

# 企划案

作者：有故事的人 来源：范文网 [www.wtabcd.cn/fanwen/](http://www.wtabcd.cn/fanwen/)

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/1677585120810.html>

范文网，为你加油喝彩！

热水器使用-背后运球

有些事情你现在不做  
一辈子都不会做了

2023年2月28日发(作者：目标消费者)

企划书怎么写

企划书是创业者（或是企业主）与潜在投资者之间，一种最有效的沟通工具。

经验丰富的企业主以及专业经理人都知道，企划书也是一种不可或缺的管理工

具，他们都发现：在企划过程中，强迫自己遵循完成企划书的每一个步骤，不仅是一种纪律，也是养成逻辑思考程序的好方法。经过完善准备的企划书，可以帮助公司大大改进持续达成各种营运目标的能力，这对公司的所有人（企业主及股东）、员工和投资者而言，都是最有利的作法。

企划书的表现形式可以非常多样，但是本质上，企划书是一种说明公司的长期目标/总目标（Goals）、阶段目标/次目标（Objectives）、商业策略（Strategies）以及战术（Tactics）的文书，简单地说，企划书的目的是要说明公司来要往哪里去，它要如何到达目的地，以及目标达成后的景象是如何。

编辑本段

企划书的基本构成要素

企划书的种类，因提出的对象与内容不同，而在形式和体裁上有很大的差别。

但是，任何一种企划书的构成都必须有5w2h1e，共8个基本要素：

what(什么)——企划的目的、内容。

who(谁)——企划相关人员。

where(何处)——企划实施场所。

when(何时)——企划的时间。

why(为什么)——企划缘由、前景。

how(如何)——企划的方法和运转实施。

howmuch(多少)——企划预算。

effect(效果)——预测企划结果、效果。

任何一种真正意义上的企划书必须具备上述8个基本要素。值得一提的是，要

注意howmuch和effect对整个企划案的重要意义。如果忽视企划的成本投入，不

注意企划书实施效果的预测，那么，这种企划就不是一种成功的企划。只有5w1h

的企划书不能称之为企划书，只能算是计划书。

编辑本段

企划书的一般格式

企划书的一般格式大致如下：

#### 1.企划书名称

企划书的名称必须写得具体清楚。举例来说，《如何防盗企划书》的名称就不

够完整、准确，应该修正为《北京市朝阳区1994年6月至12月防盗企划书》。

#### 2.企划者的姓名

企划者的姓名、工作单位、职务均应一一写明。如果是集体企划的话，所有相关的人员的姓名、工作单位、职务均应写出。

### 3.企划书完成时间

依照企划书完成的年月日据实填写。如果企划书经过修正之后才定案的话，除了填写“某年某月某日完成”之处，还要加上“某年某月某日修正定案。”

### 4.企划目标

企划的目标要具体明确。例如；在1994年6月至12月间，北京市朝阳区盗窃案降低10%。

### 5.企划的内容

这是企划书中最重要的部分。包括企划缘由、前景资料、问题点，创意关键等方面内容。具体内容因企划种类的不同而有所变化，但必须以让读者一目了然为原则。切忌过分详尽、拉杂，否则会令读者感到枯燥无味。此外，还要注意避免强词夺理的内容。

### 6.预算表和进度表

企划是一项复杂的系统工程，需要花一定的人力、物力和财力，因此，必须进

行周密的预算，使用各种花费时，最好绘出表格，列出总目和分目的支出内容，既方便核算，又便于以后查对。

企划进度表则是把企划活动的全部过程拟成时间表，何月何日要做什么，加以标示清楚，以便日后检查。

#### 7. 企划实施所需场地

在企划案实施过程中，需要提供哪些场地、何种场地，需提供何种方式的协助等，均要加以说明。

#### 8. 预测效果

根据掌握的情报，预测企划案实施后的效果。一个好的企划案，其效果是期待的、可预测的，而且结果经常与事先预测的效果相当接近。

#### 9. 参考的文献资料

有助于完成本企划案的各种参考文献资料，包括报纸、杂志、书籍、演讲稿、企业内部资料、政府统计资料、调查报告等，均应一一列出。一来表明企划者负责的态度，二是则可增加企划案的可信度。

#### 10. 其他注意事项

为使本企划顺利进行，其他重要的注意事项应附在企划案上，诸如：

执行本企划案应具备的条件。

必须取得其他部门的支持协作。

希望企业领导向全体员工说明本案的重要意义，借以达成共识，通力使用。

现将上述企划书的一般格式归纳如下：

企划书的一般格式

封面

(1) 企划书名称

(2) 企划者的姓名要求具体、清楚

(3) 企划书完成时间

正文 (4) 企划的目标

(5) 企划的内容本企划书的主要内容

(6) 预算表与进度表

细化内容 (7) 企划场地

(8) 预测效果

附件 (9) 参考的文献资料

## （10）其他注意事项

编辑本段

范文

天天乐口服液行销与广告企划书

名称：天天乐口服液行销与广告企划书

企划单位：广东华南医药产品展示中心

策划人：陈德伟罗耀辉

撰稿人：罗耀辉

完成日期：1993年10月

前言

随着经济的发展和观念的更新，人们生活水平逐步提高，保健品的消费需求也

日渐加大，具有较大的市场潜力。

口服液的市场经“太阳神”的开发和冲击，这几年已点燃了市场成长的火种，

据报载，我国已有四百多个厂家生产口服液，产值以数十亿计。占据广东市场较强

的有“太阳神”、“娃哈哈”、“乐百氏”，后起之秀的“自然饮”、“福寿

仙”“延生护宝液”、“太太口服液”等亦以强大的攻势进入市场。可见口服液的

需求量是很大的。而疗效好的口服液更受大众欢迎。

因此，在强大的“太阳神”、“自然饮”、“福寿仙”等到面前，天天乐口服

液要如何才能进入广东市场并占有一席之地呢？

#### 1、本建议要点

1、1鉴于天天乐口服液具有抗衰美容延年的特点以及“太阳神”“娃哈哈”

占据了儿童市场的状况，天天乐口服液应首先面向成年人、特别是老年人的市场，

成年人、老年人为重点的销售对象。

1、2、召开产品宣传会，开展节日赠送活动，通过电视、报纸发布产品广告，

迅速建立销售点，务必使天天乐产品家喻户晓，购买便利。

1、3、为保证产品不被冒仿，请尽早将天天乐包装图形向工商部门注册或向柳

州市专利事务所申请外观设计专利（图形和色彩）。

1、4、在新产品进入市场前，企业应导入“CIS”（企业形象战略系统），企

业由原名“柳江”更名为“天天乐”，并同时开发新的商标，使得企业名称、商标、

产品三位一体，以整体形象出现在社会 and 大众面前。

1、5、本建议书建议实施期：1993、10—1993、12



1、6、本建议书广告预算以RMB410，000元为范围。

## 2、市场分析与研究

2、1、据统计，广东省60岁以上老人已超600万，占总人口的10%，其中中

心城市广州市有60万，邻近的佛山市30万。老年人是一个迅速扩大的消费群体。

“老年人要健寿”，其市场前景广阔。

2、2广东地区竞争激烈，无论商务、公务都很繁忙，加之环境污染，使得成

年人易生疲劳、易发病、部份中年人有早衰。“中年要健康”，可望争取中年人市

场。

2、3目前，广东口服液市场竞争激烈，各种口服液层出不穷，人们选择范围

较大。因而要选择适当时机，广告攻势向社会广而告之。由于人们不满足一般的商

品广告，而趋于情感消费，天天乐要抓住人们的消费心理，以情动人，争取市场。

## 3、行销方式

天天乐口服液是今年下半年投放市场的新产品，由于组方科学合理，疗效确切，

尽管投放时间不长，但市场的潜力和社会需求看好。为了在短期内把产品推广介绍

给广大消费者，拓展广东市场，让社会了解天天乐口服液，拟选重点，分层次逐步

拓展，行销方式从以下几方面考虑。

3、1、向老年委赠送天天乐口服液，在一年一度的老人节到来之际，广东省老

龄委将举行广州地区庆祝第五届老人节大会。抓住此时机，向老年委赠送20箱口

服液，通过尊老敬老表爱心活动初步树立起企业形象和“天天乐”品牌形象，使天

天乐在重点销售人群中形成一个感性认识。具体做法如下：

3、1、1赠送20箱天天乐口服液给广东省老龄委分送参加庆祝第五届老人节

的老红军、老英雄、老模范和老干部。

3、1、2邀请厂领导参加庆祝活动，厂发放宣传资料。

3、1、3、请大会统一制作厂名宣传标语。

3、1、4、请厂领导参加大会举行的抽奖仪式，分赠口服液奖品。

3、2、在广州举行一次推广会。广州为本产品主要销售区，加上本地区的消费

水平较高，但目前保健品销费市场竞争激烈。所以首选广州为突破点。

3、2、1、推广会包括厂领导介绍企业情况，厂方邀请有关专家介绍组方、药

理和临床情况，经销单位签订合同。拟邀请商业、医疗单位以及大的百货商场的有

关人员参加。

3、2、2、规模和时间：规模拟定250-300人，初定在12月上旬。

3、3、通过在广州推广、广告宣传铺开，分步选定一些中小城市逐步扩大，

并在这些地区花少量费用进行广告宣传或推广会。选定第二层次的展销点。

3、4、通过在《岭南松》杂志广告宣传后，在年底或明年初在岭南社杂志举办

一次天天乐知识有奖问卷活动。目的通过有卷问答，邀请有关人员座谈抽奖。根据

广东地区有关社会活动，适当赞助参加有关的社会活动，逐步树立企业形象。

4、行销上之不利点与有利点

4、1、不利点

4、1、1、“太阳神”等主力竞争品历史长、市场大、财力足、广告够排场。

4、1、2、企业在广东知名度不高。

4、1、3、天天乐较“太阳神”（每盒约10元）、“自然饮”（每盒约17元）、

“福寿仙”（每盒约18元）等产品相比，价格稍高（每盒21元）。

4、2、有利点

4、2、1、天天乐含有人体胎盘健康组织液，有特色。

4、2、2、口感较好。

4、2、3、在广西地区销售看好。

4、2、4、在北京获得国际金奖。

## 5、广告建议

### 5、1、设定战略

5、1、1、为造成高的广告注目率，使用悬念式手法，利用人类的好奇心理而引起对产品的关注。

5、1、2、突出宣传企业对社会和人们的祝福和亲情感，以情动人。

5、1、3、强调产品独特的个性

5、1、4、以退为进，尽量避免言过其实的广告。

### 5、2、广告主题

5、2、1、请大家告诉大家，天天乐来了。

5、2、2、人人都有权利享受天天乐。

5、2、3、取胎盘精华，燃生命朝霞。

5、2、4、本品最大缺点：不能包医百病，本品最大优点：抗衰美容延年。

5、3、广告文案：取胎盘精华，燃生命精华。

天天乐口服液是广西柳江制药厂经三年时间的苦心摸索，独家研制成功的纯中药制剂。

天天乐口服液由珍珠、人体健康胎盘、枸杞子等十多味名贵中药材组方而成。

具有镇惊、解热、润肤美容、抗衰老、促进伤口愈合、提高机体抗应激能力与提高免疫功能的作用。尤其是对各种神经衰弱、贫血、病后失调、年老体衰患者疗效较优。

天天乐口服液最大缺点：不能包医百病。

天天乐口服液最大优点：抗衰美容延年

## 6、广告设计、制作、发布

### 6、1、报纸

6、1、1拟在《羊城晚报》、《广州日报》两大报纸上作系列广告各刊登七次，

具体做法：连刊登三日，以后逢每周刊登一次，计四次，时间一个月（共七次）。

### 6、1、2、广州、羊城报刊登费用（按七次计）

（1）8X17.5cm面积,黑白约91,420,套红124,446元。

（2）12X17cm面积,黑白约141,960,套红192,948元。

### 6、1、3、报纸广告设计（略）

## 6、2、杂志广告

6、2、1、拟在广东省老龄委员会主办的杂志《岭南松》上刊登广告一次（一

个版面)

6、2、2、《岭南松》杂志广告价目：封一9,000元；封二7,000元；封三

6000元；封四8,000元。建议选用封三

6、2、3、杂志广告设计待决定刊登广告后再设计。

6、3、电视广告

6、3、1、拟在广东电视岭南台、广州台一级时间(P1/18:31-22:45)播出，

每晚一次，连播一个月(30次)。

6、3、2、费用约153.000元，制作费约15.000元。(如岭南台、广州台连

续播放一个月30次，费用153.000元，珠江台、广州台则为195.000元，如每晚

两次则加倍)。

6、3、3、电视广告创意(见图)

7、费用开支预算

7、1、赠送老龄委尊老敬老活动：总开支：23,000元其中：实物：20箱

×14.00=17,000元媒介宣传、劳务、活动费等：5000元

7、2、广告宣传费用：

7、2、1、广告宣传策划费（包括系列创意设计，以及正稿）20，000元

7、2、2、媒介费用按具体媒介收费标准

7、3、推广会费用：双方按确定规模和要求确定。

7、4、企业形象设计：包括标志(商标)、产品包装等30，000元（此项费用没

有列入本建议书预算范围）。

更多 在线阅览 请访问 [https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91\\_0.html](https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html)

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发