

2023年产品的营销策划方案

产品营销策划方案1000字三篇(优秀)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/e6578d775fe49b4f1c60c88c7f2f791e.html>

范文网，为你加油喝彩！

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

产品的营销策划方案 产品营销策划方案1000字篇一

抢占市场份额，构建营销体系，打造行业品牌，增加净额利润。

1、捆绑销售，通过与房地产开发商、商业银行、知名室内装修设计公司结成战略同盟，提升消费者对公司产品的认识度与认同感；

2、借鸡下蛋，与物流公司、室内装修设计公司合作，通过电子商务的模式，构建公司产品跨区域零售、售后维保及附增宣传推广效果；

3、重本攻坚，加强政府攻关力度，以适当成本，承接城市标志性建筑物的室内智能设计、安全系统，并适时举办体验展，以此提升公司影响力；

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；

1、各房地产开放商在楼盘建设、销售过程中，都会推出一系列优惠活动，如“交订金送家具”、“给首付送物业管理费”等，这类活动的实质赠送额度一般在五千元至两万元之间，与我公司推出的家居产品价位吻合，因此，公司可以利用此房地产营销惯例，积极向房地产营销策划操盘手公关，在各销售点内，与上规模、上档次的房地产开放商，形成捆绑销售同盟；

2、为配合与房地产形成销售同盟的策略，建议公司在各合作楼盘中，推出x架宣传海报、横幅、产品手册、实体产品展等宣传物资，并拍摄动画片，在城市各大商业街大屏幕上滚动播放；

- 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。
 - 4、同理，消费者到银行贷款买房时，银行也会适时向其推介长期信贷产品，比如“贷款满五十万，预送名牌手机”等，因此，公司可以借鉴向房地产供应商营销策划操盘手公关的模式，与银行信贷审批部门，形成捆绑销售同盟；
 - 5、富二代、白领、知识分子与中产阶级，是智能家居产品的消费主体，因此，公司应该抓住此消费族群的喜好，在每个城市，与时尚、新潮的室内设计公司，形成“推广——回扣——顾客意见反馈交流”流程，以此提高公司的市场口碑，并为促进产品升级提供信息基础；
 - 6、为抢占市场份额，公司可以制定简明易懂的产品安装、使用说明书，然后通过电子商务推销、物流公司保险、室内装修设计公司承接安装的方式，在暂时没有条件开设销售点的城市，进行产品推广；
 - 7、获得政府采购，是企业创造巨额盈利空间，迅速提高行业影响力的重要机遇，因此，公司可以对城市的一些标志性建筑物，如体育馆、图书馆、学校、政府办公大楼室内智能安装工程进行适当的成本公关，并在工程顺利完工后，邀请区域内政商名流前来参加产品体验展，借此提高企业知名度；
 - 8、关注主要竞争对手的销售点布置情况，当主要竞争对手在本城市的某个区域开设了一家分店时，公司决策层应重点商讨：1、为什么对手会选择在那个位置开设分店？那个位置周围有什么大型的楼盘、步行街、酒店、写字楼或工厂？对手把分店开设在该区域，主打的特色产品是什么？
- 公司应定期举办市场竞争探讨会，向员工讲解竞争对手情况、公司未来规划与现阶段市场形势，以利于销售人员在像顾客推销产品时，能有充分的信息准备。另外，必要时，公司可以讨论与竞争对手联手垄断市场的可能性；
- 9、设置打折权限，销售经理除可以适当向销售人员进行折扣、折让的授权外，还可以从延长保修年限、承担产品运费、允许短期赊销等方面，给予销售人员一定的市场促销权限；
 - 10、推行内部员工优惠政策，如果员工愿意购买公司的智能家居产品，公司除价格上要给予员工优惠外，还要从安装质量、售后服务质量上给予员工最大支持，并以此带动员工的亲朋好友关注公司产品、购买公司产品，从而巩固、发挥自身资源；
 - 11、积极处理存货，财务部对于存货应该计提累计折旧准备，超过一定年限的存货，一律降价打折出售，其中的小配件、低值设备，甚至可以做为促销手段，以搭配高档产品买一送一的形式做市场推销；
 - 12、进行煽情营销，在城市主要广场、主要路口、汽车站、地铁站，以路灯旗、宣传栏、车椅套、电梯液晶显示器等形式，向城市居民做产品广告宣传，并把宣传重点体现在产品如何“既有利于老人孩子安全，又高档舒适价廉”上；
 - 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。

产品的营销策划方案 产品营销策划方案1000字篇二

自**年**月**日起至**年**月**日止，为期3个月。

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销**公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

(一) 把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购**产品，以达到促销效果。

(二) “接力大搬家”活动在a、b、c三地举行，借此活动将**进口家电，重点引向**国市场。

(一) 以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买**公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二) 诉求重点：

1、性能诉求

真正世界第一！**家电！

2、s.p诉求

买**产品，现在买！赶上年货接力大搬家！

(一) 为配合年度公司“**家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二) 以**公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三) tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15''广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四) pop：布旗、海报、宣传单、抽奖券。

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

(一) 活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1、圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。

2、圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻；交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

（二）活动地区

在**国a、b、c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

（三）活动奖额

1、“接力大搬家”幸运奖额

（1）a地200名，b地150名，c地150名

（2）以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

（3）每户10分钟，以接力方式进行。

2、“猜猜看”活动奖额

（1）完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

（2）附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠**品牌家庭影院一套，超抽签决定。

（四）活动内容说明

自**年**月**日至**年**月**日，在a、b、c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于**月**日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

产品的营销策划方案 产品营销策划方案1000字篇三

一款手机有几十个功能，为什么商务通手机只体现几个功能？还卖的最贵？而且卖断货？

家有儿女雷达笔可以矫正身姿，为什么就锁定一个功能？10分钟电视片就接了800个；

很多健品，批文是增加免疫力，那为什么有说美容的、有说补肾的、还有补脑的？销量飙升；

明明是记忆力的培训，却是卖“学习机会”，天价还要为孩子报名，不仅如此，孩子自己还哭着要参加；

功能定位的前提是确定消费人群。人群定好了，再取舍功能。

高端的精英，在买手机的时候，很多重要的信息会存在在手机上，这块人群的电话也多，相对而来的骚扰电话也多，私密的空间相对较少。那么，这个人群最需要的功能是什么？他们需要自己的空间、防骚扰！商务通手机直接把功能放大在隐私上，这就有了，不想接的电话一个也接不到，除了自己，谁也看不到我的手机信息，给功能定了个好名字“隐形”。

家有儿女雷达笔可以防近视、防驼背、矫正身姿。但在三个功能，只说防近视，为什么呢？因为买单的人是家长，家长很难相信一支笔可以防驼背、矫正身姿，他们认为那是医学上的问题，需要医疗器械才可以做到。所以，放弃另外2个功能，在防近视上大做文章，无限放大防近视功能，把防近视功能用多个方面阐述，提炼防近视的神奇性，爬着写，笔写不出字，坐端正，又可以写字，家长说、学生说、名星说、专家说、发明人又是因为这个原因才发明的雷达笔。10个卫视先后新闻报道，当片子拍出来，10分钟就接了800个；

当一个产品有多个功能的时候，应该从多个功能中选择出一个最符合市场需要的去塑造提炼，很多人会反对这个理论。因为，很多人会想，功能大了就好比捕鱼撒网，只要把网撒大，什么鱼都有。不过也需要反过来想下，这也好比拳击，集全身力量给对手致命一击，胜算的把握有多大，自己应该很清楚了，如果乱打一通，不但击倒不了对手，还浪费了自己的力气，苦恼被对手击倒。

这就是功能定位的原因，一个项目或产品，功能准了，就有人抢着买单。如何做好功能定位？最直接最简单的就是根据市场需求去确定产品的功能，不过这就需要取舍了。有句古话，有舍有得，大舍大得，小舍小得，不舍不得。

市场要什么，就给市场定什么样的功能，你最终目的是卖产品，你的功能是市场最需要的，还担心产品卖不出去吗？

功能切忌太多，要不然就会万精油一样，什么病都可以治，可什么病都治不好，因为老百姓上当上多了，也是专家了。

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发