

企划案

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/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，其效果是可期

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、政府统计浆、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和大众面前。

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，但目前保健品消费市场竞争激烈。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、广告宣传铺开后，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

文章生成doc功能，由[范文网](#)开发