# 2024年企业促销策划案例(8篇)

来源：网络 作者：清风徐来 更新时间：2024-07-17

*在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。企业促销策划案例篇一一、活动目的1、通过低价促销吸引消费者，赚得商品的销量，...*

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**企业促销策划案例篇一**

一、活动目的

1、通过低价促销吸引消费者，赚得商品的销量，提升门店的销售业绩。

2、为商场在留住老顾客的同时开发新顾客。

二、活动主题

夏日换肤好时节，让皮肤轻松呼吸。

三、活动时间

20\_\_\_年5月20到5月22日。

四、活动地点

北京西单商场所有门店。

五、活动方式和内容

1、特价促销：活动期间每日推出两款特技商品，供消费者选择。

2、品牌折扣：化妆品专柜，部分品牌参与折扣促销，only、旁氏、玫琳凯、美宝莲、资生堂、自然堂等品牌全场最低六折起。

3、满就送：消费者在某一化妆品专柜累计消费满100元即可获得小样护肤品一支。

4、空瓶换购物券：消费者将平常所用的化妆品空瓶拿到相应品牌专柜，即可获得五元到十元不等的购物券。在选购其他商品时，可用购物券抵部分金额。

**企业促销策划案例篇二**

一、活动主题

七夕情人节\_\_\_全新时尚主题派对活动

爱情冲击波寻找你心中的女神

二、活动时间

8月15日、16日（星期日、星期一）

三、活动目的

1、通过本次活动，提高\_\_\_俱乐部在周边同行业市场的品牌号召力；

2、提高20%的日均营业额。（例：日平均营业额15万元x20%=18万元） （活动结束后，由财务部向董事会汇报活动结果）

四、活动构想

本次活动综合北京、上海、深圳\_\_\_、\_\_\_酒吧已行之有效的促销方法，结合东莞娱乐场所活动经验，针对当前时尚都市男女喜欢寻找激情、寻找新鲜刺激的消费心理来进行策划整合。活动采用大型交友的方法，鼓励来\_\_\_娱乐的客人努力同“陌生人说话”，再通过我们对交友活动程序仔细、严正的调配方法控制，相信一定能制造出一种欢快、新鲜的夜吧生活模式。（具体控制方法见策划案第六项爱情冲击第一波）

五、活动方法

1、整合公司各部门客户资源，统一以短信息的形式向客人发布活动信息；

2、通过户外广告、dj台、led显示屏、包房电脑等向近期光顾公司的客人发布活动信息、内容、活动方法；

3、精心布置活动场地，争取创造出一个浪漫、优美的节日气氛；

4、本活动以passion大厅为活动中心，ktv包房为辅；

5、凡16日光临\_\_\_女宾，均可在咨客台领取玫瑰花一支

6、大厅开台随台赠送巧克力两枚。

六、活动内容

爱情冲击第一波：“寻找你心中的女神”（要注重考虑）

①、活动口号：坚决同陌生人说话；

②、公司自行设计交友卡，男（绿色）、女（粉红色）；交友卡内容为：姓名（呢称）、年龄、爱好、工作、对他/她的要求；

③、客人开台/卡后，随开台/卡小食送给客人交友卡，让客人自行填写； ④、客人可通过观察，然后委托服务员将交友卡送给心仪的他/她；

⑤、如果双方有意，可通过服务员从中双方沟通后开始约会。

⑥、为活跃活动期间大厅的经营气氛，公司可考虑安排没进房的dj服务员着便装参加活动。（具体实施安排另行决定）

爱情冲击第二波：“炫自己，火辣mm召集令”（此计划含大厅及包房） 由公司总监以上级干部对当晚到场女宾进行观察，如发现有青春靓丽的女生，可通知下属邀请她于公司特定时间上台做简单表演（主持人、表演时间另行安排），表演结束后可领取公司特制鸡尾酒卡一张，凭酒卡可到鸡尾酒吧领取唐会指定鸡尾酒一杯。

此项活动的评选由公司总经理或总监签批为准。

爱情冲击第三波：“真情告白”

凡是七夕情人节当晚光顾\_\_\_之热恋情侣，公司可为他们提供走上dj台，大声表达爱意的机会。并可获赠唐会香槟酒一支。

（特殊的日子特殊的真情告白，怎能不感动她/他）

爱情冲击第四波：“浪漫激情”（此计划含大厅及包房）

活动期间7月15日-16日，凡消费一打啤酒以上或消费额满150，均可获7月16日0：00分现场抽奖券一张，依此类推。凭抽奖券现场抽奖。

一等奖：三名\_\_\_酒店豪华客房一间/一晚

浪漫装饰及香槟酒一瓶

退房时间推迟到下午四点

二等奖：三名数码mp4各一部；

三等奖：十名巧克力各一盒

（具体实施安排另行决定）

七、场景布置

1、大门口：

①、大门对面：3.5米x2.5米广告牌两块，注明活动信息；

（\_\_\_情人节活动全攻略：passion邀你和你的他/她一同参加\_\_\_七夕情人节party，并大声将你的爱说出来，让大家见证你们的爱情，一起带着你们甜甜的爱情，现场飙舞、传情。）

②、大门玻璃：贴心形及玫瑰花图案；

③、大门：粉红色气球点缀。

2、大堂：

①、大堂正中用木板做心形签名墙，用玫瑰花包围；

②、对准大门二楼围栏大理石墙壁做喷画雕刻字：七夕情人节\_\_\_全新时尚主题派对活动爱情冲击波寻找你心中的。女神；

③、楼梯扶手点缀红色玫瑰花；

3、大厅：

①、dj台：前面面板点缀多色玫瑰花，并用泡沫雕刻：“你是我的玫瑰你是我的花”字样；

②、围大厅三周上空围墙雕刻银色反光字。大小不一：

唐诗1：乞巧楼前雨伞晴，弯弯新月拌双星；

邻家少女都相学，斗取金盆

卜他生。

唐诗2：七月七日长生殿，夜半无人私语时。

在天愿做比翼鸟，在地愿为连理枝。

宋词3：纤云弄巧，飞星传恨，银河迢迢暗度。

金风玉露一相逢，便胜人间无数。

柔情似水。佳期如梦，忍顾鹊桥归路？

两情若是长久时，又岂在朝朝暮暮。

③、大厅各条立柱用玫瑰花及心形图案点缀。

4、ktv包房：

①、各包房每张台面放置玫瑰花一支；

②、各包房放置活动计划及细则一份。

八、活动安排

①、策划部于7月18日前根据总办及董事会意见修改好计划案并准备实施；

②、工程部按图纸于20日前做好广告架的制作、安装工作；

③、大厅部、ktv部抽人手配合美工于29日做好布场工作，并与16日自行下单购买化妆品为服务员做简单化妆；

④、财务部做好抽奖券及奖品的安排、发放工作及活动用卡的购买；

⑤、大厅dj台及节目部安排好活动期间音乐路线、节目的调整，29日报总办、董事会节目单；

⑥、总办于20日前联系广告位位置、\_\_\_酒店，做好房间及餐饮安排，最好联系到珠宝商及红酒商共同举办此次活动（如可行，另出活动合作方案给合作商）

⑦、策划部于20日前推出活动广告（含户外、电脑），并做好各种用卡的设计。

九、结束

每个企业都是一个合作的机体，各部门的通力配合才能达到最好的经营效果。一个活动也是一样需要各职能部门全力的合作，才能达到我们预期的最佳的目的。

**企业促销策划案例篇三**

一、活动时间

x月x日—x月x日

二、活动地址

\_\_购物广场\_\_人民商场

三、活动内容

活动一：欢度六一到\_\_

一年一次的六一儿童节，家长陪孩子到哪里去买礼物？在x县当然\_\_，六一儿童节期间，\_\_特别推出儿童玩具、学习用品、童装、童鞋、文体运动商品、精品儿童玩具等优惠价出售！

活动期间，穿着类、百货类、儿童用品类商品全场88折，化妆品类、照材类全场9折，大家电、交通类商品推出特价、超低价及厂家系列促销活动。（明示商品不参加，详情见店内海报）

活动二：非常六一进门送礼

六一儿童节当日，进店前\_\_名小朋友免费领取精美礼品一份，送完即止。

活动三、快乐六一超市有礼

六一儿童节活动期间，商场推出购物买赠活动；凡在超市购物单票满\_\_元的顾客，可以获赠薯片一包，单票满\_\_元的顾客，可以获赠\_\_毫升饮料一瓶，单票满\_\_元的顾客，可以获赠盼盼法式小面包一袋，小票当日使用有效，每天各限量\_\_份，送完为止。（奖品在一楼服务台领取）

活动四、七彩六一——-儿童画展

六一儿童节活动期间，为传承弘扬中华文化，促进少儿全面成长，x月x日至x月x日，\_\_联合卓越学校在\_\_购物广场一楼举行“六一儿童节儿童书画展”活动，百幅灿烂童真、多姿的画卷作品将栩栩如生在这里展现。

活动五、飞翔六一——-儿童文艺晚会

七彩六一，欢乐童年，阳光下，幼苗茁壮成长；舞台上，孩子们欢歌笑语。x月x日晚，庆祝“六一”国际儿童节少儿文艺演出，在新世纪人民商场店举行，欢快的孩子们用歌声舞蹈庆祝他们的节日，也奉献给大家精彩的文化盛宴。

**企业促销策划案例篇四**

服装店做促销活动是必要的。无论是淡季还是旺季，只要你比竞争对手好一点儿，你的收益就会非常大。做促销活动就是利用不同的时间、节气、节日、机会对服装以不同销售方法进行销售，最后达到增加销售额这一总目标的短期销售行为。服装店不能天天开门等客上门，还是要不断的搞活动让店铺动起来，让客户感受到你这个服装店是活店而不是死店，那样销售情况一定不会差。

具体服装店促销方法一般分为以下几种：

一、传统节日期间的促销活动

中国的传统节日还是比较多的，春节，元旦，端午，五一，十一，六一，还有圣诞，不同节日都应该采取一些促销活动，这些活动是必须的，因为人们在这些节日有更多的消费购物的时间。节日期间的活动除了上面讲的几个外，最主要的还有下面几种。

1、服装店促销活动：购物抽奖的活动

节日的时候是人流量时候，很多客户都是轻松的心态，如果店铺在节日期间举行只要购物就能参加抽奖活动，这个活动的重点就是活动奖品的设置，能不能让本来没有购买欲望的客户看到奖品后愿意购买并得到一次抽奖的机会，这个才是店主需要考虑的。一定牢记，奖品的设置可以高点，可以通过中奖率控制利润。

2、服装店促销活动：新款全部打折的特卖

客户永远对新款是感兴趣的，节日期间大家都是冲着放松的心态，如果真的有新款又能打折那只要是适合自己的当然会买一件。所以店主在节假日时候储备一些新款，可以在走新款的同时夹杂一些旧款，不要在乎一个两个客户说你以旧充新，因为你永远也满足不了十个人的口味，更何况是千千万万的不同消费者。目的明确就是以新款的促销带动旧款的走量。当然新款的比例还是要把握好。

3、服装店促销活动：超低价特卖

4、服装店促销活动：节日消费积分兑换促销

就是在节日这几天举行与人民币币值一致的积分兑换活动，类似于满就送的活动，但是这个是将金钱的概念转换成积分的概念，只是概念的不同但是目的还是一样的，刺激消费，勾起继续消费的冲动。这个积分的级别设置也有两种方式，一是只要够这个积分就可以兑换相应的产品，好处是积分门槛低一些，可以让很多的人都享受到这样的兑换，二是设置不同的积分兑换规则，每个级别兑换的产品也不同，但是差距不要太大，这样有利于客户攀比的心态产生。当然所有前提还是合理积分档次的设置和赠送产品的档次，是否可以勾起客户继续达到积分的购买欲望。

这个活动主要目的不在于盈利，而是在于如何吸引客户进店，只要有人气就会有销量，这个活动应该是以库存或者厂家原价甚至是不计成本的产品，促销的价格不按常规，赔一些进去搞特价只要有人流就是值得的，当然这个量的把握就看店主了，还有就是时间段的把握，早人最多的时候大张旗鼓的搞，一定会有意想不到的效果，根据自己的能力量力而行，不要不切实际，搞的赔了特卖的钱也没有多少人流量和销量。

5、服装店促销活动：买一送一的活动

至于送的这个“一”。我觉得应该根据不同节日而送不同的产品，其实这个送的礼物价格都是算在这个产品的价格里面，或者是用一定的折扣价来等价送礼物。就是原价没变，但是礼物的价格就等于是一定的折扣价。在商言商，既然是买卖。那送就一定要有理由。

二、换季期间的服装店促销活动

每年的季节交替时候是所有店主都忙碌的季节，当季的服装服装没有及时清货处理，那直接就变成一种不良资产，为了达到这个目的，店主一般应采用以下几种清货方式：

1、服装店促销活动：一口价论堆清货

这个方法适合的是季末上新款开始多起来的时候，很多当季的已经基本走不动情况下。至于时间的掌握完全是和当地的气候和换季时间联系的，店主可以自己把握。这个活动的好处就是把该清的全部清掉，至于赚多少就不要太狠了，想清楚一件事，就是这些季尾的尾货如果一旦错过这个清货的季节，也许来年就是垃圾一堆。所以一线女装还是告诫给为店主，让你的钱活起来，压货不是本事，流动资金才是你发展的法宝。

2、服装店促销活动：超低价分批清货

这个方法的好处就是在其他服装价格没有变动的情况下，对其中一部分相近价格的服装集中清货，可以搞一个大推车，或者店铺中设置一个特价专区，如果清的不好，就在价格和货品上进行调整，如果清的好，就不断的分批分阶段清货，当然在清货的时候其他还能卖的价格波动不要太大，因为只要是要给客户一个差价的感觉。

3、服装店促销活动：满就送的活动

这个活动一线女装在不同时期都可以采用，做个活动我觉得就是要大张旗鼓的宣传，在店铺醒目的位置一定要用的好报宣传活动，至于满多少送什么就要看店主自己的斟酌了。目的还是以大量走货为主，这个活动还可以分为两种方式，一种就是满几件就送，另一种就是满多少总价之后在送，但是这个活动的要点就是不要让客户觉得你送的东西不值得，这样做可能还会让客户产生一种被欺骗的感觉。所以在送什么的问题上三思后行。切记。

4、服装店促销活动：议价的店铺分区分价销售

可以在季末清货的时候采取分价进行促销清货，具体就是把差不多同一价位的服装分别陈列在不同的区域销售，然后统一标价，销售的时候也可以采用折扣的宣传方式，至于价位的把握肯定不能恰到好处，但是该一刀切还得一刀切，好货里面夹杂不好走的，至于价格阶梯的分布一线女装建议还是不同阶梯的好，因为只要客户一眼就可以找到自己的消费价格之内的服装。做到这一点就需要店主合理分配不同价位服装的陈列和价格区间。

5、服装店促销活动：全店服装打折销售

折扣保持在“少赚”这个概念之内，可以在店门口货店内全部以季末清货的大幅海报吸引顾客。口号就更多了，比如像全场x折，季末大清仓、折上折的形式出现，当然这个折扣的比例还得店主自己拿准。这个折扣的方式是适合于一口价的店铺，至于议价的服装店可以采取下面一种方式。

三、其他服装店促销活动

1、服装店促销活动：周末促销

这个促销是每周必须有的，方法一般有几种，一种就是特定日期特定产品的折扣销售，因为服装店生意的几天就是周末那两天，如果可以有一群自己的忠实客户，只要周末都会去你店里，那产品虽然有折扣，但是长期效益确实不可小看的。另一种就是特价吸引人流，每周不同产品不同价位，短短周末其实人流量还是有限的，怎么吸引客户的购买欲望和眼球，就看各位店主活动的方法呢，一般注重到活动新颖，学会造势，让利客户就可以了。

2、服装店促销活动：开业促销

开业促销一般都是以折扣价或者买就送的促销方式，最重要的就是促销也是一种档次的，尤其是第一次开业大酬宾的促销，记住一定不要用清货的方式来促销，一定要让客户知道你店铺的风格，档次的定位。正所谓第一印象很重要。让客户知道你做的活动是一种让利于消费者的优惠活动。

3、服装店促销活动：店庆促销

这个促销应该是幅度比较大，具体方法比如在店庆这一天给每位购物的顾客适当的优惠或折扣，也可以为每个进店购物的客户赠送一些值得纪念的小礼物。这个促销一般就是一天，多了反而不好，这天的销售甚至可以全场优惠打折，至于日期的选择，就不要那么老实的选择真的店庆的那一天，选在星期天或者节假日期间，这样活动的效果会发挥到极致。

**企业促销策划案例篇五**

一、活动时间

\_\_\_年6月20日至8月31日

二、用餐标准

\_\_\_x元/席\_\_\_x元/席\_\_\_x元/席

三、优惠项目

1、餐饮：每席赠2瓶啤酒，豆浆免费；酒水按超市价提供。

2、茶楼大厅最低消费标准为20元/人，包间60元/6小时间；双机麻80元/6小时间；茶水免费。

3、客房：一次性消费3000元以上的赠送标间一间/夜；消费在5000元以上的赠送数码房一间/夜；活动期间凭学生证及教师证入住可享受普通标准间188元/间夜、普通单人间168元/间夜的优惠。

4、5席以上城区内免费往返接送，免费赠送背景板贴字、指示牌。

**企业促销策划案例篇六**

一、活动背景

沃尔玛由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”、并逐步发展成为零售企业的龙头老大其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评、从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业。

现在沃尔玛入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下：

二、活动目的：

1、基本目标：为庆祝本店开业及端午佳节到来之际以低价让利物美价廉的产品优质的服务来赢取顾客。扩散商场知名度树立良好的企业形象。

2、营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润。

3、长期目标：提高销售额扩大市场占有率最终实现经济效益和社会效益的统一。

三、目前营销状况：

1、市场状况：选址在繁华商业区周围具有现实的北京华联金博大等大型超市等竞争者并还有可能具有潜在竞争者。

2、产品状况：产品大多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别不大商品种类齐全。

3、宏观环境状况：消费群体大多数为流动性人口人口密度较高客流量大消费者的现实需求和潜在需求都很大。

四、swot问题分析：

优势：沃尔玛具有很强的规模效应、在一定程度上具有很大的竞争力、而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营销具有特色培训体系健全化等显着特点。

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多。

机会：目前零售业的发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮。

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多、

五、价格策略：

1、以成本为基础以同类产品价格为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品。

2、给予适当数量折扣鼓励多购。

六、促销策略：

1、综合运用产品组合策略价格组合策略销售渠道策略等市场营销策略以取得最佳的经济效益。

2、保持本土化经营。

七、广告宣传：

1、“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客沃尔玛在郑州开张并传递物美价廉的信息以及优美的购物环境引起顾客的购买欲望从而增加销售。

2、并附以街头发传单的形式并向顾客传递沃尔玛的经营理念“天天低价”原则。

3、在刚开店期间广告预算投入多些在店开张热潮过后应立即削减广告量尽量减少不必要的广告开支以压缩广告量来压缩成本同时做到保持商品的低价。()

4、注重卖点的广告宣传即pop广告。

八、公共关系：

1、建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系。

2、企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转。

3、设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲述爱护资源保护环境的途径树立良好的社区关系、

4、赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象。

5、邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式。

九：营业推广：

1、实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特殊服务。

2、对消费者促销：赠送样品减价推销。

3、把握需求特征现在多以季节性商品和一般感性商品进行促销以刺激消费需求扩大销售额。

十、物流配送：在物流管理上采用配送中心在营业区域内最合适的地点保障促销期间商品的正常运转、

十一、策划方案各项费用预算：

促销总费用：

广告费用：

营业打折费用：

十二、分析预测：

感想

通过沃尔玛的促销策划书我们可以清楚的发现他的策划书写得非常好一般的策划书步骤是背景、目的、内容、时间、地点、名称、开展的方式、宣传方式、费用的预算、效果的评估、而沃尔玛的促销策划书都体现了这些并且他还进行了swot的分析不仅分析了自己的优势、劣势、机会和威胁还进行价格的策略和广告的宣传、也分析了市场的状况、可以说是一份比较成功的策划书但并没有写搞促销的时间和地点也没有预算各项促销活动所需要的费用还有是那些人来组织这项活动也没有写清楚只是从内容上来写、这时我从沃尔玛的促销策划书上看到的、

一个企业要让自己的活动变得很成功要有一份较清晰的策划书才能让吸引顾客的眼光才能提高企业的形象和市场占有力由此来获取更多的利润、并且从这篇策划书中使我了解到怎样写策划书以前自己只是从书本上来知道策划书要从这几方面来写但根本没有亲身写过从这里我才终于了解到写策划书已不是象我想像的那么好写我已学会了写策划书、而策划书对一个企业也是非常重要的企业活动的成功与否在于策划书写得好与否。

**企业促销策划案例篇七**

一、肉食品营销策划方案的前言

市场竞争的日益激烈，竞争手段也日趋多样化。广告，在市场竞争中的作用越来越重要，通过广告，能不断地增强消费者的信心，引导消费者的观念。随着媒体方式的日益多样化，供企业选择的余地也越来越多，让很多企业很难选择一种或几种媒体方式来有效的宣传和推广产品和企业。

目前我国肉类加工生产市场还是处于发展时期，厂家很多，鱼龙混杂，法律环境不成熟，市场秩序不同程度地受到影响；很多厂家为了获得利润，不择手段，金华的毒火腿就是一个很好的例子。

\_\_\_公司是\_\_\_的生产、加工肉食类产品的公司，公司在市场竞争中，通过资源整合，提高了竞争力，逐步形成了一套比较完整的产品系列，并在传统产品的基础上，新增了炭烤产品，在“回归自然，享受生活”成为越来越多城市人的追求时，独具特色的炭烤系列产品的横空出世必将得到人们的青睐甚至是追捧。同时，企业在市场竞争中，不断的利用电视和报纸等媒体方式来提高知名度，宣传企业形象；目前，企业在\_\_\_及附近地区做得比较好，随着公司的发展，其市场也不断扩充，有必要进入新地区，而在新市场，前期的广告宣传比较重要，一般情况下，其主要作用是在目标市场培养自己的品牌认知度和知名度，而并不是提高其销量。列车是连接各地区的媒介，也是信息传播的一个重要途径；另外，适应列车销售的特性，进行针对性的改进包装，使产品在列车上更加为旅客接受，从而有效地利用这一独特的销售渠道，限度地保证销售量。同时，这种全新的具有排他性的销售模式也彰显出企业超强的实力和独特的市场拓展策略，有利于宣传产品和增强企业的市场号召力。

现在，我们郑重而又真诚的向您推介一种新的媒体方式——\_\_\_电视传媒，它能给您带来惊喜地效果。

二、肉食品营销策划方案的可行性分析

1、竞争对手分析：

目前\_\_\_的肉食品市场竞争较为激烈，喜旺、得利斯、青联、德维等品牌在\_\_\_也拥有了一定的市场份额，他们通过不断的广告宣传和促销活动来提高自己的市场竞争力以及市场份额，\_\_\_面临着巨大的考验。

\_\_\_，拥有较长的生产历史，建立了庞大的销售网络，已建\_\_\_多家专卖连锁点，与众多国内外商场、超市建立起销售合作关系。喜旺低温肉制品的销量和美誉度在所有销售区域均排名第一位；热心社会公益事业，受到社会各界的赞扬。

\_\_\_，集收购、加工、销售于一体，总资产4亿多元，先后获得多项荣誉，在全国肉类行业50强企业中排名第十五名，是\_\_\_省农业产业化龙头企业。拥有自己的养殖场；年生产能力强，产品品质高，受到消费者的信赖，尤其最近，加大了宣传力度和市场扩展的步伐。

得利斯，消化吸收国外食肉民族“低温肉制品”科学概念，在我国的低温肉食品行业有很大的影响力，在\_\_\_卫视等电视媒体大力宣传自己的产品和文化，其“但愿人长久，相伴得利斯”的广告语，更是家喻户晓。努力塑造现代企业形象，全方位导入cis形象一体化系统，积极开展了“5s”活动。

\_\_\_，20\_\_\_年被深圳市农产品股份有限公司的控股，资金实力大增强；同时“\_\_\_”牌生肉制品是x市注册的“放心肉”品牌。在\_\_\_具有较大的客户群和影响力。

企业的生存要在竞争中求得，有竞争，才有提高，得利斯、喜旺等产品在\_\_\_市场云集，既说明了\_\_\_市场的潜力，又说明了市场竞争的激烈。他们在业界，无论资本还是技术，都具有很强的实力，要想在这样残酷的竞争中生存，必须积极的发展自己、宣传自己、提高自己的企业竞争力。

2、企业竞争力分析：

在\_\_\_，激烈的市场竞争告诉\_\_\_需要走出去，谋求更好、更广的发展空间，但这需要有很强的企业竞争力才能走出去。

强大的市场宣传力度。通过\_\_\_的报纸和电视广播媒体，提高市场地位和品牌的认知度及知名度；不定期举行促销活动，占据市场竞争的主动；最近，公开征集企业的徽标，从另一个方面显示了企业突破区域局限的欲 望，更好的参加其他地区的竞争和扩张。

差异化的市场定位。以市场为导向，不断的增加新的产品和利润增长点，提高了自己得市场占有率，逐渐形成了比较齐全的产品类别。

先进的生产技术。努力学习国外先进经验，积极引进和研发先进生产技术；炭烤产品的出现，填补了我国肉类食品的空白。

优良的服务保证。拥有自己的物流系统，能够在最短的时间内，把最新鲜的产品送到消费者手中，这对于保鲜要求比较高的肉食行业无疑具有很强的竞争力。

较强的资本实力。在生产、设备、营销的投入，以及资金的募集和运用，具有较强的能力；在风险评估方面拥有比较丰富的经验。

良好的人才机制。重视人才的培养和储备，确保企业在扩展的过程中，有合适的人在合适的岗位上，保证整个系统的正常运作；较雄厚的技术研发人员，具备较强的产品开发能力。

企业的竞争力是一个各项指标综合性的衡量，它需要企业在发展过程中，达到各方面的有效协调和平衡。综上所述，\_\_\_在资本、技术、人才等方面已经具备了向更高目标发展的条件，在发展中，最重要的是要充分整合目前的资源，并且变成一种优势，及时有效的传递到客户和消费者面前，这就需要我们打造出一个新的更宽广的信息传播平台，通过全新的传播体验，刺激消费者的消费欲，增强消费的信心，占据市场主动。

3、营销策略分析：

任何一个企业，需要有一个比较明确的营销策略，并且在其市场定位的指导下，逐步的发展。\_\_\_目前的目标市场主要是\_\_\_及附近地区，但随着企业的发展和市场形势的变化，我们更需要走出去，寻找新的利润增长空间。我们要综合各方面条件来选择目标市场，gdp是一个重要的衡量条件，由于北方偏爱家畜类食品，南方偏爱家禽和野生动物类食品，而且南方在饮食文化上和北方有很大的不同，因此，在目标市场上我们应该重点考虑北方市场，由于\_\_\_和\_\_\_的特殊关系，以及\_\_\_的gdp总量较大，我们首选的目标市场应该是\_\_\_市场，在\_\_\_省主要的投放市场应该是那些经济较发达的城镇；同时，还应兼顾考虑逐步开拓\_\_\_、\_\_\_、\_\_\_等周边地区，所以我们在选择广告时段时，重点应该考虑这些方面。在选择新地区的营销方式时，首先我们应该明白广告是一种无形的投资，需要一个较长的适应和影响过程，在市场前期，应该充分考虑到投入收益比；其次，在市场竞争中，在相同媒体的竞争宣传效果不理想，而且外地媒体一般有保护意识，这就对我们的营销方式和效果产生了很大的影响；再者，竞争对手在本地拥有一定的市场份额，地方的保护主义比较严重；最后，由于在央视、省卫视等全国性的电视媒体，投入大，且目的性不强，在塑造品牌形象方面具有很强的实效性，但在目标市场中的影响力并不大，因此，广告的投入要品牌塑造和产品推广相互配合，达到共赢；而列车媒体，正是具备了这一特点，能够把品牌的塑造和目标市场产品的促销相结合。

三、肉食品的营销诉求

肉食品作为大众生活中不可缺少的一部分，它与人们的生活息息相关。\_\_\_很好的把握了这一点，在产品的品质方面，在软硬件方面不断提高，通过硬件设施的提高，提高质量检验的精度；通过质量管理等软件的执行，为“\_\_\_这一品牌的品质提供了可靠的保障，树立了良好的品牌形象。在目前越来越重视生活质量的条件下，“绿色环保”仍然是我们宣传的一大诉求点，产品要服务于人们，首先要具备众化的特征，其次才能做特色化的处理，因此，各行各业纷纷打出“绿色环保”的旗帜，这是一种生活观念，我们不能违背大的背景，还是要打“绿色环保”的旗帜，首先让消费者敢买、敢吃我们的产品，其次才能进一步搞特色化经营加工，把自己独特的美食文化融于其中，从而保证了竞争力。

在“绿色环保”日益大众化和泛滥化的情况下，要想在竞争中胜出，我们还应拥有自己的特色，凭借先进的技术设备和独特的文化思想，生产出具有自己特色文化的产品。原材料由政府或企业指定的地点提供，具有很高的质量保证和健康保证；在加工方面尽量保持食品的本来属性，其中，炭烤产品就在很大程度上保持了食品的原味，目前，大中城市的很多人，尤其是那些工作压力较大的人，非常向往大自然的生活，喜欢食品的绿色及食品的原汁原味，这样就让很少到野外的城市消费者在家享受大自然的美味成了可能，由此，我们提出了第二个产品宣传的诉求点：回归大自然。

产品是企业的利润来源，也是企业的生存基础，因此，只有生产具有竞争力的产品，才能有取胜的把握。我们生产的产品，最终由人们来消费，只有人们消费我们的产品，我们才能获得利润，企业才能生存。产品能够销售出去，不但需要在品质和服务等方面具有很强的竞争力，更重要的是要对社会和消费者负责，这样我们才能在履行社会义务的同时实现自己的利益，企业新产品的推出和扩张，都是为了把自己的美食文化传播给更多的消费者，因此，我们在实施和宣传扩张战略的时候，应该首先站在社会道德的立场上，由此我们引出了第三个理念：把健康送给每一位人，这既体现了我们的未来营销和发展战略，又体现了一种社会责任感。

四、肉食品营销策划方案

根据列车的特点，我们为您制定了一套产品的营销方案，这套方案有两部分组成：

1、\_\_\_超市。利用火车自身的环境，我们考虑把超市搬到火车上。火车拥有庞大的客流量，每年约有\_\_\_万人次客流，我们所运营的线路，覆盖了沿海开放地区约x亿人口，因此，其中蕴藏着巨大的市场空间。我们可以为您提供在列车上买断其肉食品的销售，列车上销售形式多样，列车既拥有固定的餐厅和销售点，又有不间断多频次的流动餐车进行销售，而且能够近距离的接近每一位潜在的消费者，这就使消费的可能性大大提高；我们还可以通过列车工作人员的口头推销以及绸带宣传，并且可以根据市场开拓的需要，策划组织一些互动形式的节目，进行产品促销和宣传。与之同步的是在进餐时间播放由\_\_\_食品做成美味套餐的广告，并且设定广告语（\_\_\_提醒您现在是午餐/晚餐时间，请按时用餐，祝您身体健康，旅途愉快），这样能够进一步刺激消费者的食欲和购买欲。

我们所运营的列车，其旅客大多是具有较强的购买力，他们一般具有较鲜明的生活理念和健康意识，因此，在我们降低列车上食品价格的情况下，我们的销售量会较之以前有大幅的提高。

最后，本着节约成本的原则，在\_\_\_上消费的食品对其包装要求就是简单、方便、保质。因此，在包装方面我们可以降低成本，从而增加了利润；针对大多具备高素质的消费群，他们的环保卫生意识相对来说比较好，因此我们可以在提供食品的时候，辅助提供纸巾服务，纸巾的外包装可以对外进行广告招商，这样不但可以建立良好的客户关系，树立良好的形象，还可以降低总成本。

2、广告。我们的广告由央视系统监播，确保播放的质量；由于在列车上播放，对于广告的到达率和广告的效益比较容易统计和衡量。综合各方面考虑，我们为您设计了\_\_\_秒和x秒的电视广告，\_\_\_秒的广告通过对诉求点的把握和表现来塑造品牌的形象，播放时间为早上、中午、下午和晚间各一次，根据不同的时间、不同的季节、特定的节日、旅程的长短和客流量的多少，具体安排广告的插播，通过不同的广告形式来达到最终客户的认可。5秒钟的电视广告通过精美的画面和友情提示，在进餐时间（午间、晚间）播放，刺激人们的食欲。

**企业促销策划案例篇八**

一、总体思路

七夕是中国传统的情人节，由于国人越来越珍视中国的传统文化、民俗节日，再加上商家每年大张旗鼓的宣传炒作，七夕情人节已经成为情侣必过的节日之一。本促销策划案主要提出两大紧贴“七夕”主题的大型促销活动，以配合店内各商家、场馆促销活动，营造浓郁的情人节消费氛围。

另外，由于黄金珠宝是情人节的主力商品之一，建议将商场每年一度面向婚庆市场的“秋季服饰节”于七夕启动，以“节”促“节”，并借情人节的巨大商机给服饰节带来一个好的开端。

二、活动时间

8月16（周四）——8月19日（周日）

三、卖场布置

为配合七夕主题，建议在商场卖场共享空间架设一道鹊桥，根据传说中在葡萄下可以听见牛郎织女说话的传说，在主入口门柱上用绿色塑料葡萄藤装饰成葡萄架的效果，营造浓郁的传统中国情人节的气氛。

四、活动策划

（一）服饰节

1、主题

百年老店，百年好合——20\_\_服饰节

[主题释意]本次活动主题拟定为“百年老店；百年好合”，主打婚庆市场，定位明确，将\_\_商场黄金珠宝卖场最具竞争力的牌誉优势凸显出来，以诚信和祝福吸引目标消费者。

2、活动策划

服饰节由8月延续至“十一”黄金周，共计一个多月，这么长的时间，促销活动应该是有层次、分阶段的。七夕促销期间为服饰节活动的预热期，吸引消费者对服饰节活动的关注，并促进下一步消费。

服饰节浪漫启动，七重炫礼任意挑选

活动期间购买服饰类商品累计满3000元，即有七种优惠由您任选其一。

床品77元抵扣券 西装77元抵扣券 鞋品77元抵扣券

女装77元抵扣券 服装配饰9折卡 华服6折卡 婚纱摄影8折卡

3、展式创意

每个珠宝品牌推出几款情人节特别推介款，可以是名贵高价，也可以是为情人节特别设计的款式，用干花创意搭配进行展示，外面罩上透明玻璃罩，将经典款从让消费者挑花眼的众多珠宝款式中凸显出来，在花的配称下形成浪漫唯美的效果，对消费者形成不可阻挡的的诱惑。且女人多被比喻为花，花与珠宝的搭配暗喻女人与珠宝的和称关系，独特的展示方式配合适当的灯光、背景，必将吸引消费者驻足的目光，产生极佳的促销效果。

（二）全场活动

1、全场主题活动

（1）活动主题

浪漫七夕，幸运77

——价值百元以上，77件浪漫大礼先到先得

（2）活动策划

由店内商家提供77件商品做为礼品，周六日在共享空间设置活动区，制作一块大kt版，画面为77件礼品的名称和图片，按照惯例，将所有商品分为百货服饰类和黄金电器类，活动期内消费者单类累计消费超过一定额度即可参加活动，选择77件礼品中的一件，先符合条件者享有优先选择权。

（3）奖品

店内各商家每家提供一件售价不低于100元的实物礼品，如商品售价普遍较高，可以以100元抵扣券形式代替。消费者现场抽奖，现场领取奖品。

（4）促销物料准备

①kt版设计及制作

②活动规则说明水牌

④活动场地所需桌椅

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