# 2024年品牌推广策划方案(九篇)

来源：网络 作者：落梅无痕 更新时间：2024-07-02

*为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，...*

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

**品牌推广策划方案篇一**

导入期为企业的品牌第一次面对顾客或第一次参与竞争的阶段。

首先，针对一个新品牌的面市，目标顾客的反应肯定有很大的差异——漠视、关注、尝试和充当传播者的都有。企业在品牌的推广前必须制订一套有连续性和针对性的推广步骤，这些步骤着眼于长期并适用于目标顾客的生活方式和习惯。企业进行推广的目的之一是引起大多数持“漠视”态度的顾客的关注和惠顾。他们之所以是漠视的，严格来说这是一种消费惯性使然，企业的目的是打破这种惯性。从产品或品牌层面上来解释，顾客造成消费惯性的原因不外乎品牌的忠诚、购买和使用的便利性。顾客对某品牌的忠诚，企业一时难以撼动。但购买和使用的便利性，企业则拥有很大的主导权。诚然如此，从根源上看，打动持漠视态度的顾客群，第一要使品牌包含内涵定位在内的三定位准确；第二广告和宣传要连续；第三要使产品具有差异性和功能的适应性；第四渠道布局要合乎顾客的较高期望；第五营销规划要以品牌化为基准。相信这五个步骤足以使“漠视”的顾客群转变为“关注和惠顾”的顾客群。

竞争者对于一个新品牌面市所表现出来的态度也会因企业的市场动作而存在较大差别，但总会有个普遍性的态度，那就是密切关注和企图探寻企业的市场图谋。很显然，企业在品牌推广时，一些策略将完全暴露在竞争者面前，这势必成为竞争者制订下一步阻击计划的依据。因此，企业有必要故意露一些假象给竞争者以拖延其阻击计划的即时实现，让企业争取更多时间来获得使竞争者深感意外的市场空间和品牌知名度。

对于媒体而言，一个新品牌的面市也会抱有一定的兴趣，他们一般视企业的市场作为给予不同程度的关注。因此，营造焦点或新闻效应此时应该成为企业品牌推广的重头戏。品牌在导入期的推广因不同产品及其不同的市场表现而没有一成不变的推广模式，这要求企业针对具体的产品、具体的目标市场、具体的市场状况来设定一些优势的、并适合自己的推广模式。

首先，品牌在导入期阶段企业可能已经收集到顾客反馈回来的有关产品、定位和推广方式的信息，这些信息的及时收集十分有利于企业改进，而如果没有这些信息，或顾客不愿就自己的消费感受如实地告诉企业，这说明品牌可能已经进入死胡同。因此，在这一阶段，企业必须要对这些品牌要素进行重新审视并调整，以适应顾客或超越竞争者。

一般情形下，犹如进入产品生命周期的成长期一样，目标顾客会对该品牌的产品加以评头论足，产品现状的好与不好都会有传播的动力和空间。从实际状况来看，顾客这些反馈的信息具有一定的普遍性，因此企业应就该品牌产品的技术、外观、包装、品质和服务等产品成分，参考顾客反馈的信息和要求进行适应性或超前性调整。

品牌成长期所采用的推广方式恰当与否关系到品牌竞争力和影响力的提高，因而，企业同时还应评价现有的推广模式是否有利于品牌的成长。目标顾客往往难以准确说出企业推广有何不对，即使有，也因主观性太强而没有参考价值，这势必要求企业在推广时，自行进行认真、客观地分析现有的推广模式中存在哪些不适应。可能有媒体的选择问题、媒体投放的频率问题、企业的管理和控制能力问题、营销能力问题、推广人员的观念和执行问题等等。总之，成长期对于推广的步骤、推广的协同力和推广的创新性要求很高。

竞争者一般从产品、媒体投放力度和推广模式等三方面设定阻击计划。如果竞争者实力庞大且其品牌的市场定位趋于相同或相似，那么企业只有在营造产品的差异化、专注于相对狭小的市场和设立差别化服务等方面可能尚存胜出的机会，迎头反击极有可能使品牌遭受不可逆转的打击。如果竞争者实力相当，迎头反击也决非是一种良策，两败俱伤是不愿见的，陷入低级别的价格战更不可取。因此，企业可以就技术、渠道、服务和产业链升级方面与竞争者建立战略联盟关系，共同分割现有市场或合力扩展至其他市场。同时，在合作无望时，企业应该花许多精力和时间去分析竞争者的技术缺陷、产品组合漏洞、服务方面的不足、定位和诉求的模糊点、传播和推广的脱节等方面，相信总会找到令对手措手不及的地方。如果竞争者的实力小于企业，那么就应该是正面迎战，但也必须讲究投入与产出比。

只要掌握媒体报道的原则，总会在企业的推广过程中找到令媒体感兴趣的东西：技术更新、渠道拓展、品牌诉求、核心价值构建、企业内部和社会公益活动等都可能使相关媒体趋之若鹜。

处在全盛时期的该品牌产品，技术水平已经显得相当成熟。

如果是危机引发的衰落，那么应当在排除危机后继续全盛期的定位；如果是竞争者因素，还要看竞争者是采取什么举措才使品牌滑向衰落期；一般情形下，竞争者不外乎采用实力或相同定位的方式。如果是实力强于企业并使品牌衰落，企业这时应保持高度的警惕，很可能会使品牌永远不再辉煌，那么应适当修正全盛期的定位以规避正面的恶性竞争。如果其采用相同定位方式，品牌的衰落很可能是一种假象，因为有限的目标市场暂时容不下两家相同的企业，市场正在均衡打破下的重新调整，但较终的结果可能是目标顾客在排除混淆后继续原来的忠诚而在潜意识里排斥新来者，因此建议企业继续保持全盛期的定位。如果其采用更加适应的竞争个性定位，那么企业应认真检讨自己定位有何不当之处，要么朝接近竞争者的定位方向修正，加大推广投入，以期重登全盛期；要么主动与竞争者定位错开，另辟蹊径。

**品牌推广策划方案篇二**

“xx台球俱乐部”位于xx大学西苑外（重庆火锅店旁），其环境优雅，设施齐全，是xx大学周边最为突出的室内台球俱乐部。现应广大的客户要求，“xx台球俱乐部”又在原址旁新开设一分店，现需我公司针对其具体情况进行宣传推广，以增加俱乐部的客流量和毛利率，并深化其品牌的效应。

一、市场情况分析

目前，xx大学周边共有八家台球室，主要集中在南苑和西苑。因xx大学人口众多，故南苑和西苑暂时还谈不上竞争，所以现阶段而言，xx如何稳固自己在西苑台球界的霸主地位并且加强推动学校台球文化的氛围是首要问题。

对比其它几家的台球室发现，无论从店内环境，台球设施，人员服务等方面都比不过“xx”，口碑上“xx台球俱乐部”也很不错，可以说在学校周边是一家台球娱乐的高档场所。但是xx的新店面的选址同老店面一样，都比较靠里，而西苑周边的几家台球室地理位置较好，其次价格走的是低端路线，故每逢节假日或固定双休时人员爆满。所以xx要稳固增加营业额，必须维护好原来的老客户（高端客户）并且从周边的台球室抢走更多的低端客户。

二、具体操作

针对台球俱乐部的具体情况，我们制定了如下几项推广策略：

1。硬件宣传：配合即将到来的“十一”国庆，从9。21—10。7号期间在我们公司的led户外全彩和超市的液晶广告机上全天播放视频广告，并在杂志上做一整版的广告宣传，达到人所皆知，广告语“打台球，就去陈老大”植入人心。

2。店内促销活动：针对店外的大众球场，周一到周五的白天分时段可以包场——上午9：00—12：00包场（5元）；

中午12：00—14：00固定消费（3元）；

下午14：00—17：30包场（8元）；

如果不愿意包场的同学任按3元每小时计算，晚上及周六周末恢复3元每小时的计价方式。

所有三大师生均可办理40元的包月卡，办理该卡的学生在大众球场任意打；

针对店内的高档球桌，继续采用会员制增加会员的粘性，并针对每个会员每天的消费额达到50元的提供免费的酒水；

打台球的女孩子不是很多，如果能留出2张户外桌子，搞个女生免费打台球的活动（仅限周一至周五）；那么可以带动更多的男士加入，以球会友，并能增加饮品的销售。

3。活动推广：可每学期举办一次台球高手比赛，具体操作模式可以沿用以前的方式进行，配合各类奖励和证书，吸引更多的台球专业人士加盟，推动校园台球文化的氛围。

三、 方案的执行及收费

本方案的具体实施均交由扬帆文化传媒全程执行，包括视频的拍摄与制作，杂志的设计与发布，广告的投放，活动文案的策划与推广，力保宣传的力度，使“陈老大台球俱乐部”的品牌效应深入人心；

收费：本方案的全程推广费用为20xx元（活动优惠价）；活动时间为9。25至10。13号；

xx台球俱乐部位于xx大学西苑小吃街内，其装修高档，设施齐全，拥有国际赛事专用台球比赛桌18张，专业台球教练4名，是集台球比赛，台球培训和台球娱乐为一体的高档台球俱乐部。目前，其最新开业的台球旗舰店还设有独立的酒水吧台、影院、空调和球友休息娱乐室等，为了回馈各位新老台球朋友的支持，在祖国六十周年庆典之际，陈老大台球城特推出各项优惠活动和精彩赛事，欢迎各位新老朋友的光临！

**品牌推广策划方案篇三**

我公司产品主要为xx，主要为工业用材料，较适合b2b及搜索引擎推广，不适合b2c推广。结合国内电子商务发展现状，特制定以下网络推广策划方案。

1.1、公司网站作为网络营销的主要载体，其自身的好坏直接影响到企业的形象和网络营销的水平，所以一个企业想对外（网络）树立一种好的形象，想建立一个好的品牌知名度，就务必构建一个专业的服务好的网站，对客户提出的问题及时解决。

1.2、以下几点是我们目前公司网站的弊端也是在建立新网站时应注意应添加的事项。

1.2.1、公司网站服务器应保证稳定，这是网络seo优化推广的基础。公司现有网站的服务器在公司信息中心机房，会遇到打不开或者进入缓慢，应将网站及时更换到专业双线接机房，保证网站的能够顺利快速登陆。

1.2.2、公司网站资料应及时更新不及时、信息量太低是此刻公司网站的通病，也是我公司目前网站的不足之处，对网站及时添加新闻资料、行业资讯等及时进行更新（最低每2天更新一条），主要做的目的是为了更快的更新百度快照，使搜索引擎更好的抓取我们公司的网站，获得排行的提升。

1.2.3、交互功能：增加在线咨询、公司qq，且每一天专人在线及时登录，在客户浏览本公司网站的过程中，如果对公司产品有疑问的话能够直接透过客服系统在线咨询，及时为客户解决问题。

1.2.4、seo是优化的自然搜索排行，即关键词的优化，这就需要选取正确的“关键词”正确的关键词(如“xx”“xx”能够被客户在搜索引擎中及时准确的搜到，减少了客户搜寻的时光也提高了网站的访问量，使公司网站在各大搜索引擎里边获得好的自然搜索排行，提高网站上页面被搜索的频率。它是全球互联网界公认最为行之有效的、低成本的网络营销方案之一。seo优化针对的对象主要是搜索引擎网站百度和google，其次是雅虎、搜狗等。seo是个十分系统且细节的办法，其效果需要必须的时光周期才能逐渐体现出来，同时，务必结合网站建设及资料管理来实施。必要时需请专业seo公司对网站进行优化。

2.1、点击付费广告对于此刻的企业来说很大一部分采用了这种按照实际点击来付费的广告形式，最主要的目的是得到最核心客户的点击，常规网站比较常见的有百度、谷歌、搜狐、腾讯、雅虎等等，居多一些当然此刻也有一些电子商务网站采用了该推广模式，最大的优势就是把每一分都花在了刀刃之中，实现精准营销。

2.2、搜索引擎宣传：（百度、谷歌、雅虎）透过这几种手段能够加大各搜索引擎对公司网站及产品信息的收录，从而获得更好的宣传效果。在国内的网络搜索引擎中，百度一向占据着霸主地址。国内

80%的中文网站都依靠百度来流量，中文网站如今已经越来越依附百度。推荐公司前期做百度推广，虽然说比较费钱，但业务量提升会很快。

3.1、b2b电子商务平台在此刻对于中小企业来说也是属于比较火的一种推广方式，因为能够很直接的对产品实现传递和销售，典型的b2b平台有阿里巴巴、慧聪网等等，b2b推广个性是针对于此刻全国b2b数量急速的增加，我们需要做的就是采用2/8原则，把超多有效的时光花费在有价值的b2b上，而其他的网站就仅仅是属于信息发布平台。

3.2、推荐公司务必主要做的2个b2b网站。

3.2.1、阿里巴巴：加入诚信通会员、实地认证，阿里直通车。

3.2.2、慧聪网：加入买卖通会员、标王推广

3.4、阿里巴巴国际站；

3.4.1、阿里巴巴近年来高速发展，会员数量大，遍布全球200多个国家。但是会员质量良莠不齐，所以收到的垃圾询盘也多。且买家中发展中国国家居多，订单一般不会太大。

3.4.2、阿里巴巴入门收费相比其他平台如“环球资源网”来说算比较低，但是由于会员多，竞争大，务必购买关键词排行和相关服务才能收到效果。

3.4.3、为了拓展海外市场，还是有必要偿试开通阿里巴巴国际站。

4.1、开通公司官方微博（新浪、腾讯、搜狐），多发一些热点的新闻帖子进行炒作，加大网络宣传的覆盖面

4.2、在行业bbs论坛上发布文章链上企业网址，提高公司知名度。

5.1、利用搜索引擎搜集竞争对手的信息，市场行情，分析产品发展趋势以及政府的政策，及时采取相应措施。

5.2、在一些行业网站上搜集一些求购或者有潜在使用的客户信息，记录成册，必要的时候主动出击，主动电话联系，挖掘潜在客户。

5.3、建立邮件列表，运用邮件推广：搜集潜在客户邮箱，定期发送公司的产品信息及最新优惠政策信息，但也不可乱发邮件，不然会取得相反的效果。

6.1、推广具体费用

6.2、需要支持：带给公司网站代码及管理权限，以便与seo搜索优化。

利用3个月左右时光，百度、阿里巴巴等网站搜索“xx”、“xx”、“xx”等关键词时我公司排行到前2页。

以上这些资料是我对今后所要进行的工作做出的一个计划，网络营销是一个成本低，效率高的平台，我相信只要我运用好这个平台就必须会带来收益的。网络推广工作其实就是重复每一天的工作，为的就是使企业网站排行以及关于产品的其他信息能够相对稳定，使公司产品在网络上有必须的覆盖率、曝光率让更多的人明白我们的产品，了解我们的产品。从事网络营销工作是一个长期的过程，并不是说几天甚至几个月就能获得收益，贵在坚持，只有坚持下来就离成功不远了，只有坚持下来才会获得惊人的效果，所以我相信只要我们坚持下来、努力做了，就必须会用收获。

**品牌推广策划方案篇四**

1、产业（宏观）背景

即：基于整个工业自动化控制行业及相关行业的政策、法规、产业发展趋势等背景资料的收集及分析。譬如：

随着电力、石油、冶金等行业生产装置的大型化和生产管理的复杂化，设备和各管理系统需要更好的协调性，以提高效率，降低成本。专业的自动化管理控制系统是这些行业所必须的。

我国总体的缺电形势，使电力行业的建设及生产的规模将进一步扩大，其中火电厂的进一步优化发展将为专业自动化控制企业进入该行业提供广阔空间。

国家对dcs等自动化控制系统的支持和扶植政策。

2、整体市场（中观）环境

根据我公司的总体战略，为电厂提供“热工自动化完整解决方案”和“管控一体化完整解决方案”是我公司的核心业务。那么基于电力行业和我公司核心业务的国内竞争状况。即是我们要收集和分析的中观环境。

3、区域市场（微观）环境

针对公司近期战略，计划开拓的区域目标市场，深入了解该区域（省市）电力行业技术水平、管理水平、目标客户状况、竞争状况等环境。即是我们要收集和分析的微观环境。

根据公司营销战略，针对目标区域市场作更进一步的市场调研，主要采取以下几个步骤：

1、政府相关主管部门访问（了解宏观政策环境、电力行业技术水平及体制、管理环境等）

2、电力企业相关高层领导拜访、座谈。

3、电力企业相关技术人员和一般管理人员拜访、座谈。

在可能的情况下，也可采取问卷的方式。

（市场环境分析对我们更进一步了解客户的需求，制定针对性的沟通策略具有重要的意义。在本章节需基于完整市场调研报告的基础上，了解区域市场目标客户和相关机构的需求和建议，并依据这些信息制定目标市场推广策略。）

针对目标市场，通过系统的形象包装、宣传推广，准确传播“xxxx”的品牌形象和技术服务优势：

首期目标：整体品牌推广，让“xxxx”品牌达到较广泛的公众知晓；（公众范围定位为：行业公众、关注技术信息的商务人士、知识阶层等）

中期目标：优势/卖点推广，让“xxxx的技术和服务优势”达到目标公众的深度知晓并关注；

最终目标：专家式点对点沟通，让“xxx的技术和服务优势”达到目标公众的认可并产生购买等合作行为。

cis战略长期以来成为企业的管理、经营、宣传推广的基础，全面导入cis是给企业贴上一个独特的标签，营造独特的个性。

1、（企业理念识别）mi

mi通常被认为是企业的“精神信仰”和“最高宪法”。在宣传推广方面主要用于企业形象的整体宣传，告诉公众“企业是为什么存在”、“企业的经营目的是什么”等？

2、（企业行为识别）bi

bi通常被认为是企业的“行为准则”、类似于“宪法下面的法律”。在宣传推广方面，一些独特而创新的行为准则和员工的行为往往会成为宣传的亮点，告诉公众“我们能做到其他企业所做不到的”、“我们能提供一些特别的”等。

3、（企业视觉识别）vi

vi通常被认为是企业一切宣传推广工作的基础，他相当于人的“衣服”和“行头”。一个没有vi的企业相当于一个不会穿衣服的人，很难给人留下深刻的第一印象。而第一印象在宣传推广中恰恰又是很重要的，因此vi是一切宣传推广工作的基础。告诉公众“我们的企业是这样的”或“这样的企业是我们”等。

三大系统构成了完整的cis,这是我们制定推广宣传方案的前题，保证了具体的推广工作在文案、设计、传播、沟通等各方面形成独特的“xxxx烙印”。

1、品牌推广的传播理念

基于本项目的实际情况，初步考虑应该遵循如下三条原则：

科学、理性、专业

即：用“科学”的数据和分析作为基础；

用“理性”的逻辑推论证明企业的优势；

用“专业”顾问的水平和气质与客户进行沟通。

上述三条原则在整体的品牌宣传时可以体现在一句主题广告或一个整体的形象中。譬如：“xxxx——电厂自动化专家”，一个专家基本上应该融合上述三个特点。

（当然，推广传播理念是品牌推广的纲领，需要集各方面的智慧共同讨论。）

2、项目优势（卖点设计）

从策划宣传的角度讲，卖点是需要设计的。一般来讲，设计卖点的原则是少而精。从xxxx的实际情况看，本人至少应该设计如下卖点：

（1）xxxx的技术优势

（2）xxxx的服务优势

（3）特别的增值服务

卖点设计必须遵循“这是客户最需要的，而又恰是我们具备的”这一准则。

这些卖点在第二阶段的推广宣传和点对点的沟通中会特别重要，要求简洁明快，直指要害。

3、品牌推广思路

整合各种宣传手段，用科学、理性、专业的理念集中宣传“卖点”。注重针对性，包括群体及区域的针对性，譬如“整体品牌推广”阶段可以重点考虑工业企业集群的区域，机场、高速公路等；另外，还要品牌推广的不同阶段，作不同的重点宣传等。

根据公司的整体营销战略，市场推广策略应该与之紧密配合。假设公司的整体营销战略是“区域市场逐个攻坚”，那么市场推广计划初步设想如下：

1、区域市场整体品牌形象推广阶段

宣传推广内容：集中宣传“xxxx”整体优势和整体形象，宣传xxxx的网站等。

宣传对象：较广泛的公众，包括：行业公众、关注技术信息的商务人士、知识阶层等。

宣传区域：目标区域市场。

媒体：省级和重点地市级媒体（以新闻事件炒作为主）、网络、行业专业媒体、大型户外广告牌、电视、电台等。

方式：以新闻炒作为主，兼顾硬广告户外品牌形象广告。

通过专家研讨会、评论、技术革新等新闻事件制造热点，引起媒体关注报道；

并辅以付费软性新闻。

2、区域市场“优势/卖点”推广阶段。

宣传推广内容：重点宣传xxxx技术和服务优势（同时兼顾项目整体优势的宣传）

宣传对象：行业公众，学者、相关政府官员。

宣传区域：目标区域市场。

媒体：产品宣传手册、服务手册、xxxx通讯等本公司媒体。

省级或省会级大众媒体新闻炒作等。

网络媒体。

重点区域市县级报刊媒体、电视、电台行业专业刊物。

高速公路、电厂附近户外媒体。

方式：硬广告，辅以新闻炒作。

通过技术说明会、技术培训/研讨等活动与目标群体进行直接沟通。

3、专家式点对点沟通

推广内容：全面介绍xxxx的技术、服务优势和增值服务优势，提供前沿技术信息的指导和咨询，争取促成成交。

推广对象：有初步意向的目标客户，包括：企业客户的购买决策者、建议者、使用者等。

媒体：公司一切可对外发布的资料，努力让目标客户全面了解科运的各方面优势和企业文化参与竞标的“标书”也是沟通的重要媒体。

方式：全面完整的体现“科学、理性、专业”三大沟通原则，以专家的形象全面传播xxxx整体优势；

准确判断企业用户谈判小组的角色分工，善于抓住重点。

1、ci方案

2、广告文案

3、新闻通稿

4、xxxx“热工自动化完整解决方案”（“电厂管控一体化完整解决方案”）研讨会方案。

5、各区域市场调研报告。

6、产品说明资料及售后服务资料、信息反馈资料设计制作。

7、各种平面、影视等广告设计。

8、分区域市场推广执行细案。

9、网站管理及维护方案。

10、企业信息传播及客户维护方案（建立一套完善与新老客户沟通的媒介，譬如：《xxxx通讯》、客户厂庆贺礼、定期客户联谊、新产品/新技术发布、免费为客户提供自动化信息培训、定期客户回访制度等）

**品牌推广策划方案篇五**

一。本次推广案的目的

1、 提升品牌知名度和销量

提升甲（透明罐装饮料）在这一个阶段的目标消费者心目中的品牌知名度，吸引他们尝试购买饮料，从而带动这一个阶段和下一个阶段的销量提升，一举两得。

2、 鼓舞公司上下，特别是销售团队的士气

虽然我们的空中广告投入少，几乎为0，但事实会证明只要地面的活动推广加强，配合终端的管理加强，特别是有选择的在局部区域攻击竞争对手的盲点，还是能促进销量的提升——无论短期和长期都有效果，树立销售团队对未来的信心。

3、 锻炼销售团队

通过这次活动，加强销售团队对于终端管理的意识，充分认识到饮料的竞争已经进入了白热化的“巷战”阶段。没有终端的生动化陈列，任何空中的广告和地面的活动配合，都只能起到很小的效果。

4、 打通渠道，加强终端铺货，形成销售的自然流转，有回头客，能良性循环。

（不过，甲本身是短线产品，这点较难）

二。本次推广案所针对的目标消费群

1、 大学在校生——18-23

2、 中学在校生——12-18

三。目标消费群的特点

作为21世纪的新新人类，他们是追求时尚，敢于冒险，有点叛逆，不愿受传统束缚的新一代知识青年。

他们敢于尝试新事物，特别对于新口味，新包装的饮料，他们自然也不会放过。

所以，凭借甲的时尚包装，针对这一群新世代的新新人类大学生，是最适合的市场定位了。

四。推广的具体方案

1、 与校学生会，校团联（两大实力最强的学生组织）合作，开展

“水灵冰果-时尚动感艺术文化节”

“水灵冰果-高校篮球联赛”——类似的足球，乒乓球等

“水灵冰果-街舞（轮滑）大赛”

“水灵冰果-动漫展览”

“水灵冰果-市场营销策划大赛”——下面又可以分平面广告创意，市场调查，活动推广等等。

“水灵冰果-大学生诗词征文比赛”

“水灵冰果-英语演讲比赛”

“水灵冰果-迎新晚会”

“水灵冰果-元旦晚会”

这些活动和晚会应该体现出水灵冰果的时尚，动感，新潮的品牌形象，让学生们都知道我们这个新饮料的品牌名字和形象，刺激他们产生购买欲望。

比赛或晚会中间，主持人可以让现场观众回答问题，答对了有精美小礼品送。

比赛由评委和观众联合打分评比，采取象超级女声这种大众评委的机制。

具体的比赛流程和晚会方案，学生会会给出一个很详细的计划书，但公司领导必须控制整体的大方向，跟我们品牌的个性相一致（尽量一致，特殊情况可以放宽）

2、 预算尽量控制在实际金额2024-3000以内，其他以产品和礼品的形式抵扣，可以节省我们的广告费用。产品和礼品应该不算广告成本内。

3、 条件和预算允许，应该在大学城，体育中心等某个可以容纳众多观众的地方进行总决赛或者一台大的活动晚会。

4、 预算充足的情况下，可以联合广东最有名的十大高校（中学），在每一个高校都开展

“水灵冰果-十大高校时尚动感艺术文化节” 或

“水灵冰果-十大高校体育类联赛”

“水灵冰果-十大高校市场营销策划大赛”

然后把这十个高校所在的方圆一公里之内（中学方圆百米之内），作为战略重点来打。

5、 利用在高校内的活动，把整个高校变成我们宣传的阵地，把食堂，宿舍都贴满我们的海报，让里面每个饮料点都有我们的产品卖。在短期内炸开这个市场，提升水灵冰果的销量，打开通路，为以后新产品的顺利入市做好准备工作。

五。终端和促销的配合

1、 平时周末应该选择在高校周边的大卖场饮料区或外面的露天场所，进行现场促销售卖，可以采取买饮料送小礼品，抽奖，掷飞标，投篮等生动有趣的方式。

2、 终端的铺货率的加强，比如校园50米以内的店达到70-80%， 并对其中的重点店做好生动化陈列，进行考核。

3、 对一些符合目标消费者行为的特殊渠道，也要尽量打入。如，水吧，书吧，餐饮，网吧等，力争成为销量增长的来源。

4、 对有潜力或销量好的店，想法买两个月的陈列，帮助其换店招，多贴海报。

六。本次推广所需要的一些物料（都必须有品牌名称和logo）

1、 太阳伞（各个协会用，或者送给门口的保安）

2、 纸巾

3、 钥匙扣

4、 笔

5、 笔筒

6、 纸筒

7、 记事本

8、 促销展台

9、 牙签筒

10、 海报

11、 小陈列架

12、 纸袋――手提袋

**品牌推广策划方案篇六**

我公司产品主要为\*\*，主要为工业用材料，较适合b2b及搜索引擎推广，不适合b2c推广。结合国内电子商务发展现状，特制定以下网络推广策划方案。

1.1、公司网站作为网络营销的主要载体，其自身的好坏直接影响到企业的形象和网络营销的水平，所以一个企业想对外（网络）树立一种好的形象，想建立一个好的品牌知名度，就务必构建一个专业的服务好的网站，对客户提出的问题及时解决。

1.2、以下几点是我们目前公司网站的弊端也是在建立新网站时应注意应添加的事项。

1.2.1、公司网站服务器应保证稳定，这是网络seo优化推广的基础。公司现有网站的服务器在公司信息中心机房，会遇到打不开或者进入缓慢，应将网站及时更换到专业双线接机房，保证网站的能够顺利快速登陆。

1.2.2、公司网站资料应及时更新不及时、信息量太低是此刻公司网站的通病，也是我公司目前网站的不足之处，对网站及时添加新闻资料、行业资讯等及时进行更新（最低每2天更新一条），主要做的目的是为了更快的更新百度快照，使搜索引擎更好的抓取我们公司的网站，获得排行的提升。

1.2.3、交互功能：增加在线咨询、公司qq，且每一天专人在线及时登录，在客户浏览本公司网站的过程中，如果对公司产品有疑问的话能够直接透过客服系统在线咨询，及时为客户解决问题。

1.2.4、seo是优化的自然搜索排行，即关键词的优化，这就需要选取正确的“关键词”正确的关键词(如“\*\*”“\*\*”能够被客户在搜索引擎中及时准确的搜到，减少了客户搜寻的时光也提高了网站的访问量，使公司网站在各大搜索引擎里边获得好的自然搜索排行，提高网站上页面被搜索的频率。它是全球互联网界公认最为行之有效的、低成本的网络营销方案之一。seo优化针对的对象主要是搜索引擎网站百度和google，其次是雅虎、搜狗等。seo是个十分系统且细节的办法，其效果需要必须的时光周期才能逐渐体现出来，同时，务必结合网站建设及资料管理来实施。必要时需请专业seo公司对网站进行优化。

2.1、点击付费广告对于此刻的企业来说很大一部分采用了这种按照实际点击来付费的广告形式，最主要的目的是得到最核心客户的点击，常规网站比较常见的有百度、谷歌、搜狐、腾讯、雅虎等等，居多一些当然此刻也有一些电子商务网站采用了该推广模式，最大的优势就是把每一分都花在了刀刃之中，实现精准营销。

2.2、搜索引擎宣传：（百度、谷歌、雅虎）透过这几种手段能够加大各搜索引擎对公司网站及产品信息的收录，从而获得更好的宣传效果。在国内的网络搜索引擎中，百度一向占据着霸主地址。国内

80%的中文网站都依靠百度来流量，中文网站如今已经越来越依附百度。推荐公司前期做百度推广，虽然说比较费钱，但业务量提升会很快。

3.1、b2b电子商务平台在此刻对于中小企业来说也是属于比较火的一种推广方式，因为能够很直接的对产品实现传递和销售，典型的b2b平台有阿里巴巴、慧聪网等等，b2b推广个性是针对于此刻全国b2b数量急速的增加，我们需要做的就是采用2/8原则，把超多有效的时光花费在有价值的b2b上，而其他的网站就仅仅是属于信息发布平台。

3.2、推荐公司务必主要做的2个b2b网站。

3.2.1、阿里巴巴：加入诚信通会员、实地认证，阿里直通车。

3.2.2、慧聪网：加入买卖通会员、标王推广

3.4、阿里巴巴国际站；

3.4.1、阿里巴巴近年来高速发展，会员数量大，遍布全球200多个国家。但是会员质量良莠不齐，所以收到的垃圾询盘也多。且买家中发展中国国家居多，订单一般不会太大。

3.4.2、阿里巴巴入门收费相比其他平台如“环球资源网”来说算比较低，但是由于会员多，竞争大，务必购买关键词排行和相关服务才能收到效果。

3.4.3、为了拓展海外市场，还是有必要偿试开通阿里巴巴国际站。

4.1、开通公司官方微博（新浪、腾讯、搜狐），多发一些热点的新闻帖子进行炒作，加大网络宣传的覆盖面

4.2、在行业bbs论坛上发布文章链上企业网址，提高公司知名度。。

5.1、利用搜索引擎搜集竞争对手的信息，市场行情，分析产品发展趋势以及政府的政策，及时采取相应措施。

5.2、在一些行业网站上搜集一些求购或者有潜在使用的客户信息，记录成册，必要的时候主动出击，主动电话联系，挖掘潜在客户。

5.3、建立邮件列表，运用邮件推广：搜集潜在客户邮箱，定期发送公司的产品信息及最新优惠政策信息，但也不可乱发邮件，不然会取得相反的效果。

6.1、推广具体费用

6.2、需要支持：带给公司网站代码及管理权限，以便与seo搜索优化。

利用3个月左右时光，百度、阿里巴巴等网站搜索“\*\*”、“\*\*”、“\*\*”等关键词时我公司排行到前2页。

以上这些资料是我对今后所要进行的工作做出的一个计划，网络营销是一个成本低，效率高的平台，我相信只要我运用好这个平台就必须会带来收益的。网络推广工作其实就是重复每一天的工作，为的就是使企业网站排行以及关于产品的其他信息能够相对稳定，使公司产品在网络上有必须的覆盖率、曝光率让更多的人明白我们的产品，了解我们的产品。从事网络营销工作是一个长期的过程，并不是说几天甚至几个月就能获得收益，贵在坚持，只有坚持下来就离成功不远了，只有坚持下来才会获得惊人的效果，所以我相信只要我们坚持下来、努力做了，就必须会用收获。

**品牌推广策划方案篇七**

2月14日情人节就要到了，为消费者创造一个既浪漫又温馨的节目，是每一家酒店都在努力的工作，多年来，也一向是送玫瑰、送巧克力布置一下场地来向消费者传送这个节目的讯息。

根据我们山庄自身的经营特色，根据常消费熟客的消费习惯。今年，我们制定出以下情人节推广计划，供总办审阅。

东莞山庄xxxx情人节粉红之旅

玫瑰、粉红、物语

2月14日

主要地点：丽骏会大厅

次要地点：客房桑拿房

1、透过浪漫的场景布置，为消费者创造一个温馨，旖旎的爱的殿堂；

2、设立“情人留言板”，供情侣在上方写上爱的挚言。

3、透过彩色荧光棒挂在身上的方式，区分单身和有情人之间的身份，单身客人可参加大厅举办的“情侣对对碰”活动（另附活动方案）

4、客房、桑拿房设立“粉红情侣套房”，巧妙布置，并赠送玖瑰花、巧克力、香槟酒及双份早餐。

5、洒吧推出情侣鸡尾洒资料。

夜总会：1、大门口用松枝、鲜花、粉红色雪纱扎成心形拱门。

2、进大门横梁上注明活动主题。

3、二楼玻璃墙处设立4×2米“情侣留言板”。

4、大厅内用粉红色雪纱，玫瑰花，粉红色汽球点缀。

客房、桑拿房：用粉红色雪纱，玫瑰花，粉红色汽球点缀。

1、宣传单：10000份，自行派发。

2、信息发布：3000元。

3、内部广告发布：（含喷画、电脑屏幕）。

4、广告文字：

a、拥有你，我此生有幸。

珍惜你，我毕生力行。（广告词）

b、春信绽放，玫瑰花开，感情来了，你的故事开始了；

情人节到了，在东莞山庄准备一份珍爱的礼物，然后温柔地携上你的的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。（信息）

c、2月14日情人节，“粉红情侣套房”188元，恭祝您情人节快乐！

2月14日东莞山庄单身贵族“情侣对对碰，”party恭候您的光临！

玫瑰花雨，美酒烛光，丽骏会情人节粉红之旅，等待您的参与！

1、客房设八间“粉红情侣套房，”每间每晚228元，并赠送玫瑰8支，巧克力一盒，香槟酒一支。

2、桑拿房设八间“粉红情侣套房，”每间每晚218元，并赠送玫瑰花8支，巧克力一盒香槟酒一支。

3、夜总会大厅推出“情侣鸡尾酒”套餐。

4、夜总会大厅“单身贵族”“情侣对对碰”活动。

1、营销部：2月10日前推出活动广告

2月13日前做好情人节氛围营造工作

2、娱乐部：2月10日前结合营销计划，制定好情人节活动细则：

2月13日前做好情人节氛围营造工作

3、桑拿、客房部：2月13日做好粉红情侣套房的布置工作

4、工程部：结合活动计划，做好用光、用电工作的安排及特殊道具的制作。

1、仿真玫瑰花：6000朵×0、3元=1800元

2、玫瑰花：500朵×1、00元=500元

3、巧克力：100盒×20元=2024元

4、粉红色雪纱：100码×5、0元=500元

5、宣传单：10000张×0、25元=2500元

6、喷画：200平方×10元=2024元

7、其它：500元

合计：9800元

**品牌推广策划方案篇八**

（一）酒店概况：

觅你酒店于20xx年9月开业，是目前长沙市第一家以车为主题，时尚、前卫一体特色鲜明的主题商务酒店。地处五一大道，交通极其便利，与火车站仅仅500米左右，前往市中心五一广场、黄兴步行街购物休闲也便捷。拥有mini答谢房、时尚房、森林绿竹房、健身房、睡吧、觅你套房等十多种风格各异不一样档次的房型。酒店透过各种方式展示mini小车的模型造型，吸引客人的眼球，充分展示了其企业丰富的车文化。

（二）销售优、劣势分析：

-hotel长沙市首家以车为主题的商务型酒店，在这个领域没有直接竞争对手。

2、觅你酒店根据不一样的顾客需求，推出mini答谢房、时尚房、森林绿竹房、健身房、睡吧、觅你套房等十多种风格各异不一样档次的房型，既满足适应了不一样品味人群的需要、同时又能逐步品尝不一样类型产品所带来的特有情趣。

3、觅你酒店定位十分明确，目标群体是广大追求个性，讲究时尚的年轻e族；商务白领；情侣；旅游者等其他人士。

4、觅你酒店设施设备完善，装修风格新颖独特，服务规范周全。

5、虽然交通便利，但在必须程度上还是会受到其他竞争对手的拥挤

6、由于是新型酒店，暂时没有固定的消费群体，品牌不够强势，所以发展会员是当务之急

（一）目标客户定位：广大追求个性，讲究时尚的年轻e族；商务白领；情侣；旅游者等其他人士。

（二）目标客户客户群特征分析：

1主力客户群年龄大多在20～35岁之间。

2年轻有为，生活方式新颖。

3属于本地中高收入阶层和外来度蜜月人士或旅游者。

4渴望获得新的生活方式和尝试新的生活。

（三）目标客户群心理分析

马斯洛需求层次理论将人的需求分为生理需求，保障与安全需要，归属与承认的需要，尊重需要，自我实现的需要。对于觅你酒店的目标消费者，他们并不是单纯为了解决生理上的需求，也超越了保障与安全的需要，他们来此消费是为了得到一种人性化、细微化、特色化的服务和享受，而在消费的过程中，能够凸显个人的超前生活方式，获得一种满足感。

（1）引进该行业内富有实际操作经验的能人来经营管理。

（2）加大对外宣传的力度，选取恰当的时机举行公关活动。

（3）对外树立良好形象，扩大品牌知名度和美誉度。

（4）建立一套完善有效的应付突发事件的预防机制。

（5）大力发展会员业务，扩大项目经营的范围，扩大客源的范围。

（6）在重大假日或旅游高峰时期进行有效的促销活动。

目前酒店正在推出“觅你秒杀活动”，透过4万张单片的发放，让越来越多的人了解到觅你酒店，其定位就是期望有广告宣传效应。在整个营销计划中务必与长沙市的主流宣传媒体进行良好的合作。

媒体选取方面：首先，觅你酒店合理运用互联网及电子商务功能，与快乐购合作进行电话预定抢购房间。透过电视媒体功能让大众更进一步去了解酒店。其次，透过推出大型的广告牌和路灯广告有利于品牌形象的树立。再次，能够透过报纸媒体增大市场影响力。

mini答谢房：156元/天；时尚房：216元/天；主题房：286元/天；

健身房：286元/天；时尚商务房：246元/天；阅读房：266元/天；

森林绿竹房：266元/天；睡吧：286元/天；叶子房：266元/天；

风尚房：286元/天；时空房：286元/天；游戏房：286元/天；

精英房：346元/天；觅你套房：396元/天；

钟点房“溜溜“：66元入住3个小时(9：00—16：00)；

钟点房“久久“：99元=半天房=麻将房4个小时(6：00—18：00;0：00—12：00)

（一）秒杀活动营销简介：

每一天5：00pm—5：05pm：55元/间。每一天6：00pm—6：06pm：66元/间。

每一天7：00pm—7：07pm：77元/间。每一天8：00pm—8：08pm：88元/间。

每一天9：00pm—9：09pm：99元/间。

在上述时光段里面，酒店会送出几间特价房，吸引客人入住，从而提高酒店的认知度。

秒杀方式：由于参与秒杀的客人较多，客房有限，所以酒店会让参与者透过游戏比赛的形式来决出优胜者，从而秒杀到房间。

这种秒杀活动其实就是有效的一种营销方式。秒杀对客人有很大的吸引力，会让更多的人理解酒店，构成较好的宣传效应。

（2）广告单片发放回收销售：透过单片的发放能够让更多的人认知到觅你酒店，而单片的使用回收又是一种促销模式，因为顾客凭借单片入住酒店能够抵房费30元，其中会员在会员价基础上同样享受该优惠。此种单片传单的发放及回收不仅仅起到了宣传效果也很好地促进了销售。

（3）迎“圣诞”庆“元旦”客房优惠促销活动：

a。凡平安夜晚上（12月24日）住店者皆可享受8。8折优惠，并且每个房间赠送果篮及精品圣诞礼物一份，前12位入店者和后25位入店者将有机会抽取“觅你圣诞特奖”；所有入住者凭借房卡可免费参加“觅你圣诞party”，欣赏精彩的圣诞文艺节目；会员入住即可享受折上折优惠；吸引超多顾客入住。

b。20xx年1月1日前11位入住顾客能够享受1.1折优惠（仅限于部分房型及会员）；元旦期间凡消费满269元整免费为住店客人办理会员卡；

（4）会员制度促销：（主要针对会员进行的营销方案）

首先，会员制度是很普遍的制度，采用会员制度能够吸引客人回头，是留住客人的重要手段。会员能够透过消费活动积分，积分又能够兑换觅你酒店特有的商品以及其他商品。

比如，会员一个月内积分满2024元整返现金100元，透过这样的方式促进会员多消费高消费以及吸引顾客办理会员卡。

关于觅你酒店上述的客房营销方案在酒店概况、目标客户、广告宣传、房价介绍、具体的短时计划几个方面进行了综合分析。就起可行性来说还是很大的，因为觅你酒店作为一个新开业不久的酒店来说，最需要的就是其品牌效应的最大化，而上方提到的具体营销方案都在很大程度上对觅你酒店进行了横向和纵向的宣传介绍，所以方案可行性是必然存在的。

**品牌推广策划方案篇九**

策划背景：

借助于平安夜这个特别的时刻以及具有较高人流量的游乐场，集天时、地利、人和这三方面的有利因素，开展针对某知名高级蛋糕品牌的产品与品牌推广活动。

产品定位：低调的奢华

推广目的：

加强品牌与客户之间的沟通；提高品牌知名度；收集市场信息；提高产品销量；

4、推广方式：现场参与活动，品牌与产品互动

5、推广对象：情侣、夫妻

6、推广引入：以爱情为诉求点

活动策划方案：

活动主题：品一份，温馨而浪漫的爱

从游乐场入门到品牌活动现场的设计：

在游乐场入口安排几个身穿统一白色服装的工作人员（称为爱的天使），给所有入场的情侣们派发爱的通行证（一个制作精美的宣传小卡片，上面注有品牌推广现场活动的场地、时间、内容等信息安排，并在设计精美的品牌广告图片为卡片背景）；倘若不想安排工作人员派发，亦可以在入门处的显眼位置设几个布置特别的、具有节日和品牌产品特色宣传点，让情侣前来自取。

3、塑造品牌特色的宣传设计：

把部分写有浪漫爱情故事的圣诞小卡片，分别提前放在游乐场内各个具有浪漫情调的地方（如在花从中，在树上，在湖边，在小屋内等），在活动当天发现这张神秘卡片的情侣，即可到指定活动现场领取属于由公司特别制作的平安夜蛋糕（m）一份，此环节主要是为品牌营造一种浪漫、惊喜的神秘色彩，卡片的数量可由主办方根据推广活动的规模大小情况而定；

与游乐场主题活动的宣传设计：

游乐场的音乐会和狂欢派对的现场布置可以放宣传蛋糕品牌的展板、气球、海报

等舞台布置，另外在节目中穿插一些活动环节，比如：现场抢答，回答关于蛋糕制作的问题，关于爱情的问题等等；由\"爱的天使\"在台下送出一张圣诞蛋糕的领取卷；安排一个优美动人的节目来演绎出所推广的品牌蛋糕的美与内在蕴涵的味道；

5、活动现场活动的宣传设计（雪地旁）：

在人工造雪场旁的场地中，适宜开展一些有趣浪漫并适合情侣玩的现场游戏（例如：几对情侣分别男女各绑一只脚，中加夹着一个心形气球，一起从比赛场地的一头走到另一头，最快到达目的地且气球不破者取胜（可以获得一支玫瑰和一张蛋糕领取卷，在另一个活动场地可换取）；()其它活动参考：几对情侣分别站立对着吃一只用绳子掉起来的红苹果，最快吃干净的情侣取胜；或者是，几对情侣中的一方分别拿到一张主办方提供的小纸条，女方把看到的字写在对方手心上，只能写一遍，说出者犯规，男方需要猜出写下的字并告诉主持人，猜对者取胜；还可以是，几对情侣中的男女任意选出一方，对着图片比赛做蛋糕，材料需提前准备，最终做得最快最漂亮者取胜。（取胜者均获得一支玫瑰和一张蛋糕领取卷，在另一个活动场地可换取）

6、活动现场的宣传设计（与客交流）：

现场内播放柔和而优美的轻音乐，以使得到现场的人能够感受到一种浪漫的爱的氛围，同时和蛋糕的高雅品牌内涵相吻合，一曲曲音乐似乎在低声地讲述着一个个动人的爱情故事，场地内设置展台可以展示精美的诱人蛋糕并写上没款蛋糕的介绍，到现场的观赏者可以获得一张圣诞爱情纪念卡（卡的一半可以写许愿内容和名字，另一半可以在下次到连锁店购买蛋糕时获赠精美小礼品），场地旁边布置两棵美丽的圣诞树，情侣们在卡片上写下自己的爱情愿望并系在树上，增添浪漫的色彩。）

与此同时，还可以邀请现场顾客填写简单的调查问卷以及对品牌的评价或意见等信息。另外，前面2、3、4、5点所涉及到的所有活动最终都是为了把顾客吸引到品牌推广的活动现场，加深对品牌蛋糕的了解。

现场还可以通过lcd电视或展板标明24:00点将在此举办平安夜爱的主题活动\"谢谢你的爱！\"24:00的活动，如场地能同时容纳30人以上，可以主持一些现场\"真爱大告白\"的活动，让情侣们彼此说出自己对对方的爱。又或者以抽奖的形式，让抽到奖的情侣说出自己爱情中最浪漫的事情；让\"爱的天使\"教大家用手语表达\"我爱你\"；给现场的客人每人发一个氢气球，情侣双方在气球上写下\"爱的誓言\"，在24:00整，主持人的主持，一同放飞气球，以天空作证情侣间的爱情。

7、方案说明：

1、）因为蛋糕的高级定位，因而在价格上也会高于普通蛋糕，如何结合蛋糕的特色卖出高端的价值，一方面是制造机会让客户亲自品尝到其特别之处，另一方面，也需要让客户了解到品牌的内涵，从而钟情于它。

2、）在所有的客户群中，情侣和夫妻是最有大可能的潜在购买者，一方面，平安夜到游乐场的人群以青年和中年男女居多，另一方面，为了表达一份真挚的爱情，人们可以不惜代价，因此蛋糕的价格一般情侣都可以接受。只要能营造出这种氛围，蛋糕在平安夜的意义，如同玫瑰在情人节的意义。

3、）活动的所有设计，都围绕着浪漫温馨的主题，而这是最所有情侣们所希望感受到的，以此加深此类客户对品牌蛋糕的钟情，有利于以后的销售。

最后，希望贵司与蛋糕品牌成功合作，在平安夜推出这个让人期待的而心动的产品。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找