

产品营销策划的方案有哪些(实用6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。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

产品营销策划的方案有哪些篇一

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。

产品营销策划的方案有哪些篇二

概要提示：吸收更多的客户，把潜在客户转为主要客户。扩大临汾邮政银行在临汾市场的影响力，提升市场地位。摆脱邮政银行的旧形象，树立可信，时尚的商业银行新形象。树立起品牌文化形象，打造稳健的、专业的、诚信的、有远见的、负责的、智慧的、伙伴关系的企业形象。发展临汾邮政银行的客户，争取每个客户都知道网上银行，和小额贷款。在客户有需要时，临汾邮政银行作为客户的第一选择。

先进思想：除针对网上银行，小额贷款卡这几种产品的营销策划，还有一种新型的低碳信用卡。此卡集材质环保，设计优美，多功能等多种优势于一体。为新一代的年轻人，热爱环保的人，提供了更好的选择。

一、策划目的：

本次策划主要针对金融产品展开营销，包括网上银行，小额贷款卡，和低碳信用卡四种金融产品。其目的在于扩大临汾邮政银行的社会影响力，提升市场地位，提高知名度，拓宽业务范围。

二、营销环境分析：

（一）、宏观环境分析：

1. 政治环境。我国现阶段政治环境较稳定，没有出现严重的经济政治冲突、问题。国家的管理为我国居民保证了银行的信誉，使我国居民更放心地参与网上银行的交易活动，支付宝卡通也有了更广泛的发行空间；我国大力支持创新创业，这为小额贷款卡的发展提供了一个良好的条件。

一个有效的节能减排方法。

3. 经济环境。目前，世界整体经济形势仍是较严峻的，国际金融危机对世界经济的增长造成巨大威胁，中国的经济也有着重大阻力。但是，国内的宏观经济是呈稳定增长趋势的，资本市场不断发展及居民消费结构和理财观念的转变带来良好契机，政府对银行的支持依然强劲。网上交易、鼓励创业，这些都对我国经济的发展起了很大的推动作用。

4. 竞争

环境。我国加入世贸组织之后，随着国际银行巨头的涌入，如花旗、汇丰等全球知名的大银行集团都已经在中国开设了分支机构，他们具有良好的信誉、优质的服务，这对国内的一些银行造成相当的压力。我们的银行业必须开辟新的发展空间，因而在此时我们开始了网上银行，小额贷款卡，低碳信用卡的发展之路。

5. 人口环境□20xx年1月16日，中国互联网络信息中心(cnnic)发布《第29次中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示，截至20xx年12月底，中国网民规模突破5亿，达到5.13亿，全年新增网民5580万报告显示，中国手机网民规模达到3.56亿，同比增长17.5%。随着网络的普及和广泛应用，网上银行、支付宝卡通这样的新兴交易平台，会得到更多人的青睐。另外，人口问题，也使得就业困难的问题更加严峻，创业的人会越来越多，小额贷款能更加体现其优势性。

（二）金融产品swort分析

1. 优势

（1）信息优势。邮政银行地处临汾，由于长期服务本地市场，邮政银行与地方政府和客户关系密切，对辖区内经济、社会等情况比较熟悉具有较好的环境以及市场优势。

(2) 政策优势。政府应建设新农村的要求，加大对农村的投入和政策优惠。银行以支持“三农”和地方经济发展为己任，原则明确，市场目标明确，在本地易得到政府的支持。

(3) 环境优势。临汾市持续高速的经济增长，环境及城市化进程的推进。

(4) 自身优势。改革开放以来，我国金融业发展很快。在整个金融机构组织体系中，中小型银行是发展最为迅速、最具活力的一个群体，它们以特有的生机与活力，活跃于经济领域，其作用不容小觑。中小型银行业务规模发展的快，经济效益良好，经营范围逐渐扩大这是企业自身的发展优势。

2. 劣势

(1) 知名度。大量的走访、问卷、电话等形式的调查表明，广大市民、中小企业对邮政银行了解甚少；规模不大，便捷性差，也会导致邮政银行不能成为首选。

(2) 认知度。临汾邮政银行于08年3月正式开业，市场对其认知度很低，与四大国有银行相比竞争力处于下风。很多市民对临汾邮政银行的认知只是达到“农村合作信用社”的水平，对于从“邮政储蓄”到“商业银行”的转型并不了解。

(3) 形式。业务领域狭窄，产品创新能力差，无法为客户量身定做出个性化、差异化的产品，没有及时更新新颖地吸引顾客的业务。

(4) 员工水平。经过与其他银行对比，临汾邮政银行员工整体综合素质不高，专业化水平相对较弱。

(5) 服务水平。缺乏有效的营销服务体系，售后服务不到位。

3. 机遇.

(1). 在产品的推广及服务方面加大力度宣传，拓宽市场份额。如可在学校，娱乐及公共场所进行现场的互动宣传，使得更多的人了解并接触到相关的金融产品。

(2). 政策壁垒的破冰，使农村中小金融机构获得了巨大的发展空间。

(3)世界生态环境日益恶化，发展低碳经济已成为全球共识，开展碳交易正是人们利用市场机制引领低碳经济发展的必由之路。在低碳经济背景下，中国商业银行应积极应对，正视经济转型所带来的机遇与挑战，不断推动金融产品创新，积极参与中国碳交易市场构建，逐步建立健全低碳金融体系，迎接未来世界低碳经济新格局的挑战。

(4). 近些年，中国银行业取得了飞速的发展，在经济全球化形势下，中国银行业面临着巨大的机遇：宏观调控给商业银行经营带来的机遇；经济发展模式的变化对商业银行带来的机遇；另外，很多商业银行把房地产开发贷款、按揭贷款作为主要投资方向，商业银行要在企业发展模式变化的过程中，不断寻找新的核心客户，这其中可能有经营新材料、新能源的，这些产业将来会有更好的前景。

4. 威胁

(1) . 世界金融危机的影响下，世界经济尚未走出低谷。

(2) . 外资银行的进入，众多新成立的中小银行是市场竞争更加激烈

(3) . 受部分地方现行政策的约束，向其他地区进行扩张受到限制。

(三)、市场竞争分析

(1). 我国商业银行是国家经济发展的重要支柱，金融宏观调控的市场基础，在国家经济中起着举足轻重的作用。在经济全球化和金融一体化加速发展的今天，我国商业银行将越来越受到外资银行及全球经济危机的多层冲击。

(2). 国有商业银行在我国金融体系中居绝对垄断地位，使中小银行面临现实的市场竞争压力。高度垄断的市场必然出现不正当竞争行为，中小银行体系面临极大地挑战。近年来，由于市场份额不足，资金实力较弱，电子化水平不高，国内中小银行出现了三大病症：自有资金比例严重不足；信贷资产质量低下；业务品种单一，盈利水平低下。如何及时改善中小银行的生存环境，妥善、解决这些病症，将直接关系到中小银行的生死存亡。

(3). 要想保持竞争力的领先优势，就必须明确竞争力所处的状态，随着环境要素的变化而对竞争力不断地进行诊断、培育和巩固，维持和扩大竞争力拥有者和竞争对手之间的领先距离。否则，竞争力就会被模仿甚至赶超。因此，做好这一工作的前提就是建立一套科学合理的评价指标体系，对综合竞争力做出及时、正确的评价，不仅是社会公众对中小银行的特点、各项业务的优势有所知晓，同时银行本身也可以明确自己的竞争优势和市场位z

（四）、企业形象分析

临汾邮政银行前身是临汾邮政储蓄。该行秉承人民邮政、为人民的优良传统，充分发挥在地缘、人缘、机制等方面的特点和优势，以支持“三农”和地方经济发展为己任，紧紧围绕“以市场为导向、以客户为中心”的经营理念，建立健全现代企业制度，明确市场定位，依托现代科技手段，加快金融产品和服务功能的创新，突出个人业务、零售业务，全面服务百姓生活，积极向产权清晰、经营情况良好的中小企业、微小企业倾斜，获得了良好的社会效益和经营效益。

三. 市场面临的问题分析

(1) 竞争力大:

除国有银行外，中国目前有很多家中小银行，如招商银行、交通银行、民生银行，也有一些事大型的外资银行，如花旗、渣打、汇丰等。临汾邮政银行在知名度，产品创新能力，服务体系等方面与之相比都存在着很大的欠缺。

(2) 创新能力差:

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度:

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

产品营销策划的方案有哪些篇三

一、广告策划调研

某著名化妆品企业所生产的化妆品一向是以高贵、优良的品质著称，提到其品牌下的化妆品，消费者总是非常信任，推出的各种品牌香水更受女性消费者的青睐。

(一) 各品牌香水的`特色分析

我公司的香水(女士专用),在包装特色、包装规格、价格等方面与其他竞争品牌的差异比较如下表所示。

香水与其他品牌的差异化比较

香水品牌包装特色包装规格(ml)价格(元)

香水

a品牌香水

b品牌香水

c品牌香水

(二)香水广告市场形势分析

经过对全国香水市场的调查,对各大竞争品牌的广告投放量进行分析,比较如下表所示。

20xx年下半年期刊广告投放量居前八位的香水品牌

单位:万元

排名品牌20xx年7~12月20xx年7~12月同比增长率(%)

1a品牌香水

2b品牌香水

3c品牌香水

(三) 香水的目标市场描述

1. 香水市场细分如下表所示。

香水市场细分表

整体市场市场细分目标对象

(2) 美容界的专业人士(如美容师、化妆师等)

2. 次要市场(不活跃客户) (1) 18~22岁的未婚白领女性

(2) 18~40岁的男性

2. 目标消费者研究。

对于目标消费者的特征描述如下表所示。

香水消费者特征分析表

目标市场的特征要素 目标市场的特征描述

1. 购买渠道未婚女士(1) 百货专柜

(2) 大型商场或卖场

(3) 国外带回

已婚女士(1) 百货专柜或百货行

(2) 向朋友咨询品牌、购买地点后去购买

(3) 国外带回

2. 购买状态(1) 用完再买

(2) 没用完，看到喜欢就买

(3) 亲友赠送

3. 消费行为(应用场合) (1) 参加正式宴会

(2) 平时上班

(3) 外出逛街

产品营销策划的方案有哪些篇四

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，竞争异常激烈，目前我又了解到学习报的英语版正在超多进入我校市场。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最大的问题，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理工大学20xx级本科新生

对象总人数：预计本科新生在5000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) 此刻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忙自己扩大词汇量并提高自己英语整体潜力的资料是许多刚进校的学生想明白的，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理工大学地域广阔，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带给了更多的方便。同时思考到男生进入女生宿舍不方便，推销人员应有必须的男女比例，透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40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5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：思考到前期推销的'艰难性，我将招募比较有职责心的、想做的并且想执着地干下去的同学和朋友，个性是以前有过推销经验的同学和朋友优先。同时也要思考到人员地域的分布和性别比列，将招募的人员分为5个小团队，其中一个小团队为女生，并选取潜力较强的人为队长。

(2) 人员培训及经验交流：作为推销团队，就就应有团队精神，

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，掌握必须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。为新生及其家长带给免费饮水并制作相应的宣传版进行平面宣传。同时如果条件允许能够适量地带给免费报纸。

(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，带上学生证是务必的，作为学长或学姐的我们要在新生们眼中是很值得信赖的。能够以学长或学姐的身份向他们介绍学校状况，像交朋友一般。

(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，必须要开正规的订阅发票，最好该杂志专用的。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能够向校园主管反映。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能够找我们学长或学姐。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，一来能够留给新生回头机会，二来能够向他或她的室友进行宣传，为以后征订的人留下途径。

每一天从各队长处收集整理最新征订状况。每一天开队长会，共同解决推销中遇到的问题。每一天开组内会，鼓舞团队，齐心协力！

(1) 基于对于市场实地的分析，后期发送杂志同样做到方便快捷。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) 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，有利于报纸的改善和发展。

产品营销策划的方案有哪些篇五

活动时间□20xx年8月22日--23日

活动地点□xx汽车销售公司（待定）

活动主题：七夕中国情人节

活动名称：全城热恋□hold住爱情

活动促销车型：捷达、新速腾、迈腾

活动适宜人群：单身男女、情侣、夫妻

当今现在的白领男女以及时尚青年，在现在的这个社会已经成为了主体，而他们对购车的需求也逐渐增加，在选择自己爱车的同时，更注重了对汽车的品牌以及质量问题。xxxx为汽车行业中的者，为更多不同阶段以及不同需求层次的顾客开发出许多车型，更适合现如今人们的需求。

在这个中国传统而又神秘的节日——“七夕”里，举办本次xxxx指定车型促销活动，让那些想购车的年轻朋友找到了动力，让那些还没有购车*的朋友激起了希望！

“七夕”情人节对都市中的爱情男女来说充满了神话色彩。七夕情人节才是俊男靓女表达心意的时机。值此节气，各大商家都会对做出特别的推广活动。

因此我们便在此背景下推出我们的七夕活动策划，以求能够造成一定的轰动效应。

- 1、通过此次活动的，扩大唯达长齐汽车销售公司在淄博地区的影响力。
- 2、通过本次活动的让现代年轻人更了解xxxx汽车理念，更了解中国传统节日，做到淄博汽车行业里的佼佼者。
- 3、通过此次活动的造成一定的轰动效应，通过各媒体的宣传，扩大本公司在淄博的社会影响力，扩大更为广泛的宣传渠道。
- 4、通过活动聚集人气，激发顾客产生购车，从而把产品卖出去，使商家达到“只出一分钱，获得百分利”的市场效应。

xx汽车销售公司是xx地区的一家以销售xxxx品牌的汽车销售公司，主营车型包括：速腾、捷达、迈腾、高尔夫、高尔夫gti、xxxxcc。唯达长齐一直以推广xxxx品牌车型和品牌文化为己任。

1、爱情大放送

凡在活动当天到淄博维达长齐汽车销售公司展厅参加活动的顾客，我们都会送上一份精美的“爱情大礼包”（内容待定），礼包发送按照单身，情侣，夫妻来发放，内容不一。情侣：情侣衫，情侣杯，情侣手机外壳等；夫妻：夫妻枕，夫妻夏凉被等；单身：单身杯，单身t恤等。

2、购车打折再优惠

产品营销策划的方案有哪些篇六

由于企业策划的目标、内容与对象不同,策划书不应该有固定的内容与格式.但是,这绝不意味着策划书可以不分层次、不分先后,随心所欲地去写.它也有着自身的格式结构.少许来说,策划书的内容及格式有十个方面:

封面少许由策划书的名称、策划单位、日期、编号等内容组成.封面是一份策划书的“脸面”,绝不能小视,尤其是策划名称(也叫标题、题目),必须注意简单明确、力意新颖、画龙点睛、富有魅力.

“起名”是国外策划的一项重要业务,要尽量避免少许化,同时名副其实.如深圳华为做的企业文化策划起名为“华为基本法”,山东绿源集团做的提昇企业核心竞争力的全体策划命名为“跨越巅峰工程”.当然,策划名称要名副其实,不能金玉其外、败絮其中.策划名称一定要与策划书的主题相吻合,用词要言简意赅、一目了然,也要具有鲜明的倾向性,代表策划的主要意图.少许策划名称有一个新颖响亮的主标题,还有一个起解释说明作用的副标题.

序文主要描述策划项目的来龙去脉、背景资料、策划团队的介绍、策划书内容的概括等,少许要长篇大论,让人一目了然.这儿要注意策划单位的“信誉”、“名气”和策划团队成员的“明

星效应”的行使.

目录的内容必须下功夫. 如果封面引人注目, 序文使人开始感性趣, 那么目录就务求读过后能使人产生强烈的了解策划书全貌的冲动和欲望.

(略)

这是策划书的文本部分, 也是全盘策划书的主体部分, 主要包括各种调查资料和结论、企业问题与机会点、问题的源因和机会的依剧、创意方法和内容、改进方法及其具体措施、策划要注意的问题等. 实际正是调查报告、解决方案两部分. 内容的阐述要主次分明、具体明确, 以让读者一目了然为原则. 切不可繁杂无序、拐弯抹角, 以免给人慥成任务不清, 方法不明, 不知道策划者到底想干什么, 为什么去干的局面.

最佳列表说明实施策划书所需费用的细目及其依剧, 徘出预算进度时间表. 费用必须进行科学、周秘的预算, 使各栽花费控制在最小规模内, 以获得最优的经济效益, 实现策划要素的联动优化. 也可以根剧企业的承受能力, 给出几种提供不同量的费金、人力、物力等约束条件和不同的时间进度的不同最终, 供企业选择. 如此既方便核算, 又便于事后查对.

对在策划项目操作过程中, 需要何种环境、提供哪些场所、救助于何种协作以及需要什么条件等, 都要在策划书中加以说明, 以保证策划工作得以顺利进行.

一个成功的策划, 其效果是可以预测的所以, 策划者应依剧已有的资料, 对策划实施后的效果进行科学的预测, 并将成果体现于策划书中, 以增强其策划力度.

列出完成本策划案的主要参考文献, 如报刊、行业协会或企业内部的统计资料等, 以表示策划者的负责肽度、题高企业策划的可信度. 但资料不必太多, 可以选择主要和实用的资料作为

附录. 当然, 有的资料不必整个托出, 雷同独家新闻, 有的只公布资料内容, 不谈来原; 有的只谈资料来原的权威性, 不谈细节. 参考资料主要的目的是给委托企业提供一个资料平台, 以题高企业经营管理水平.

列出企业策划主体双方的责权力; 关注策划书顺利实施的条件. 条件过多, 会使企业感到无法实施而被否决; 条件过于宽松, 容易导致策划案因考虑不周而半途而废, 影响策划人的信誉; 在注意事项里, 也应就策划书的知识产权、保密条款等内容作出约订.

以上十项内容, 是策划书的少许内容和格式. 不是全部的策划书都应这样千篇一律, 一应俱全. 不同的策划书, 因其内容的不同而在格式上也可以有所变化, 对此, 策划人应该在企业策划过程中令活行使.