场调研之前就根据感觉做出来的新品牌产品想要取得营销成功难度非常大。每个企业都要对于自己的能力有一个清晰的认识，人贵在有自知之明，企业同样如此。很多企业狂傲自大，认为自己推出的品牌产品具有足够的创新性，能够与跟进者抗衡，结果自己辛苦研发的好品牌产品，却被那些“不要脸”跟进的巨头们山寨，继而自己被挤出市场。

知己还得知彼。消费者市场到底怎么样?有没有足够的消费需求存在或者未被满足，一旦要去挤占成熟的市场，就要结合自己的能力。

在知己知彼之后，企业就要为新品牌产品做好定位。有人认为，定位就是给品牌产品找准了位置，有效地满足潜在消费需求。笔者认为正确但不全面。任立军认为，品牌产品定位除了说明你期望或者能够处于的位置之外，企业还要学会利用定位来判断企业的能力范围之内是否能够真正处于那个位置。因此，做品牌产品定位的时候，最重要的不是找位置，而是要详细研判企业是否拥有足够的力量处于那个位置。

我们曾经做过一个黑龙江蓝莓饮品品牌，受到上一家营销策

划公司的影响，老板一直强调其饮品的高端定位，认为中国拥有足够的高端消费人群，市场空间不成问题。可是，当我们要求企业列示满足这个高端定位的支撑因素时，老板除了蓝莓果和我们营销策划团队再无支撑因素，显然，这样的高端定位没有足够的支撑是无法实现的，这种定位我们称之为虚空定位，基本无效。

营销渠道体系构建

对于市场营销来说，渠道为王这样的表述永远不会消失，原因很简单，营销渠道是实现营销价值传递的路径，除非进入到自给自足的自然经济时代，否则，只要有商品就需要通过营销渠道来进行传递，套用一句公益广告语：“没有渠道，就没有买卖”。

显然，新品牌产品上市营销策划也一定不会忽略掉营销渠道体系的构建。笔者曾经在其他文章里描述过底层配置营销渠道构建理论体系，这是一个比较好的方法，尤其对于新品牌产品上市的营销渠道体系构建。

提到营销渠道体系构建，很多企业都会想到糖酒会的招商和样板市场打造。先说糖酒会的招商，对于糖酒会来说，只适合做营销渠道招商的修修补补招商，不适合营销渠道体系的构建式的招商。原因很简单，糖酒会招商拥有太多的选择，人们在面临过多的选择时，往往会不自觉地提高期望值，而且也可能会做出错误的判断，这种可以称为偶然性招商，而以企业为中心的目的性招商则还要企业自己踏踏实实地做工作。再说一下样板市场打造，很多企业在新品牌产品上市时，为了样板市场打造就花掉了半年或者一年甚至更长的时间，把所有精力全部集中在样板市场上，从时效性来看，并不划算。正确的做法应该是样板市场和其他目标区域市场要求同时进行，只是样板市场投入的精力要多投入的资源要大，这样可以保证样板市场的建设速度快于其他市场。

运用底层配置营销渠道构建体系，从细分市场入手，再配置终端渠道，再配置经销商渠道，这是纸面上的沙盘推演式的渠道配置，在实际操作过程中，还要按照正常的执行计划进行。

市场营销政策与营销策略的融合

对于新品牌产品上市的市场营销政策制定，这是最为颇为脑筋的事情。显然，没有制约策略能力比较的营销策略几乎很多人都会做，但一旦要求政策具有强大的博弈能力的话，也就是将企业的营销策略融入到营销政策当中，通过营销政策的表象来掌控整个营销系统，那么就是一项具有超高技术含量的工作了。

我们在为企业做营销策划服务时，几乎100%地会发现企业的市场营销政策存在不同程度地问题，有接近40%的企业的市场营销政策没有融合进营销策略，导致营销政策的作用呆板没有销售力，几乎不存在对于市场和渠道的掌控力。

任立军认为，新品牌产品上市的市场营销政策的制定一定要围绕着企业的营销策略体系来做，任何无法支撑营销策略体系的政策都不应该存在，任何无法精准支撑营销策略体系的政策都需要被修改。

雅诗兰黛的营销方案篇二

在我校发行的有关英语学习的报纸和杂志有21世纪报、英语周报、英语辅导报、疯狂英语等七种，竞争非常激烈，目前我又了解到学习报的英语版正在大量进入我校市场。据了解他们的销售模式只是单纯的在大学校园宿舍进行推销，但覆盖面不广，往往是各据一方。但后期报纸或杂志的发送成了的问题，往往出现发送报纸或杂志不及时，或报纸积压的问题，没有给学生留下好的印象。这对于刚进入我校市场的新东方英语是一个不错的有利条件。

推销对象□xx工业大学20xx级本科新生

对象总人数：预计本科新生在xx人左右

对象需求分析：

(1)对于刚踏入象牙塔里的大学生来说，他们心中早已经有了自己的英语学习目标，考过英语四六级，然后像更高的目标奋斗。

(2)在我校，由于新生进校十天左右会有一个英语分班测试，对于远离考试几个月的学生来说会比较重视此次考试。然而事先不知情的他们很少有人会带上以前的课本或者资料，因此这也是新东方英语推销的有利切入点。

(3)现在英语四六级的试题改革，对当代大学生英语水平有了更高的要求。提高英语成绩的有效方法也是最基础的方法就是扩大词汇量。寻找一份有效地能帮助自己扩大词汇量并提高自己英语整体能力的资料是许多刚进校的学生想知道的，同时考过英语四级也成了学生学习英语的目标。

(1)推销市场实地分析□xx工业大学地域广阔，宿舍分布较为集中。

(2)推销人员：为了进行较好的市场宣传与推销，推销人员应遍布学校新生各个宿舍区，这样才能做到有利的宣传与推销，在第一时间抢占校内较多市场，同时为以后报纸的配送提供了更多的方便。同时考虑到男生进入女生宿舍不方便，推销人员应有一定的男女比例，通过这些建立有利的地理优势！

(3)鉴于对市场实地的分析，估计总共需要xx人左右的推销员分布在校园各个新生宿舍进行宣传与推销，至于后期发送杂志大概需要x人。

宣传主题：读新东方英语，做未来的主人！

推销宗旨：诚实守信，服务至上，让顾客满意！

前期准备：

(1) 人员招募：考虑到前期推销的艰难性，我将招募比较有责任心的、想做的并且想执着地干下去的同学和朋友，特别是以前有过推销经验的同学和朋友优先。同时也要考虑到人员地域的分布和性别比例，将招募的人员分为5个小团队，其中一个小团队为女生，并选择能力较强的人为队长。

(2) 人员培训及经验交流：作为推销团队，就应该有团队精神，同心协力将推销的事情做好。团队精神的培养需要团队成员更多的相处和彼此的了解。为了获得更好的推销成果，掌握一定的推销技巧是不可少的。虽然个人的智慧或者经验是有限的，但积水成河，聚沙成塔，团结的力量是无穷无尽的，要求我们能够广泛的汲取经验并互相交流。除此之外，更要努力学习理论知识，多学习有关推销的技巧。

(1) 提前两天到校，制定推销详细规划步骤。

(2) 协调组织成员，鼓舞士气！

(1) 定点宣传：新生入学阶段，在宿舍的主要路口设接待点。为新生及其家长提供免费饮水并制作相应的宣传版进行平面宣传。同时如果条件允许可以适量地提供免费报纸。

(2) 宣传与推销：新生入学的时段到新生宿舍进行宣传推销。

(3) 抓住老乡会的时机，帮忙新生了解大学生活及英语学习，为新生对大学的诸多困惑进行解答，同时对英语的重要性和学习方法进行讲解，借助推销我们的报纸。

(1)首先要给人一种亲切的感觉，自我介绍很重要，带上学生证是必须的，作为学长或学姐的我们要在新生们眼中是很值得信赖的。可以以学长或学姐的身份向他们介绍学校情况，像交朋友一般。交谈时要面带微笑，拉近彼此间的距离，言语中透露大学英语学习的重要性：作为我校的大一新生，进校后会有有一个英语分班考试，这将决定他们在那个级别的班里学英语。讲清楚分班考试的重要性，快班的同学的英语老师较好，有利于他们的英语成绩的提升，更早的参加英语四级考试。而且很多同学来校时没带任何与英语有关的书或资料，买了这份杂志可以为考试做些准备，找回英语的感觉，同样可以受用于以后大学英语课程及英语四级的学习。

(2)推销时要带上一份样品，言谈应尽量言简意赅，切入推销主题时不能表现得太商业化，这会使得新生们显得反感。

(3)如果能顺利的推销出一份杂志，一定要开正规的订阅发票，该杂志专用的。还要留下校园主管的联系方式，如有任何报纸发送方面的问题可以向校园主管反映。同时推销人员还要主动留下自己的联系方式，主动提出什么问题都可以找我们学长或学姐。即使在某个宿舍没能推销成功，同样要以学长或学姐的身份留下联系电话，一来可以留给新生回头机会，二来可以向他或她的室友进行宣传，为以后征订的人留下途径。

(1)每天从各队长处收集整理最新征订情况。

(2)每天开队长会，共同解决推销中遇到的问题。

(3)每天开组内会，鼓舞团队，齐心协力!

(1)基于前面对于市场实地的分析，后期发送杂志同样做到方便快捷。因此会在校园各个新生宿舍选取个别人作为发送员，对每期的杂志进行及时地发送，给新生以满意的服务和印象，同时这也是占据市场和扩大市场的有效途径。

(2) 鉴于其它杂志和报纸在发送方面存在的漏洞，给新生客户造成了很不好的印象，有人甚至提出退款，所以后期的发送服务一定要及时、周到，据此建立读者反馈机制：根据各个宿舍区征杂志订的人数安排该区域内发送员(一个发送员负责一个宿舍楼);另外发送员也要受到新生客户的监督，客户对杂志发送方面的问题，如发送不及时、错发、漏发等问题均可向校园主管反映，由校园主管处理解决，通过这些来间接地监督和考核业务员的业绩。

(3) 为了避免错发、漏发等问题，需要制作相应的表格将杂志发送员所负责的学生信息进行汇总，每发一份杂志在表上做好相应记录，使发送工作有条不紊进行，避免出现问题而引起客户的不满!

对每位订购客户进行问卷调查，提出杂志的优点和缺点，有利于报纸的改进和发展。

雅诗兰黛的营销方案篇三

1、银行产品简介

经过分析得出□xx公司主要从事工程机械的研发、制造、销售，是中国最大、全球第六的工程机械制造商。目前，三一混凝土机械、挖掘机、履带起重机、旋挖钻机已成为国内第一品牌，混凝土输送泵车、混凝土输送泵和全液压压路机市场占有率居国内首位，泵车产量居世界首位，是全球最大的混凝土机械制造企业。因此对应的其所需要稳固市场份额，扩大销售量，那么就需要一项专门的银行产品来解决公司稳定的购销渠道和保证资金链的完整度，那么票据的办理问题的理财产品就显得由为需要，兴业银行推出的“动产（仓单）质押受信”产品，则能够则正好能够满足三一重工股份有限公司对于这一部分的要求，能够充分的满足其生产经营流动资金需求。

动产（仓单）质押业务是中国兴业银行为客户带给的更为方便、快捷的金融服务。指客户以其合法所有且贴合本行规定的动产或仓单质押，我行据此给予授信用于满足其生产经营流动资金需求。质押授信业务项下信用业务主要包括短期流动资金贷款、贸易融资、贴现、承兑、商票保贴等。

2、竞争对手分析

□1□swot分析：

向外界推广“动产（仓单）质押业务”，使兴业银行的新产品业务更为客户所了解。以扩大业务规模和提高银行信誉为目的，注重产品的创新发展，牢牢把握现有的客户，同时重视新客户的拓展，使其他具有潜在需求的客户对本银行的产品产生足够兴趣，对民生银行品牌的初步认可，催生出购买欲望，主动询问客户占有相当比例。不仅仅如此，对于所需要营销的集团——三一重工股份有限公司，这款产品对于公司能够使公司更加有效的进行资金的周转，利用银行资金，实现杠杆采购，减少应收账款，扶持经销商共同发展，扩大市场份额；密切与生产商和银行关系，利用生产商实力，易于获得银行融资支持，增强销售竞争优势。加快资金回笼，增加批量销售量，抢占市场份额。

1、营销渠道：

（1）专营性销售。利用在本行开户的相关企业的稳定的客户源，向其中贴合条件的一些中、大型企业推销，能够通过电话访问、登门拜访等方式，向其介绍本产品的特性，既可有效的提高销售效率，又能增加产品的市场份额。

（2）普遍性销售。在兴业银行的分支行网点处，要求银行的柜台人员对每位有意向的客户带给此类产品及服务。这是最直接、高效的营销形式，既节约相应的销售费用，又能很快的让客户熟知产品的特性。

(3) 利用atm□pos自助设备等银行的外部服务设备，通过在提取款项的过程中发布广告、带给产品信息、，从而提高该产品的知名度。

(4) 利用公交站牌和大、小型的户外广告牌，刊登介绍本产品的特性广告，做到产品良好的普及性。

(5) 选取中间商代理。由兴业银行授权代理销售产品的人员，代表本银行到客户居所、工作地点等场所应对面地为客户分析保障需求、介绍产品特色，完成产品的销售，并为客户带给相关后续服务。

2、营销理念：

(一)、以客户为中心的，注重个性化、优质化、差异化、效率化服务。形成良好的售后咨询服务联系群，方便解决客户的各种疑惑和要求，为他们带给全方位的银行服务。

(二)、以银行业务为主，品牌化、专业化营销。对外业务是所有商业银行的生存之本，既要满足大多数客户的需求，也要聚焦优质行业客户，拉动银行产品的发展。充分发挥自身优势，营销全国性行业大客户。

(三)、以产品为中心，构成全面的客户评价机制，第一时间了解客户的需求。在对外理财方面的卖点主要集中在现金管理、投资增值等方面，要突出银行产品的优势进行营销，使企业通过加强对流动资金的规划，使银企双方实现双赢。

1、促销策略：

(1) 利用在本行开户的相关企业的稳定的客户源，指派银行的工作人员向其中贴合条件的一些中、大型企业推销，能够通过登门拜访的方式，向其介绍本产品的特性，既可有效的提高销售效率，又能增加产品的市场份额。

(2) 向原有的老客户带给体验式服务，将“动产（仓单）质押业务”给客户免费体验一段时间，让其亲身体会该产品的便捷、高效的特性。更直接、有效的推广本产品。

(3) 采用电话直销的方式以电话为主要沟通手段，合理地利用原有客户资源，与客户取得直接联系，并完成保产品的推介、咨询、报价、保单条件确认等主要营销过程的新型营销模式。这种方式简便，灵活，成本低。

(4) 采取让银行理财人员深入到各家规模公司去进行营销推广，先进行初步的沟通，让各家公司的管理人员对于“动产（仓单）质押业务”有必须的了解，再推荐使用该产品。

(5) 广告方式。利用公交站牌和各大、小型的户外广告牌，刊登介绍本产品的特性广告，还能够通过各大媒体如新浪、搜狐、新华网等以按钮或通栏广告的形式向全体公众告知“动产（仓单）质押业务”的信息，做到产品良好的普及性。通过这种方式，能够更加广泛的宣传新产品，提高知名度，在产品推出的初期能快速进入市场，有利先一步抢占市场份额。

2、促销理念：

通过独特的，市场化的经营运作模式，发掘新的市场机会，开发培育新的市场核心客户，为他们开辟更大的发展空间。要通过带给专业水准的服务，使客户资产价值增加，让客户享受增值服务，实现共生共赢，共同发展的合作模式，使其经营风险降低，运营效率提高，并通过带给产品的服务，达成持续赢利的目标。适应当前经济金融发展趋势的变革，为银行将来的开辟一条更广阔的发展路途。

雅诗兰黛的营销方案篇四

20xx年9月8日—20××年9月10日

超音波通信城（紫金店和西街店）

为了提高专卖店形象和品牌，以及知名度，提高销售量。因现在的手机行业竞争比较激烈，故各手机商家必须提高自己的销售量。所以，本次促销活动可借用“9.10”教师节为主题，以“9.10”为策划原点做出相应的促销方案。

- 1、卖场内需准备好各种品牌、款式和功能的促销机型；
- 3、销售人员的培训，对有针对性的机型进行特训，以增加活动期间的销量；
- 4、广告媒介：宣传单页□a4□□店面外展版（尺寸待定），报媒（待定）；
- 1、投入相当一部分资金购买礼品，从礼品上吸引路过的潜在消费者；
- 2、从社会上百般寻找高水平的主持人，当路演人气不旺时能很好的调动路人参加活动；
- 6、举行店内购机抽奖活动：购机在1500元以上者（含1500）即可参加抽奖；
- 7、推出团购机型：诺基亚、三星、索尼爱立信、联想等，团购条件需十人以上；
- 1、9：30分开始，鸣炮，奏乐，总经理致辞；
- 2、9：40分由主持人讲开场白，宣布活动开始，由礼仪公司安排出演节目
- 3、10：10分由模特展示本次活动的促销机型；

- 4、10：25分由礼仪公司安排出演节目；
- 5、10：45分开始现场知识问答，并给予奖品；
- 6、10：00分由礼仪公司安排出演节目；
- 7、11：30由主持人向现场观众告之下午的开场时间及活动内容；
- 1、15：00分开始，由公司安排出演节目；
- 2、15：30分开始现场编短信比赛，并给予奖现场编短信比赛，选获胜者并颁发奖品；
- 3、15：40分由公司安排出演节目；
- 4、16：00分开始购机抽奖；
- 5、16：20分由公司安排出演节目；
- 6、17：30分活动结束

在手机卖场门前搭建舞台，前提是不影响店面通道。

每店面只安排4人，2人/班发放宣传单页，并引导顾客到店内购机，要求交谈表达力强；现场控制人员1名，保证与礼仪公司的良好沟通；礼品保管1名，按要求指定获奖人发放奖品；交通疏导1名，保证店面门前通道畅通。

待定

略

- 1、活动前，工作人员的招聘及简单培训、促销场地的预约、与其它部门的沟通协调、经费的预算申请、现场安全性问题、

时间长度及时间点。

2、活动中，保证会场气氛的活跃、卖场的销售配合。

3、活动后，对本次活动进行评估、对本次活动损益分析、无形效益分析、如果促销效果明显可以借助后期的节假日再次进行促销（如八月十五，国庆等）。

注：本次活动的活动流程需要和礼仪公司有良好的沟通，确定其具体时间。

雅诗兰黛的营销方案篇五

抢占市场份额，构建营销体系，打造行业品牌，增加净额利润。

4、自强不息，通过内部培训，提高团队战斗力；

5、适当授权，增加促销渠道；

6、四面开花，狠抓宣传力度；

3、定期举办产品概念交流会，邀请各大楼盘的销售经理、销售主管、销售员和小区物业管理主任、客服主管、工程主管、保安主管参加。

13、公司可以将卖场或部分高档产品，设置、放置在大型超市附近甚至大型超市里面，以借助超市人流，打响产品知名度。

雅诗兰黛的营销方案篇六

xx月xx日——xx月xx日

超市根据自身的促销成本控制，在下列活动中选择一个或多个方案进行借鉴实施。

活动一：六一节买六送一

在超市中选择一批商品进行买六送一活动，比如酸奶、果奶、饮料、果冻、水果等商品，实行买六件送一件的促销活动。由于促销成本为1/7，即让利14%，因此本活动需要厂家支持。

活动二：迎六一特价商品

学习用品、文具用品、儿童食品、饮料、奶制品一律优惠价销售；

活动三：满200送儿童水壶

单张小票满200元，凭购物小票送价值5元的精美有盖儿童水杯一只；主要考虑到夏天来临，方便孩子上学带上水杯，因此要求水壶比较精美，有使用价值。

活动一：争当小小书法家

活动内容为了书法比赛(包括钢笔、毛笔)，小朋友将超市的名号(如家友超市、慈客隆)的书法作品邮寄或送到本超市，截止日期xx月xx日(以当地邮戳为准)，在超市内展出，凡是参加活动的孩子可以获赠一份小礼品。评出一等奖1名、二等奖3名、三等奖5名、优秀奖若干名。

活动二、五子棋比赛

儿童节期间(xx月xx日-xx月xx日)在超市入口处举行五子棋比赛，参与者有小礼品，得胜者有奖品。

3、公关活动中参加对象为0—14岁的儿童，第一个活动中必

须注明属作品的作者档案资料，如年龄，性别，姓名等；写的字，可规定为贵超市的名称或有关六一儿童节等内容，也可以自由确定。

雅诗兰黛的营销方案篇七

核心传播概念提炼完成，接下来，需要把复杂的作用机理重新梳理。“作用机理”一词，西药里面的化学成分作用过程，是西药的专业术语。

那么，为什么普通的产品也需要这样的“作用机理”呢？范志峰提示：要去支撑起产品的核心传播概念。

我们所知道的碧生源牌常润茶，核心的传播概念可能很多人都知道：“给你的肠子洗洗澡”，在医药保健行业称这个概念叫“洗肠”。既然提出了“洗肠”，那么，为什么要洗？你的产品又是怎样洗的呢？我们需要把这个过程用非常通俗的话语告诉我们的购买人群。

怎么洗呢？常润茶就提出了清宿便、排肠毒的功能。常润茶里面就含有很多xx药物分子，这些药物分子进入肠道后就可以立刻清洗宿便，就好象我们沐浴一样，用香皂或者沐浴露洗澡，在洗干净的同时，又舒服，而且还很清香。

乐无烟为什么没有油烟？因为里面的纯钢材料是用德国航天技术生产的，温度始终控制在350度，再经过xx工序，这样就没有任何的油烟了。

20xx年有个真味如烟的电视购物产品，用动画和做试验的方式把产品的“作用机理”体现出来。我在策划雷达笔（防近视）的时候，在拍摄片子的时候，特别在作用机理的那个段落做了很多反复的实验。

说到这里，其它行业的，不是医药类的估计会说，很难提

炼“作用机理”，其实不然。

只要有核心的传播概念，就会有作用机理。培训行业也是一样□20xx年范志峰策划的“英语课本倒背如流”特训班也一样提炼作用机理。

范志峰：中国策划学院客座教授、著名营销策划专家、蜥蜴团队长官亲传弟子，10年营销策划经验，精通报纸10大写法、电视购物108策略、招商三大技巧，最为擅长用医药保健手法武装传统行业。在医药经济报、21世纪药店报、博锐管理在线、慧聪网、中国健商杂志、全球品牌网、商战名家、渠道网、价值中国网设有营销专栏。