# 2024年户外推广活动方案 户外广告实施方案(5篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2024-06-18

*为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。户外推广活动方案 户外广告实施方案篇一...*

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**户外推广活动方案 户外广告实施方案篇一**

1、让目标消费群在最短的时间内认知新产品的功能效果缩短新产品推广期的时间长度，尽快进入成长期创收效益

2、使目标消费群产生食用的欲望并逐步将其培育成品牌忠诚者

3、提高品牌知名度和美誉度

4、提高现场焦点的产品的销量

5、提升经销商的信心和积极性

二、前期市场调查

市场调查主要是为火鸡系列产品上市推广提供科学依据，其调查内容调查方式调查地点如下所示

调查内容：

1、管理层深度谈话

2、营销人员小组座谈或问卷调查

3、渠道调查：火鸡系列产品销售渠道及特点

4、终端调查：火鸡系列产品销售终端类型及特点终端形象、终端陈列、终端活动等。

5、经销商调查代理火鸡系列产品的经销商情况，代理品牌数量及销售情况，对当地火鸡系列产品市场的认识。

6、消费者调查对火鸡系列产品的认识及影响购买的主要因素等调查方式深度访谈问卷调查小组座谈走访调查二手资料等。

三、产品策略

1、产品定位：品牌定位于中高档系列

2、价格策略

①利用专卖加盟保持直接用户价格统一利用品牌形象的建设

②保证经销商一定的高利润可以吸引更多的经销商加入提高市场招展速度

③产品价格给予目标市场上的大品牌和小品牌之间

四、产品推广

1、广告方面本公司针对火鸡系列产品，推出的广告主要强调产品的特性，实用价值及品牌差异和消费者所能得到的利益。

电视广告以省级台和市县为主报纸广告主要是为招商和促销活动的前期造势，同时充分借助行业杂志和行业网站，对本公司生产的火鸡系列产品进行宣传以达到如下效果：

①在市场中建立产品知名度和激发购买兴趣

②提升企业及品牌形象

2、促销在节假日或周末进行促销活动，活动采取多种形式，达到提高火鸡系列产品的知名度及销售额的效果。

3、事件营销

①赞助有重大影响的活动

②为相关群体免费提供试尝和观看活的火鸡五：火鸡系列产品上市安排

1、上市时间：

2、上市区域：以本市区和生产基地为中心，向周边十三个县区发展及北京天津等地区

五、终端策略

1、将部分终端优势建成专卖店进一步提高火鸡系列品牌形象影响力

2、强化终端形象建设提高终端销售力

3、提高终端导购人员执行力

六、服务策略

开通服务热线

七、相关部门职责

1、招商部：主要负责整体招商方案的指定，提高活动的执行。

2、市场部：主要负责市场调研，营销策划和广告管理等工作。

3、销售部：主要负责产品的销售行业一线信息及客户反馈意见的收集。

4、物流部：主要负责产品的配送。

5、客服部：主要客户关于产品技术方面的咨询产品售后服务工作。

户外推广活动方案 户外广告实施方案篇二

一、背景介绍

\_\_\_牌火鸡系列产品养殖及生产

二、活动介绍

活动主题：认识火鸡

活动目的：“前文”

三、活动方案

①平台推广：广告冠名赞助

②超市大型海报户外巨型广告

③促销推广：礼品促销、大型系列活动

④通路推广：零售终端、网络推广与销售

四、经费预算

第一期广告费用

①dm费用8000

②条幅1000

第二期广告费用

①免费品尝食品支出2024

②宣传派发费用1000

总计：12000

户外推广活动方案 户外广告实施方案篇三

一、目的：

品牌知名度推广，新产品的销售启动

二、对象：

情侣套装系列等十款套装产品

三、活动主题：

牵手海π，挚爱永恒;海π箱包见证你们的挚爱

四、活动方式：

公司总部提供活动方案、礼品和监督;直营店准备物料制作执行。

五、活动时间地点：

(七夕)8月3日~6日;直营店

六、广告配合方式：

前期宣传(活动两周前起)

1、城市主要干道悬挂横幅

2、宣传单发放(派人员分区发放、邮寄)

3、当地晨报、日报、晚报登载广告信息

4、城市内电子显示屏广告

七、活动准备：

1、人员安排:

2、物资准备材料准备(开业两周前完成)横幅广告、街口指示牌、宣传册、气球、pop广告、x展架、主题海报的制作。

2.1店外主题海报：牵手海π，挚爱永恒。

2.2吊旗：正面“海π箱包见证你们的挚爱”，反面“新品上市”。

2.3x展架统一活动主题，与海报统一。

2.4小立牌pop广告分别置于所属产品系列的陈列区域。

2.5横幅：海π箱包见证你们的挚爱。

2.6宣传单内容同海报。

2.7其他：名片、礼品、绶带。

3、活动方案

3.1凡是进入店面的情侣由迎宾直接发放吉祥物“派派”一只。

3.2持公司宣传单在店面购买情侣系列新品套装可以享受5折优惠。

3.2成功购买情侣系列新品的将会赠送多美味情人节价值58元的套餐一份。

4、店面终端气氛营造(海π统一视觉形象、开业一天前完成)。

4.1周边街区

4.1.1专卖店邻近街和市区主干道布标宣传。

4.1.2专卖店邻近街口指示牌宣传。

4.2专卖店外

4.2.1门前设置升空气球。

4.2.2楼体悬挂巨型彩色竖标。

4.2.3门口用气球及花束装饰。

4.2.4专卖店前设立大型主题海报(开业专用)一块，发布开业惊喜活动。

4.3店内

4.3.1店内设立迎宾和导购小姐。

4.3.2专设新品促销活动区域及业务宣传台，摆设活动宣传品、礼品及纪念品，配备专人提供咨询、发放奖券和赠品。

4.3.3店顶部及货架处用气球及花束装饰。

4.3.4顶端悬挂pop挂旗。

4.3.5店内主题海报(新品专用)宣传。

4.3.6现场宣传单的发放。

5、软硬件设施

5.1陈列、道具及灯光音响等，应符合海π品牌个性主题终端的要求，与形象

宣传的风格调性保持一致。

5.2专卖店导购员、收银员等，其仪容仪表、服务规范等应与海π品牌形象交相辉映。

6、活动前期准备

6.1专卖店全体人员深入熟悉本次活动的\'主题、形式等;

6.2活动期间，导购、促销人员、执行负责人等均应提早到岗，确认各项准备工作到位;

6.3每天营业前摆放主题海报，检查其他宣传物料、促销礼品等是否齐备;

6.4宣传单置于店内供顾客自取;

6.5专设开业促销活动区域及业务宣传台，并有专人负责;

6.6专人负责物资准备：横幅、海报、促销礼品，并负责礼品发放，杜绝私自拿去礼品;

6.7每天营业结束后收好主题海报及其他形象画面;

7、促销过程的指导、监督

7.1督导员负责本区域终端卖场促销礼品落实状况跟踪;

7.2督导员负责对本区域终端场促销进行实地指导、监督;

八、费用预算：

预计销售：固定成本：变动成本：

九、效果评估：

1、成立评估小组

2、组织评估

户外推广活动方案 户外广告实施方案篇四

一、推广目的

1.让目标消费群在最短的时间内认知新产品的功能、效果，缩短新产品推广期的时间长度，尽快进入成长期，创造效益。

2.使目标消费群产生试用的欲望，并逐步将其培育成品牌忠诚者。

3.提高品牌知名度和美誉度。

4.提高现场售点的产品的销量。

5.巩固通路经销商的客情关系，抢占通路、终端的高铺货，提升经销商的信心和积极性。

二、前期市场调查

本次市场调查主要是为桃花岛生态矿泉水推广提供科学的依据。其调查内容、调查方式及调查地点如下表所示。

市场调查实施情况表

调查内容

1.管理层深度访谈

2.营销人员小组座谈或问卷调查

3.渠道调查：矿泉水销售渠道类型及特点，知名品牌的渠道政策

4.终端调查：矿泉水销售终端类型及特点，终端形象、终端陈列、终端导购、终端促销活动等

5.经销商调查：经销商基本情况、代理品牌数量及销售情况、对当地矿泉水市场的认识、是否有经销新品牌的计划等

6.消费者调查：对生态矿泉水的认识、熟悉的品牌、影响购买的主要因素等调查方式深度访谈、问卷调查、小组座谈走访调查、二手资料等

三、产品策略

1.产品定位：品牌定位于中高档系列。

2.价格策略

(1)利用专卖、加盟保持直接用户价格统一，利于品牌形象的建设。

(2)保证经销商一定的高利润，可以吸引更多的经销商加入，提高市场拓展速度。

(3)产品价格介于目标市场上的小品牌与大品牌之间。

四、产品推广

1.广告方面

本公司针对桃花岛生态矿泉水推出的广告，主要强调产品特性、实用价值及品牌差异和消费者所能得到的利益。

电视广告以市级台和县级台为主;报纸广告主要是为招商和促销活动的前期造势，同时充分借助行业杂志和行业网站对本公司生产的桃花岛哦生态矿泉水进行宣传，以达到如下效果。

(1)在市场中建立产品知名度和激发购买兴趣

(2)提升企业及品牌形象

2.促销

在节假日或周末进行促销活动，活动采取多种形式，达到提高桃花岛生态矿泉水的知名度及销售额的效果。

3.事件营销

(1)赞助有重大影响的活动

(2)为相关群体免费提供桃花岛生态矿泉水五、电动车上市安排

1.上市时间：

2.上市区域：以泰州为中心，向周边地区扩展。

五、终端策略

1.将部分优势终端建成，进一步提高桃花岛生态矿泉水的影响力

2.强化终端形象建设，提高终端销售力

3.提高终端导购人员执行力

六、服务策略

1.开通服务热线，妥善处理客户投诉问题

2.建立客户档案

3.询问客户建议，提高品牌美誉度，增强顾客忠诚度

4.重视售前和售中服务工作，提高顾客成交率

七、相关部门职责

1.招商部：主要负责整体招商方案的制定，招商活动的执行。

2.市场部：主要负责市场调研、营销策划和广告管理等工作。

3.销售部：主要负责产品的销售、行业一线信息及客户反馈意见的收集。

4.物流部：主要负责零配件的采购、产品的配送。

5.客服部：主要负责客户关于产品技术方面的咨询、产品售后服务工作。

八、工作进度安排

时间工作安排

\_\_\_月\_\_\_

日～\_\_\_

月\_\_\_

日进行充分准备和市场调研，\_\_\_

月\_\_\_

日～\_\_\_

月\_\_\_

日选择当地报纸、杂志、网站进行宣传\_\_\_

月\_\_\_

日～\_\_\_

月\_\_\_

日向部分人群赠送产品并作适当报道\_\_\_

月\_\_\_

日～\_\_\_

月\_\_\_日针对终端开展促销活动。

户外推广活动方案 户外广告实施方案篇五

一、企业的宏观环境及行业分析

青岛某益智科技有限公司是一家专业从事儿童益智文具、玩具等系列用品的研发、生产、销售为一体的综合性企业。公司最新推出的益智产品，利用世界领先的“最新光敏水解技术”，经过多年的不懈努力，成功的开发出了真正无毒无害、神奇魔幻的光敏水解墨水及其与之配套的系列产品，为儿童的涂鸦绘画、书写练字开创了一个新的时代。产品核心技术采取了商业秘密保护方式，科技独享，有效的提高了公司产品竞争力。现在儿童用品品牌在商场上有很多，然而在儿童文具和玩具方面真正有市场份额和品牌知名度的则很少，因此我们采取市场细分进入市场的机率很大，所以，市场前景很广阔。

二、消费者分析

1、购买目标明确，购买迅速。少年儿童购买商品多由父母是前确定，决策的自主权十分有限，因此，购买目标一般比较明确。加上少年儿童缺少商品知识和购买经验，识别、挑选商品的能力不强，所以，对营业员推荐的商品较少异议，购买比较迅速。

2、少年儿童更容易参照群体的影响。学龄前和学龄初期的儿童的.购买需要往往是感觉型、感情性的，非常容易被诱导。在群体活动中，儿童会产生相互的比较，如“谁的玩具更好玩”、“谁有什么款式的运动鞋”等，并由此产生购买需要，要求家长为其购买同类同一品牌同一款式的商品。

3、选购商品具有较强的好奇心。少年儿童的心理活动水平处于较低的.阶段，虽然已能进行简单的逻辑思维，但仍以直观、具体的形象思维为主，对商品的注意和兴趣一般是由商品的外观刺激引起的。因此，在选购商品时，有时不是以是否需要为出发点，而是取决于商品是否具有新奇、独特的吸引力。

4、购买商品具有依赖性。由于少年儿童没有独立的经济能力和购买能力，几乎由父母包办他们的购买行为，所以，在购买商品时具有较强的依赖性。父母不但代替少年儿童进行购买行为，而且经常地将个人的偏好投入购买决策中，忽略儿童本身的好恶。

三、竞争产品分析

现在儿童用品市场品牌达上百种，其中米奇、晨光、智多星、哇哈哈、迪士尼等。但是品牌系列化行销不多，宣传促销手段相对成人用品市场而言比较落后，方式较单一，市场上大部分儿童用品都没有强调自己的特色。市场上儿童用品品牌专卖店较少。但是，米奇、哇哈哈等都有自己的卡-通形象，而且已经深入小孩子的心目中。它们的造型和设计都比较新颖，竞争力很大。

四、产品核心利益点分析

它利用世界领先的新光敏水解技术”，经过多年的不懈努力，成功的开发出了真正无毒无害、神奇魔幻的光敏水解墨水及其与之配套的系列产品。启发孩子们的绘画兴趣，开发智力。

绿色节约、低碳环保、让孩子在健康中学习、在和谐的环境中成长对于此，我们对新产品进行了仔细的分析：

五、swot分析

优势：

1、利用世界领先的新光敏水解技术”，经过多年的不懈努力，成功的开发出了真正无毒无害、神奇魔幻的光敏水解墨水及其与之配套的系列产品。

2、神笔开发的墨水很健康，可以反复长期使用，经济实惠

3、国内首创水绘卡，采用高科技制作，正面用清水即可绘画，可以不用担心弄脏衣服

劣势：

1、品牌知名度不够，美誉度不够

2、写完了容易擦洗，不容易保存

机会：

1、在文具行业还没有有一定市场份额的的企业

2、我们的产品能开发还的益智力，能够加强教育

威胁：

1、知名度不够，家长不放心孩子的健康

2、小孩子的兴趣广泛

六、产品定位

我们可以把产品定位3岁—9岁的儿童，产品的价格要比同类产品的价格高一点，注重推出健康，教育，实惠。不断开发出有利于儿童智力挖掘，健康学习，快乐学习，趣味学习系列高科技产品，为提高素质教育水平，建立绿色节约、低碳环保、文明和谐的社会而努力!

七、推广目标

能够顺利的进入湖南长沙市场，让长沙的小朋友喜欢我们的产品，挖掘增加产品知名度，扩大企业的市场销售份额。在长沙及各县设立我们公司的产品专卖店。在各学校附近、大商场、文具店设卖点，并根据情况灵活制定相应促销活动。

八、推广策略

广告创意：借助湖南金鹰卡-通频道、中央少儿频道的平台投放广告，广告内容为：灰太狼在红太郎不知情的情况下帮小灰灰买了一只我们的神笔，结果小灰灰把家里画的乱七八糟被红太郎知道了，当红太郎准备拿平底锅砸灰太狼时，灰太狼立马跑开拿湿抹布把家里擦得一干二净使红太郎惊讶得欣喜若狂。小灰灰拿着我们的神笔大声宣告：妈妈再也不用为我的学习担心了!

广告语：孩子的选择，妈妈放心。

绿色环保，值得信赖!

促销活动

(一)“开学礼”促销活动。

时间：20\_\_\_年2月25日——20\_\_\_

年3月15日

地点：各幼儿园和小学附近店面

过程：

1、使用折扣优惠、购买单品一件可享受8.5折，购买神笔和套装产品可享受6.5折。

2、产品组合销售优惠活动：凡是购买本产品产品与文具盒组合或与书包组合，均可享受7.5折优惠。

(二)跟知名慈善事业合作，向贫困山区儿童捐赠我们企业的产品，扩大知名度和美誉度。

时间：20\_\_\_年3月24——20\_\_\_

年3月28日

地点：冷水溪中心小学(湘西凤凰县)、湖南安仁县龙市中心小学过程：和慈善组织一起走进贫困山区看望孩子，把我们的产品免费送给孩子体验，并合影拍照。事后之后可将此过程和合影作为内部资源传播出去扩大我们的知名度和美誉度。

(三)举办亲子活动。

时间：20\_\_\_年3月30日(星期六)

地点：长沙黄兴广场

过程：举办“幸福家庭”绘画比赛，要求每名参赛小朋友必须有一位家长陪同参与，根据比赛流程选出前三名。前三强可免费获得本公司益智产品一套，前十名可获得神笔一支。

九、经费预算

十、效果评估

通过孩子使用我们公司的产品，让小朋友都知道我们的产品。让父母知道涂鸦是儿童的天性，喜欢色彩是儿童与生俱来的，涂鸦是儿童最好的娱乐活动，从涂鸦娱乐中能得到学习，这种学习要比课堂上生动得多，有趣得多。

在使用的过程中，可以培养儿童的耐心细致、精力集中独立自主和做事认真的态度。可以使孩子的生活更加丰富多彩，增添更多的快乐。

产品操作简单，趣味十足。可以吸引更多的家长融入其中，促进父母与孩子之间的沟通，使相处更融洽!

</span

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