# 如何写项目策划案

来源：网络 作者：醉人清风 更新时间：2024-09-09

*第一篇：如何写项目策划案策划书编制的原则:为了提高策划书撰写的准确性与科学性，应首先把握其编制的几个主要原则；一）、逻辑思维原则。策划的目的在于解决企业营销中的问题，按照逻辑性思维的构思来编制策划书。首先是设定情况，交代策划背景，分析产品...*

**第一篇：如何写项目策划案**

策划书编制的原则:

为了提高策划书撰写的准确性与科学性，应首先把握其编制的几个主要原则；

一）、逻辑思维原则。策划的目的在于解决企业营销中的问题，按照逻辑性思维的构思来编制策划书。首先是设定情况，交代策划背景，分析产品市场现状，再把策划中心目的全盘托出；其次进行具体策划内容详细阐述；三是明确提出解决问题的对策。

二）、简洁朴实原则。要注意突出重点，抓住企业营销中所要解决的核心问题，深入分析，提出可行性的相应对策，针对性强，具有实际操作指导意义。

三）、可操作原则。编制的策划书是要用于指导营销活动，其指导性涉及营销活动中的每个人的工作及各环节关系的处理。因此其可操作性非常重要。不能操作的方案创意再好也无任何价值。不易于操作也必然要耗费大量人、财、物，管理复杂、显效低。

四）、创意新颖原则。要求策划的“点子”（创意）新、内容新、表现手法也要新，给人以全新的感受。新颖的创意是策划书的核心内容。中有些要素是其共同的。因此，我们可以共同探讨营销项目策划书的一些基本内容及编制格式。

封面•策划书的封面可提供以下信息：

① 策划书的名称；

② 被策划的客户；

③ 策划机构或策划人的名称；

④ 策划完成日期及本策划适用时间段。因为营销项目策划具有一定时间性，不同时间

段上市场的状况不同，营销执行效果也不一样。

项目策划书的正文部分主要包括：

一）、策划目的。

要对本营销策划所要达到的目标、宗旨树立明确的观点，作为执行本策划的动

力或强调其执行的意义所在，以要求全员统一思想，协调行动，共同努力保证策划高质量地完成。

企业营销上存在的问题纷繁多样，但概而言之，也无非六个方面：

企业开张伊始，尚无一套系统营销方略，因而需要根据市场特点策划出一套行销计划。

企业发展壮大，原有的营销方案已不适应新的形势，因而需要重新设计新的营销方案。

企业改革经营方向，需要相应地调整行销策略。

企业原营销方案严重失误，不能再作为企业的行销计划。

市场行情发生变化，原经销方案已不适应变化后的市场。

企业在总的营销方案下，需在不同的时段，根据市场的特征和行情变化，设计新的阶段性方案。

二）、分析当前的营销环境状况。

对同类产品市场状况，竞争状况及宏观环境要有一个清醒的认识。它是为指订相应的营销策略，采取正确的营销手段提供依据的。“知己知彼方能百战不殆”，因此这一部分需要策划者对市场比较了解，这部分主要分析：

1、当前市场状况及市场前景分析：

二、项目策划书的基本内容。

策划书按道理没有一成不变的格式，它依据产品或营销活动的不同要求，在策划的内容与编制格式上也有变化产品的市场性、现实市场及潜在市场状况。

②市场成长状况，产品目前处于市场生命周期的哪一阶段上。对于不同市场阶段上的产品公司营销侧重点如何，相应营销策略效果怎样，需求变化对产品市场的影响。

③消费者的接受性，这一内容需要策划者凭借已掌握的资料分析产品市场发展前景。

2、对产品市场影响因素进行分析。

主要是对影响产品的不可控因素进行分析：如宏观环境、政治环境、居民经济条件，如消费者收入水平、消费结构的变化、消费心理等，对一些受科技发展影响较大的产品如：计算机、家用电器等产品的营销策划中还需要考虑技术发展趋势方向的影响。

三）、市场机会与问题分析。

营销方案，是对市场机会的把握和策略的运用，因此分析市场机会，就成了营销策划的关键。只是找准了市场机会，策划就成功了一半。

1、针对产品目前营销现状进行问题分析。一般营销中存在的具体问题，表现为多方面：

•企业知名度不高，形象不佳影响产品销售。

•产品质量不过关，功能不全，被消费者冷落。

•产品包装太差，提不起消费者的购买兴趣。

•产品价格定位不当。

•销售渠道不畅，或渠道选择有误，使销售受阻。

•促销方式不务，消费者不了解企业产品。

•服务质量太差，令消费者不满。

但是，从营销策划活动一般规律来看，售后保证缺乏，消费者购后顾虑多等都可以是营销中存在的问题。

2、针对产品特点分析优、劣势。从问题中找劣势予以克服，从优势中找机会，发掘其市场潜力。分析各目标市场或消费群特点进行市场细分，对不同的消费需求尽量

予以满足，抓住主要消费群作为营销重点，找出与竞争对手差距，把握利用好市场机会。

四）、营销目标。营销目标是在前面目的任务基础上公司所要实现的具体目标，即营销策划方案执行期间，经济效益目标达到：总销售量为×××万件，预计毛利×××万元，市场占有率实现××。

五）、营销战略（具体行销方案）

1、营销宗旨：

一般企业可以注重这样几方面：

以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。

•以产品主要消费群体为产品的营销重点。

•建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域等。

2、产品策略：通过前面产品市场机会与问题分析，提出合理的产品策略建议，形成有效的4P组合，达到最佳效果。

1）产品定位。产品市场定位的关键主要在顾客心目中寻找一个空位，使产品迅速启动市场。

2）产品质量功能方案。产品质量就是产品的市场生命。企业对产品应有完善的质量保证体系。

3）产品品牌。要形成一定知名度，、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须有强烈的创牌意识。

4）产品包装。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。

5）产品服务。策划中要注意产品服务方式、服务质量的改善和提高。

3、价格策略。这里只强调几个普遍性原则：拉大批零差价，调动批发商、中间商积极性。给予适当数量折扣，鼓励多购。

**第二篇：项目策划案**

XX杯首届“生活达人”

选拔赛及慈善颁奖晚会----------暨京津冀旅游一卡通会员联谊活动

活动选拔：

8月7日---8月21日。

评选时间：8月22日---8月25日。

慈善晚会时间：8月27日晚。

活动内容：

活动一：“暑”你“惠”吃

活动二：“暑”你“惠”喝

活动三：“暑”你“惠”玩

活动四：“暑”你“惠”乐

活动五:颁奖慈善晚会

活动期间内，所有持旅游一卡通的用户到指定加盟商家内可享受商品五折或商品特价、持建行卡的用户八折优惠。拟定此次活动指定商家为10家，备用商家20家，以餐饮娱乐行业为主，占到7家，其他行业为辅，占3家。在活动期间内，凭消费单据可在8月27号参加“XX杯生活达人”颁奖晚会。所有参加活动商家可参加优秀加盟商评选。

商户参加要求：

1.必须是旅游一卡通加盟商

2.商品必须是店内主流商品，折扣需五折以下，部分特殊商家可以做特价

3.给消费者开消费票据，票据需要一式两联，商家有存根，消费者凭消费凭证参加活动，加盟商家，根据消费者消费金额可参加优秀商家评奖活动，前五名可获得价值1000元奖品及相关证书、奖牌。

4.商家需拿出消费者消费金额的10%，捐赠福利机构。参加人员要求：

1、持旅游一卡通用户可参加所有活动，持建行卡用户可参加消费优惠活动。

2、参加生活达人选拔赛需凭加盟商家开具的消费票据。评选规则：

“生活达人” 在活动期间内，持卡用户消费总额前10名可获得达人称号和大奖。优秀加盟商，在活动期间内，持卡消费者消费总额前5名商家可获得最佳加盟商称号，由旅游一卡通办公室颁发奖牌和证书。生活达人颁奖晚会：拟定在本次活动结束后根据有关单据进行审核评选，选出10名生活达人与5家最佳加盟商进行颁发奖品和证书。所有持卡用户和加盟商家均可参加免费参加晚会。晚会以歌舞表演为主，地点拟定为时代广场。

奖品奖项设置：

拟定为获奖的生活达人颁发价值500元奖品和奖杯，为获奖的加盟商颁发价值1000元奖品和奖杯。

活动现场推广：

评选活动现场要以活力、时尚风格为主，整个活动需要主持人，演艺人员，持卡人充分互动。组委会准备一些一卡通的相关知识或者加盟商户的资料，由主持人现场推广，并进行现场提问，回答正确的观众发放精美礼品一份。还需要一卡通宣传单页等宣传促销品，在现场发放给观众。活动现场办卡： 需协调：由建行派驻工作人员现场办理一卡通，现场办理是否可享受一定优惠？ 现场办卡派送大礼包，具体内容由市场组人员负责协调。

本次活动拟定宣传媒介：

一、建行短信宣传平台

二、建行营业网点内展架宣传

三、移动12580平台

四、旅游一卡通官网宣传

五、加盟商家店内宣传

六、平面媒体宣传

七、电台电视台宣传

八、流媒体宣传

总冠名招商:

招商范围：知名厂商、通讯商、医疗单位等。

总冠名金额20000元，给予总冠名商总价值13.9万元广告宣传，包括：

1、60万次建行持卡用户点对点手机短信宣传，价值30000元；

2、市区内100家建行营业网点内30天展架与大屏幕宣传，价值20000元；

3、200家一卡通加盟商家店内30天广告宣传，价值10000元；

4、移动12580平台30天宣传，价值10000元；

5、旅游一卡通官网首页飘旗60天宣传，价值50000元；

6、市区内主要平面媒体不低于3次的宣传，价值5000元；

7、电视台1--3次新闻专题宣传，价值10000元；

8、颁奖慈善晚会背景宣传，价值2024元；

9、晚会主持人3次专门介绍感谢宣传，价值1000元；

10、为达人冠军颁奖及发言，价值1000元。

**第三篇：文化项目策划案**

西咸新区文化投资公司筹建策划建议案

（名称品牌部分）

公司名称：中国华夏文化产业复兴投资集团有限公司

公司备用名称（提供以下名称的目的是抛砖引玉，具体名称和品牌请各位领导定夺）：

中国长安文化复兴投资集团有限公司陕西长安文化复兴投资集团有限公司 陕西长安文化投资集团有限公司陕西中华文化复兴投资集团有限公司 陕西中华文化投资集团有限公司陕西华夏文化产业复兴投资集团有限公司 陕西华夏文化投资集团有限公司中国华夏文化复兴投资集团有限公司 中国长安文化投资集团有限公司中国华夏文化复兴投资集团有限公司 中国华夏文化投资集团有限公司陕西华夏文化复兴集团有限公司 中国长安文化复兴集团有限公司陕西文化产业复兴投资集团有限公司 中华文化产业复兴投资集团有限公司

公司品牌：

长安文化：

古朴、倔强、高亢、沧桑、起源于汉代，距今2024多年，是当代文坛主要文化流派之一 华夏文化：

悠远、博大、灿烂、没落、距今6000多年，是世界6大文明之一（亚非4大文明加欧洲2大文明）。

备选品牌：

中华文化、黄河文化

公司名称注解：

投资：只是一个过程，有结果上的不确定性，可能失败，可能成功。

复兴：意思是恢复或振兴，搞文化产业的目的就是为了文化复兴，复兴是投资要达到的最好结果。

结论：我们不仅追求过程，还要追求最好结果，故建议用复兴，或者复兴和投资合用

文化：指知识、文艺、法律、道德、风俗、宗教、饮食、服装、网络等范畴。文化产业：是指知识、文艺、饮食、网络等系列文化产品规模化生产，形成产业经济。发展文化的目的不一定是为了利润，但发展文化产业的目的就是文化商品化规模化，就是为了利润。所以建议公司名称使用：文化产业。公司名称比较：

西安曲江文化产业投资（集团）有限公司陕西文化产业投资控股有限公司 陕西西咸文化产业投资集团有限公司中国华夏文化产业复兴集团有限公司西咸文化产业复兴投资集团有限公司

其实甘肃平凉、庆阳地区，在明朝属陕西管辖，平凉自古是古都长安的西北门户和军事重镇，在汉唐时期军事人才辈出，李广、李世民祖籍皆平凉人，灵台县是周祖祭灵的地方；庆阳是周先祖不曾率族人“奔戎狄（今庆阳）之间”，与其子鞠陶、孙公刘等“教民稼穑”之地。周代遗风遍及庆阳。平凉、庆阳与陕西经济文化联系比天水更为紧密，故西咸一体化没包括平凉和庆阳是一大憾事，不过，既然平凉和庆阳同属周、秦、文化圈，我们可以从将来文化开发上弥补这个缺憾。

关中自古是华夏民族文化发祥地，西咸一体化包括甘肃天水，甘肃平凉和庆阳又

是周文化起源地，故使公司名称采用中国0000公司对未来文化产业性规模化开发有利。

品牌说明：

长安文化是一块已经响当当，硬邦邦，金灿灿的在国内外享有崇高知名度的文品牌。

以贾平凹，陈忠实为代表的现代长安派文学军团

以司马迁、李白、杜甫、白居易（诗作于长安的）为代表的古典长安文化伟人； 以阎立本、吴道子为代表的古典长安画派；

以周祥勇、石鲁等为代表的现代长安画派（自汉代就形成长安画派）； 以颜真卿、柳公权为代表的古长安书法家；

于右任，钟明善为代表的现代长安书法；

以张艺谋，顾长卫为代表的长安（西安）电影；

以巩俐、郭达为代表的长安文艺明星等

古今长安人文荟萃，鼎盛繁荣，自古就是成就霸业之地，长安文化属世界硕果仅存的唯一东方文化，是华夏文化的重要组成部分，长安文化的名流和支系林林总总，洋洋洒洒，不胜累举，其它国内文化品牌与长安文化的品牌效应相比，其知名度，美誉度，和历史价值是不可同日而语。如若再配上华丽高雅的包装，她就会发挥驰名中外的影响力。

再说，孔子的儒家文化也源于周公制礼，山东鲁国属姜太公的封地，周礼文化自然发达，这就给儒家文化的形成奠定了基础，儒家文化也属古老关中文化延伸范畴。

另外关中作为华夏民族的文化发祥地，主打华夏文化品牌也是个不错的选择。当然我们在文化产业规划上会兼容并蓄，中西结合，目标是实现华夏民族的文化复兴而带动产业经济繁荣。

现代长安文化品牌意味：酸、臭、香，如同一坛老酸菜

华夏文化品牌意味：智慧、和谐、包容，如同一位和善长老

文化复兴的要义贵在创新，创新的动力来源于：尊重人才、尊重知识产权、尊重资本。

以上仅代表本人观点，如有异议，敬请包含。

撰写人：梁策

电话：\*\*\*

2024年12月26日

**第四篇：项目总体策划案**

总体营销战略方案

南充市“生意兴隆购物广场”项目

总体营销战略方案

前言：

为了更有效的合作并将“生意兴隆购物广场”项目运作成功，我司经过专家组的反复论证，特提出本总体营销战略方案，以指导双方的合作及项目的销售、招商等各种具体工作的执行，最终使项目整个营销工作思路清晰、步步为营。

一、项目SWOT分析

1、项目优势（strength）

 周边批发市场环境成熟，人流较旺。

 项目主体工程验收完毕，风险进一步降低，若无其他影响项目

交房将没有问题。

 先入优势——是西门市场启动较早的项目，设备相对先进。

2、项目劣势（weakness）

 周边总体市场环境较差，加之传统的批发市场限制了项目的市

场定位。

 交通环境 相对较差，距离新建的车站较远。

 前期形象导入欠缺，对后期宣传将有影响。

3、项目机会（opportunity）

 区政府文件将本地区继续作为批发市场，对西门市场进行全面的升级。

总6页-第1页

 南充总体市场环境处于较低阶段，产品定位和操作模式的创新

空间大。

4、项目威胁（threats）

 自身威胁——各项运作能否按计划完成。

 竞争威胁——其他商业物业和投资型项目对本项目客源的分流

使项目优势更难打造。

 政策威胁——宏观政策是否存在可变因素。

二、项目定位策划

1、定位策划

 性质定位

批零兼营的现代化大卖场。

 档次定位

项目档次定位为中档。

 业态定位

以服装和鞋类为主，占（70-80）%；其他小百货等占（20-30）%。 市场定位

批发——三级市场及以下的零售商；

零售——本地大众客户

2、定位依据

 宏观背景

西门市场大的环境为传统的批发市场，加上政府的政策，西门批发市场的宏观定位已经不可变。因而本现目首先是一个批发卖场。

 市场特征

西门市场目前的客户为三级市场及以下的零售商和主城大众消费者两部分，根据本项目的自身条件，构建零售卖场的优势。

三、总体营销思路

1、总体思路

以项目具备开业条件为结点，开业前进行招商和销售，开业后通过现实的人气和合理的赢利迎来销售高潮，两次销售高峰入图所示：

2、产品模式设计

说明：本模式主要指项目的销售方式。

购买本商场商铺的消费者，除与开发商签定商品房交易合同之外，可委托管理公司代为租赁，开发商通过管理公司给予投资者租赁保障——承诺3月内租赁成功，否则按双方协议的租金按月给予返还。

分析：本销售模式为变相的返租模式，但对投资者的促动性更大，从根本上给予保证；同时我们可以获得3个月的免租期，便于将商场做活，而本模式的实质是资金流的成功运做。

3、成败重点分析与协调配合分析。

 需要广告公司尤其是专业商业管理公司给予配合。

 项目准确的定位。

 先进的经营理念和模式。

四、项目组构建与开业前的战略思路

1、人员构成与组织框架 项目经理1人——统筹整个项目

销售主管1人——现场管理

主管助理1人——协助主管管理与培训

置业顾问若干——销售执行

项目策划1人——策划与推广执行等工作

招商人员若干——项目招商工作

辅助招商组——美联商业组在南充以外地区进行辅助招商。

项目顾问组——美联高级策划经理以上人员对项目各种操作做宏

观的把控。

发展商对口衔接人：共同确定推广事宜，适时解决合同签约等具体

问题，协助现场处理各种突发事件和以外情况。

2、销售计划

人员组建（已完成）→准备及培训→开业前销售阶段→开业后销售阶段。

整个销售工作成功的重点：

 产品模式

 人员素质

 接待流程与管理

本项目开业前销售与招商同步进行，前期主要介绍商场的商业经营模式和产品销售模式，宣传项目的优势卖点，通过增强投资者信心和消费者预期来带动销售。

3、招商计划

本项目的招商工作是项目操作成功的重要一环，具体操作思路如下：意向性洽谈→实质性洽谈→签订协议→入场装修→开业。

从项目组人员进入之日起，即开始项目的招商工作，展开初步的意向性洽谈，在装修完毕前，意向招商客户积累达到总客户的150%；在商户积累完成、项目装修完成后，进入实质性的洽谈和签约阶段此时完成主力招商任务，之后入场装修并尽快开业。

4、广告诉求

 美联物业联手XX商业管理公司共同打造的品牌效应（品牌是

不能放弃的，但更主要的是其先进的操作理念）

 有足够保障的投资及经营模式（有竞争力的产品模式和投资模

式是投资者下叉的前提）

 切实可行的针对性服务（商场的未来提供什么样的服务是项目

招商的关键。）

五、开业后的战略思路

1、销售思路

通过成功的招商和气势红火的开业宣传带动销售达到新的销售高潮，使项目销售取得成功。

此阶段的营销务必将招商、销售、开业放在一起进行整合营销。

2、招商思路

对剩余部分进行补充招商，对业态逐步进行调整。

3、执行重点——商业管理。

**第五篇：项目奠基仪式策划案**

旭辉缇香郡

开工奠基仪式策划方案

一、活动背景

(略)

二、活动目的１、烘托现场氛围，传达开工信息。

２、借奠基仪式，通过政府的支持扩大知名度及美誉度。

３、促进项目整体进程，为后期运作打下更坚实的基础。

三、活动内容

１、时间：2024年4月15日

２、地点：项目部

３、主题：旭辉缇香郡开工奠基仪式

４、嘉宾：市政府领导、旭辉缇香郡相关领导、媒体人员、施工单位代表。５、人数：200人左右

特别活动：

（特别活动一）迎宾军乐队及威风锣鼓队：

军乐队大气，庄重。故此次开工仪式采用军乐队作为迎宾开场。

开工仪式前半小时嘉宾入场时在工地门口迎宾奏迎宾曲，现场主持宣布领导上台时在演奏区奏礼曲。威风锣鼓队外出巡回演出1小时，以提高宣传力度。

（特别活动二）南狮表演

仪式过程中穿插南狮采青表演，嘉宾为南狮点睛，营造奠基现场的热烈气氛，也

为旭辉缇香郡讨彩。

四、现场布置

1、现场舞台：

舞台整体、从进大门一直到舞台下方及开工区周围均铺以红地毯，特邀嘉宾席位在舞台上的演讲台后面依次排开，整个布局左右对称，大气磅礴，稳重典雅。演讲台用仿真花点缀，舞台两边及前方用植物盆景装饰，上方搭建一个雨篷，两边并排各放两座双龙拱门及二十个空飘气球．旁侧设置音响设备，下方台阶右侧放置2台礼炮。

2、放飞区：

预先准备数千个小气球安放在舞台后方，待宣布动工后一起放飞。

3、奠基区

设置在舞台的正前方，各奠基道具摆放到位。

4、嘉宾区

舞台正对方向设置为嘉宾区，上方搭建一个拱门帐篷，地面铺盖红地毯,设置200个坐凳，前2排为重要人员席位，为市领导席位．

5、军乐演奏区

接近入口的地方与嘉宾区保持一定距离隔开

6、威风锣鼓队区

嘉宾区右侧，与军乐队相对称。

7、入口区

设置在工地入口处，并设置签到道具及帐篷。入口两旁排置花蓝．

（注：上述晴天可取消雨篷及帐篷）

现场示意图：

仪式流程：

08:00所有工作人员到位

08:00--09:00 所有现场物品布置完成09:50--10:00 礼仪小姐引导领导入席

10:00主持人宣布仪式开始

1、介绍领导嘉宾

2、市领导讲话

3、校领导致辞

4、施工单位领导发言

5、舞狮表演，主持人邀请领导为南狮点睛

6、剪彩、奠基由礼仪小姐引领市领导、集团领导为旭辉缇香郡奠基仪式剪彩

及奠基培土，鸣炮奏乐、释放庆典礼炮，放飞氢气球，仪式气氛达到高潮。

11:00奠基仪式结束

主持人介绍

湖南经广电台主持曾丹

备选:(湖南经视梅冬)

部分物品图片

皇家礼炮舞狮

军乐队威风锣鼓队

放飞小气球礼仪小姐

五、所需物品及费用预算(略)

2024.4.8

盛今广告礼仪

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