

最新娃哈哈营销策划书 娃哈哈营销策划书的前言(优秀5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

娃哈哈营销策划书篇一

一. 学校简介□xxx学院是湖南省唯一的省属公办全日制艺术设计类普通高校，为国内久负盛名的艺术设计类高校之一，位于湖南益阳市风景区会龙山下、秀峰湖畔，环境幽雅，交通便利。学院占地168亩，建筑面积90000多平米。全院师生5000余人。

二. 活动介绍

活动目的：进一步丰富校园文化生活，丰富我院学生的业余文化生活，加强校园精神文明建设，发现优秀艺术人才，加强师生间的沟通，增强班级间凝聚力，给同学们一个真正展示自我风采和勇气的舞台，体现当代大学生的精神风貌。蓬勃向上的精神风貌。

具体地点□xxxx学院大礼堂内

具体时间：12月底

三. 活动优势：

1. 作为青春的代言人，大学生总洋溢着年轻的活力、充满着狂热的激情，对新奇刺激的大型活动必定会踊跃参与，全程

投入。这类的活动必能让主办单位的知名度得到很大的提高，同时也让赞助的商家达到想要的最佳宣传效果，从而大家都得以大丰收。本年的十二月是活动开展的最佳时机，产品宣传的最佳时间，形象策划的最棒时段。

因为新生的大学生活已进入了正轨，一切都相对顺利，而且该月的功课也相对于其它月份少些，会有更多的时间组织和参与活动，更何况学校的活动月也在这个时候完全开放，很有活动的气氛。在这个宣传的黄金月，哪个组织率先策划出极具创意的活动，哪个组织就能在新生中树立良好的公众形象，同样哪个公司能在这个月做最有效的宣传，哪个公司就能树立稳固的公寓品牌，更快地占去这一片5000余人的大市场。

本次元旦晚会是院级性的活动，涉及到我院全体师生，将近6000人的活动，是一个非常积极活跃的群体，也是一个庞大的消费群体。对于这群年龄相差不大，兴趣爱好相仿的人员来说，他们都有着这样的消费特点：

(1). 消费群体范围集中，针对性强，消费量大产品品牌容易深入人心，

□

(2). 容易受周围环境的影响，消费易引导。

(3). 容易形成潮流，而且迅速向周边地区辐射。

(4). 接受能力强，尤其对新鲜事物的接受能力。

所以同电视、报刊传媒相比，在学校宣传有良好的性价比，可用最少的资金做到最好的宣传。并且大学年年都有新生，年年有毕业生，若您愿意可以长期与我们合作，这样您的知名度会不断加深，具有一传十，十传百的长远意义。

2. 便捷的活动申请：

商家在公寓内、高校内搞宣传一定要经过一系列的申请，而通过和我们学生会合作，贵公司可以方便快捷获得校方批准，并且得到我们学生会各部门的大力协作配合。

3. 高效廉价的宣传：

以往的校内活动中，我们积累了不少的宣传经验，在学校建有强大的宣传网，可以在短时间内达到很好的宣传效果。而且有足够的人力资源为贵公司完成宣传活动！

四、商家在我院的宣传方式：

1. 横幅宣传：

在大学里是一种比较特别的宣传方式，，在活动期间我们将会每天在学校内悬挂横幅，增加宣传力度，使在校大学生都能了解本次活动，更重要的是为商家进行有效宣传，加深大家对赞助方的了解。（宣传作用：最为强势的品牌宣传方式之一，短期内达到人人皆知的程度，打响您的. 品牌。）

2. 海报宣传：

海报宣传是目前最为普遍的宣传方式之一，同时它也是容易被大众所接受的宣传方式，活动期间我们将每天在学校张贴宣传海报，为赞助方进行有效的宣传，以提高赞助方的影响力。

3. 传单宣传：

传单宣传一直以来都是极其行之有效的宣传方式，发放传单的宣传员在任何地方都不鲜见，可是由于种种原因，许多地方并不支持这种商业活动。学校就是其中之一，这使得许多

商家的传单宣传受到限制，而本次活动期间我们会为您在指定时间，在人流汇集处分发赞助商的宣传单，尤其我们可以直接将传单发放到寝室，使大家可以更好的了解商家。

4. 广播台宣传：

公司资料信息可以在校广播台专栏播出要另收一些宣传资金.

5. 咨询点宣传：活动前两天和活动当天可设点接受学生咨询，从而介绍贵公司。

6. 促销点宣传：活动当天可在现场搞促销要另收一些场地费

五、赞助活动意义

备注：方案中的宣传方式仅作参考，若贵公司有更好的宣传方案也可以提出来。最终合作方案以谈判的协议内容为准。最后祝双方合作成功。

娃哈哈营销策划书篇二

“营销策划”是营销策划人才培养课程体系中的专业核心课程，该课程最突出的特点就是强调对知识的实际应用，这也是本书的指导思想。编者在多年的“营销策划”课程教学实践中，不断探索以提高学生营销策划综合职业能力为目标的教学内容和教学方法，在吸收了大量业内前辈与许多同行的理论研究和实践成果的基础上，逐步形成了自己的教学体系，并希望与更多的人分享和探讨，以期不断地完善。于是，《营销策划理论与实务》诞生了。

娃哈哈营销策划书篇三

一、公司及产品简介

（一）公司简介

杭州娃哈哈集团有限公司成立于1987年，前身为杭州市上城区校办企业经销部，公司从3个人、14万元借款起家，现已发展成为中国规模最大、效益最好的饮料企业。在全国29省市建有58个基地150余家分公司，拥有总资产300亿元，员工30000人。24年来，公司以一流的'技术、一流的设备，一流的服务，打造出一流的品质，先后投资100多亿元从美国、法国、德国、日本、意大利等国引进360余条世界一流的自动化生产线，主要生产含乳饮料、饮用水、碳酸饮料、果汁饮料、茶饮料、保健食品、罐头食品、休闲食品等8大类100多个品种的产品。

20集团实现营业收入550亿元，利税112亿元，上交税金46亿元。23年励精图治，自强不息，缔造了娃哈哈在饮料行业难以撼动的霸主地位。集团饮料产量、销售收入、利税、利润等各项指标已连续位居中国饮料行业首位。公司位列中国企业500强141位，中国制造业企业500强64位，中国企业效益200佳第25位，饮料加工业第1位。在中国民营企业500强中，娃哈哈营业收入居第八位、利润第一位、纳税第二位。

娃哈哈公司曾先后获得800多项国家、省、市级荣誉称号，

在竞争几乎是白热化的中国饮料产业，娃哈哈凭借优良的品质、稳健的营销网络、良好的品牌形象，一直保持了健康快速的发展，成为最受消费者信赖和喜爱的饮料品牌。

（二）公司文化

- 1、娃哈哈宗旨：娃哈哈健康你我他欢乐千万家
- 2、娃哈哈精神：励精图治艰苦奋斗勇于开拓自强不息
- 3、娃哈哈经营哲学：凝聚小家发展大家报效国家

- 4、娃哈哈座右铭：先将诚信施于人才能取信于人
- 5、娃哈哈工作要求：认真严格主动高效
- 6、娃哈哈行为准则：忠诚创新负责亲情
- 7、娃哈哈工作作风：拉得出打得响过得硬
- 8、娃哈哈人才观：唯德唯才有用即才人皆为才
- 9、娃哈哈团队意识：道相同心相通力相聚情相融
- 10、娃哈哈核心价值观：敬业爱岗能上能下崇尚科学精益求精

（三）产品简介

品牌：娃哈哈ad钙奶

产品支撑点：优质牛奶+维生素a和维生素d+碳酸钙产品定位：时尚健康新定位

产品目标人群：各大高校大学生

品牌代言人：张睿

娃哈哈营销策划书篇四

在当前市场竞争日益激烈的情况下，国内企业对营销策划人才的需求量与日俱增。但与其形成鲜明对比的是，我们在这方面的人才却极其匮乏。有研究指出，目前策划类人才位于紧缺人才的前三甲，有65%的企业急需策划人员，而这些企业有90%找不到优秀的企业策划人才。造成这种局面的主要原因是缺乏能够熟练运用策划知识的专业人才。因此，如何

培养能够满足企业需要的营销策划人才，成为目前高校营销及管理类专业教学研究的重要课题。

娃哈哈营销策划书篇五

前言：我们说丰田公司是日本第一流的企业，大多数人都不会有异议吧！与世界级的汽车生产商相比，丰田公司汽车的销售量虽不及gm福特和戴姆勒·克莱斯勒，但就营业利润来讲，它却是当之无愧的冠军。有不少经济杂志的专栏和出版物从不同的角度解释了丰田是如何一步步强大起来的，其强大的根源究竟在哪里。虽然各种说法都有一定的道理，但透彻完整地剖析丰田公司的成功之谜，却并非易事。本书将焦点放在很少有人提及的金融、财务以及现金周转战略之上，试图揭示丰田强大的真正原因。众所周知，丰田公司诞生自丰田自动纺织机制造所（现在的丰田自动纺织机股份公司），起初是该企业的一个风险投资项目，1933年才开始成为该公司的汽车部。意识到纺织机制造业逐渐衰退的危机感，果断地向汽车制造业这一新兴事业发起挑战的丰田喜一郎，可以说与今天的周转现金经营者有着同样的魄力。1937年8月28日，丰田汽车工业股份公司正式成立。成立后的第一份营业报告显示，当时材料和零部件的调配极度困难，虽然在极力降低生产成本，但由于材料和零部件费用过高，最终还是出现了财政赤字。丰田公司运行最为艰难的时期应是1949年至1950年。丰田公司至今仍流传着当时的“丰田如何直面经营危机的一段小插曲：面对资金周转不灵的局面，作为社长的丰田喜一郎在某一天早晨闯进了日本银行名古屋分行，向不曾预约的高梨壮夫分行长诉说自己的困境，最终，丰田凭借日本银行主导下的银行团协调融资渡过了难关。作为协调融资的条件，银行团要求在公司的重组过程中裁减人员，于是丰田汽车在1950年4月起的三个月时间里，经历了一场劳动纠纷，这场纠纷最后以丰田喜一郎的辞职、石田退三的就任告终。后来由于朝鲜战争爆发后的特殊需要，丰田得到了一次重生的机会。将这一时期的苦难作为经验和教训，此后的丰田遵循石田退三社长提出的“自己的城池自己坚守”的原则，朝着

无贷款经营的目标前进。然后，丰田集中全部精力存储资金，并将这些资金大胆地投向元町工厂建设等基础设施之上，逐步确立了现金周转经营模式，成就了今天赫赫有名的丰田。让我们走进中国一汽丰田公司去探索我们心中的丰田吧！