# 校园产品营销策划书(四篇)

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-08-09

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。校园产品营销策划书篇一美即队...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**校园产品营销策划书篇一**

美即队队长高远，队员陈文杰、陈天海现就读于清远职业技术学院。清远职业技术学院在高校团购网的支持下，举行“营销之星”比赛，对高校团购网的美即面膜在淸职院内销售。本方案就是美即队为美即面膜在淸职院内销售而写。通过本次方案，可以让高校团购网更加清楚的了解本团队的销售计划、销售目的以及本团队的销售精神，增加对本团队的信任！也可以让本团队的各成员认清自己的目标以及目前的市场形式，增加对市场的了解，为日后成功实施本方案打下结实的基础。为自己、为公司、为社会实现最大的价值！同时，也让清远职业技术学院的学生能够清楚地了解本产品———美即面膜。

宏观环境分析通过大量调查显示：随着社会经济的不断发展，人们生活水平的不断提高，人们越来越注意对自己的形象保养。化妆品行业发展迅速，一些普通的甚至名牌化妆品进入到平常家庭。面膜也越来越受到更多的人们喜爱，不仅受到女性的喜爱，更多的男性也越来越喜欢敷面膜。基于以上原因，面膜市场也越来越大。清远市属于我国的二线城市，经济不是很发达，所以一些名牌面膜还未进入清远市场，清远市场内的面膜大多数都是一般的牌子。由于我国化妆品行业还不是很规范，所以广大的消费者青睐于外国的化妆品牌，尤其是日韩的化妆品牌。美即面膜属于韩国一般品牌，在清远市场潜力巨大且竞争较小。

微观环境分析清远职业技术学院的学生来自全国十八个省市，学生总体消费在我国高校中属于中等偏上，因为这里来至珠三角的学生占全校学生的三分之一以上。并且通过对该校学生问卷调查显示：53%学生有能力购买化妆品，40%女生经常用化妆品，28%女生有经常用面膜的习惯。并且对美即面膜的价钱能够接受。并且很多学生喜欢日韩的化妆品，并且比例很高。

swot分析

优势-s

劣势-w

1.美即面膜质量有保证，产品系列多，品种较全。

2.价钱大多数人能够接受。

3.国人比较青睐日韩化妆品。

1.知道美即面膜的人群较少。

2.有一小部分学生由于价格原因不能接受美即面膜。

3.在我国的实体店较少，网购较多。

机会-o

so战略

wo战略

1.知道的人少，产品质量好，利于销售。

2.学生对化妆品的需要，尤其是物美价廉美即面膜。

3.清远还没有美即产品，市场空白。

1.美即在清远知道的人少，市场空白，潜力大。

2.价钱适中，适合清远市民的消费。

3.韩国化妆品安全问题很好。

1.加大美即在清远的宣传，通过大量渠道宣传美即。

2.加大美即的科技投入，在保证质量的同时价钱下降。吸收更多消费者。

威胁-t

st战略

wt战略

1.清远原有的面膜品牌，对美即的销售影响很大。

2.我国加大对化妆品的管理，安全问题的减少。

1.美即的品种比原有面膜品种多，质量好，保障好。

2.美即一如既往保证质量，杜绝产品的安全问题。

1.面对品牌宣传，美即将会做最大努力。

2.加大在清远开店的步伐，确立每年在清远开新的专卖店。

1、清远职业技术学院是清远市规模最大的公办高等学府，全校学生有1xx多人，在校学生有8000多人，其中女性学生占据了全校学校的三分之二，拥有那么多学生的清远职业技术学院的消费潜力是巨大的、连续的。大一的女生还不是很会化妆，且只有一少部分有敷面膜的习惯，所以市场前景巨大。大二女生的就好很多了，使用面膜的较多，市场可观。艺术系的女生由于专业需要，市场潜力很大。

2、学校消费地域集中，针对性强，宣传容易深入人心。高校学生作为现代青年，具有一定的消费能力和强烈的消费欲望，如果美即面膜成功进入清远职业技术学院，将会得到巨大经济效益和社会效益。但是，不是说每个家庭对十块钱一张的面膜都是能够接受的，学生的家庭条件也决定了学生的消费。

3、通过对调查问卷的数据表明：清远职业技术学院的女生每人每月大概会购买五张美即面膜，通过学校网站显示学校大概有5000名女生，每个月美即面膜的需求25000张。

1、清远职业技术学院在校学生三分之二为女性学生，据本团队对清远职业技术学院的调查，大一女性学生平均一个月购买一次护肤品，大二女性学生一个月购买一次以上的占据80%以上，男性学生则平均两个月购买一次。

2、根据对清远职业技术学院的市场调查：美即队将主要目标客户确定为女性学生，产品主要为美即面膜中的补水、嫩白、亮白系列，男生则主要为美即面膜中的补水系列。并确定女性学生为主，男性学生为辅的，全面的服务对象。

1、本团队将会围绕增加产品的附加值、销后服务和与顾客为友三大主线对顾客进行产品推销和与顾客进行有效的沟通。

2、本团队将会通过多种方式进行宣传，因为只有把宣传做到深入人心，才能更好的勾起消费者的消费欲望。

a、传单：由我们安排人员于活动筹备阶段在人流量最为密集的第一饭堂门口、商业街以及各报名点发放传单；于活动当天在比赛场地门口发放传单；

b、横幅：活动前后两周我们会将横幅悬挂于人流量密集的一饭、二饭、商业街、教学楼、活动现场显眼位置为美即面膜做宣传；

c、校园广播、清职微博：从活动开始宣传至活动结束，贯穿于活动的每个阶段，我们都会在学校的广播站、清职微博里，实时播出活动最新进展，为美即面膜做多面的广播宣传；

d、展板：摆放在学院人流量最多的第一饭堂门口、教学区位置醒目的地方，如果能找到一个不受其他组织的宣传影响，效果更好。

最后本团队将会在商业街，第一饭堂，第二饭堂、商业街等人流比较多得地方进行销售，采用多种促销方法（买五送一，多买多送。、买一送精美小礼品等）尽快的把产品售出。

美即队

xx.11.11

淸职院化妆品调查问卷

1.您的性别？

a.男b.女

2.您的年级？

a.大一b.大二

3.您一个月的消费情况？

a.500元b.800元c.1000元

4.您每月购买化妆品的消费？

a.50元-100元b.100-200元c.200元以上

5.您对面膜产品的选择？

a.中国 b.欧美c.日韩

6.您购买方式？

a,专卖店b.网购c.地摊

7.您能接受的面膜价钱（元/片）?

a.5元b.10元c.10以上

8.您使用面膜的频率？

a.每天一次b.两天一次c.及以上

感谢您的参与，谢谢您！相信美即面膜终会有一款适合您。

“营销之星”美即队祝您学业有成！

**校园产品营销策划书篇二**

5月盛夏，为了迎接校园“娱乐竞赛”，丰富校园学术氛围，更好地展示我校特色文化，学生会网络部专门为全校开展了“计算机知识竞赛”。除了丰富学生的课外生活，让大家感受到计算机知识的趣味性和魅力，激发大家学习计算机知识的兴趣和热情，让学生对计算机知识有更深的理解。

(感受计算机知识的乐趣，展示计算机知识的魅力)计算机知识竞赛

活动时间:5月15日

地点:16#xxx

活动形式:以班级为单位，开展现场室内竞赛活动，最后根据报名队伍数量确定一、二、三等奖队伍数量(注意:每个班级只能派出一个队伍，每个队伍最多3个)

报名方式:各班自行组队，或者以某种形式在一个班内选择一个队，最后各班委统一将名单发到邮箱:

1、大量计算机知识数据的收集和整理。

2、发布入职通知和海报，做好全部门的前期宣传工作

3、提前邀请活动期间的评委和嘉宾

4、准备活动期间所需的各种用品、道具和奖品

5、活动开始前的场地布置和人员组织

6、活动流程

本次计算机知识竞赛一般分为三个环节，其中竞赛过程占据两个环节，即预赛和决赛(参加预赛的几个队在预赛中选题后进入半决赛)

1、预赛(几个队)

所有队伍到指定部门进行笔试，进入复赛的队伍根据分数确定。进入半决赛的队伍将经过另一轮笔试，从最高分中选出决赛队伍进入决赛。

2、决赛(6支队伍)

〝第一答阶段(6轮)。在这个阶段，主持人宣布话题。主持人示意开始抢答后，各队用手机答题，答对30分，答错20分(注:由于没有抢答装置，活动主办方统一为各队配备同型号手机。在第一次回答之前，手机会放在桌子上。只有当第一次回答开始时，你才能拿起手机拨打某个电话。如果某队在主持人发出开始答题信号前拿起或拨打手机，则视为犯规，扣20分取消其本次答题资格，其他队继续答题。)

〝限时答题阶段(2轮)，各队自行选择题目(第一轮选题，各队按相反顺序进入此阶段；第二轮选题，各队按照进入本阶段的顺序在规定时间内答题。{60秒}

〝爱拼才会赢(这个阶段包含一定的风险，主要是给每个队伍一个机会，用自己的勇气和运气做出最后的挣扎和挣扎)。

题型有三种，分别是×1、2、×1、4、×1、5，即回答正确的话，在总分的基础上分别乘以1、2、1、4、1、5；回答错了分别扣50，80，100分。在这个阶段，每个团队都有选择的机会，可以用也可以不用；每个团队选择题目的顺序与进入这个阶段的顺序相反(这个阶段可以采用实时打分，以保证其他团队充分考虑是否以及如何选择题目)

3、颁奖环节

主持人宣布了各队的最终比分，并宣布了获胜队。嘉宾将向一、二、三等奖获奖团队颁发证书和奖品。活动结束前，请嘉宾对活动进行简短评论

一等奖xx元；二等奖xx元；三等奖xx元；海报、展板xx元；代表队员和工作人员，用水(xx瓶)xx元；打印答题板xx元；马克笔(xx) xx元；证(x)，证(x) x元；——合计xx元八。可预见的困难、问题和细节

1、场馆的整体布局，包括代表、评委和嘉宾的座位安排，应充分考虑场馆条件、面向观众的方法和评分员。

2、为了保证活动的参与性和气氛，应确定足够的领导来控制活动的气氛和节奏，以确保活动期间不会出现尴尬的沉默。

3、确定足够的员工来维持秩序、分发礼物、传递麦克风等。

4、可以预见，在团队回答的中立位置，选手和主持人都会保持安静，观众中可能会出现骚动，主持人要及时维护秩序

5、为了保证活动的正常进行，应保证及时得分和及格分数

**校园产品营销策划书篇三**

萌晨队队长康哲，队员姚蒙蒙，胡艳萍，金光辉，候凤华现就读于郑州财经学院。通过本次方案，可以让更加清楚的表现本团队的销售计划、销售目的以及本团队的销售精神，增加对本团队的信任！也可以让本团队的各成员认清自己的目标以及目前的市场形式，增加对市场的了解，为日后成功实施本方案打下结实的基础。为自己、为公司、为社会实现最大的价值！同时，也让郑州财经学院的学生能够清楚地了解本产品———瑞诗曼面膜

宏观环境分析 通过大量调查显示：随着社会经济的不断发展，人们生活水平的不断提高，人们越来越注意对自己的形象保养。化妆品行业发展迅速，一些普通的甚至名牌化妆品进入到平常家庭。面膜也越来越受到更多的人们喜爱，不仅受到女性的喜爱，更多的男性也越来越喜欢敷面膜。基于以上原因，面膜市场也越来越大。郑州市属于我国的二线城市，经济不是很发达，属于河南省的省会城市，虽然现在各种名牌面膜已经进入郑州市场，但是郑州人口比较集中，高校密集度比较高，郑州在校大学生至少有60多万人，所以，我们的市场还是比较大的，由于我国化妆品行业还不是很规范，所以我们可以大力宣传我们的瑞诗曼面膜，而且还有公司的支持，所以我们的优势比较多。

微观环境分析郑州财经学院的学生来自全国十八个省市，学生总体消费在我国高校中属于中等偏上。并且通过对该校学生问卷调查显示：53%学生有能力购买化妆品，40%女生经常用化妆品，28%女生有经常用面膜的习惯。并且对瑞诗曼面膜的价钱能够接受。并且很多学生喜欢日韩的化妆品，并且比例很高。swot分析

优势-s

劣势-w

1.瑞诗曼面膜质量有保证，

2.价钱大多数人能够接受。

3.瑞诗曼产品为新品上市，在校推广速度快

1.知道瑞诗曼面膜的人群较少。

2.有一小部分学生由于价格原因不能接受瑞诗曼面膜。

3.在我国的实体店较少，网购较多。

机会-o

so战略

wo战略

1.知道的人少，产品质量好，利于销售。

2.学生对化妆品的需要，尤其是物美价廉瑞诗曼面膜。

3.郑州还没有瑞诗曼产品，市场空白。

1.瑞诗曼在郑州知道的人少，市场空白，潜力大。

2.价钱适中，适合郑州市民的消费。

3.瑞诗曼为郑州本地产品

1.加大瑞诗曼在郑州的宣传，通过大量渠道宣传瑞诗曼。

2.加大瑞诗曼的科技投入，在保证质量的同时价钱下降。吸收更多消费者。威胁-t

st战略

wt战略

1.郑州原有的面膜品牌，对瑞诗曼的销售影响很大。

2.我国加大对化妆品的管理，安全问题的减少。

1.瑞诗曼目前只有这一个产品面膜，质量好，保障好。

2.瑞诗曼一如既往保证质量，杜绝产品的安全问题。

1.面对品牌宣传，萌晨将会做最大努力。

2.加大在郑州开店的步伐，确立每年在郑州开新的专卖店。

1、郑州财经学院是郑州市规模最大的民办高等学府，全校学生有12000多人，在校学生有8000多人，其中女性学生占据了全校学校的三分之二，拥有那么多学生的郑州财经学院的消费潜力是巨大的、连续的。大一的女生还不是很会

化妆，且只有一少部分有敷面膜的习惯，所以市场前景巨大。大二女生的就好很多了，使用面膜的较多，市场可观。艺术系的女生由于专业需要，市场潜力很大。

2、学校消费地域集中，针对性强，宣传容易深入人心。高校学生作为现代青年，具有一定的消费能力和强烈的消费欲望，如果瑞诗曼面膜成功进入郑州职业技术学院，将会得到巨大经济效益和社会效益。但是，不是说每个家庭对十块钱一张的面膜都是能够接受的，学生的家庭条件也决定了学生的消费。

3、通过对调查问卷的数据表明：郑州财经学院的女生每人每月大概会购买五张瑞诗曼面膜，通过学校网站显示学校大概有5000名女生，每个月瑞诗曼面膜的需求25000张。

1、郑州财经学院在校学生三分之二为女性学生，据本团队对郑州财经学院的调查，大一女性学生平均一个月购买一次护肤品，大二女性学生一个月购买一次以上的占据80%以上，男性学生则平均两个月购买一次。

2、根据对郑州财经学院的市场调查：萌晨队将主要目标客户确定为女性学生，产品主要为瑞诗曼面膜中的美白补水的蚕丝系列，男生则主要为瑞诗曼面膜中的补水系列。并确定女性学生为主，男性学生为辅的，全面的服务对象。 五、具体的行销策划方案

1、本团队将会围绕增加产品的附加值、销后服务和与顾客为友三大主线对顾客进行产品推销和与顾客进行有效的沟通。

2、本团队将会通过多种方式进行宣传，因为只有把宣传做到深入人心，才能更好的勾起消费者的消费欲望。

a、传单：由我们安排人员于活动筹备阶段在人流量最为密集的第一饭堂门口、商业街以及各报名点发放传单；于活动当天在比赛场地门口发放传单；

b、横幅：活动前后两周我们会将横幅悬挂于人流量密集的一饭、二饭、商业街、教学楼、活动现场显眼位置为瑞诗曼面膜做宣传；

c、校园广播、财经微博：从活动开始宣传至活动结束，贯穿于活动的每个阶段，我们都会在学校的广播站、财经微博里，实时播出活动最新进展，为瑞诗曼面膜做多面的广播宣传；

d、展板：摆放在学院人流量最多的第一饭堂门口、教学区位置醒目的地方，如果能找到一个不受其他组织的宣传影响，效果更好。

最后本团队将会在商业街，第一饭堂，第二饭堂、商业街等人流比较多得地方进行销售，采用多种促销方法（买五送一，多买多送。、买一送精美小礼品等）尽快的把产品售出。

**校园产品营销策划书篇四**

主办：生物科学与工程学院

承办：生物科学与工程学院学生会宣传部

生物科学与工程学院 迎 新 花 卉 展 策 划书

新生入学都是学生从一个熟悉的环境来到一个陌生的环境，为了给新生留下一个积极乐观、充满活力的大学印象，我院将在新生入学之际报道的时候举办迎新花卉展，既可以充实大学生校园活动，又可以让新生体验大学的美好。

迎新生花卉展。

20xx年新生报到时持续一周

新生报到地点

主办单位：生物科学与工程学院

承办单位：生物科学与工程学院宣传部

以“迎新”为主题，展出一些色彩鲜明给人以舒适感的小型花卉产品，品种各个班级定

评奖方式：投票。投票方式：给投票的新生和新生的家长没人一个票纸，选出自己认为好的班级的号码，根据票的多少评出获奖班级。

奖 项：

一等奖：一名 300元

二等奖：一名 200元

三等奖：一名 100元

优秀奖：三名各50元

1、20xx年6月份给各班班长开会，内容是花卉展的意义，及给各班一定的经费，买种子或者买花。每班出30盆花。

2、20xx年8月28日检查各班花的情况

3、制作宣传海报两张，贴于15#6楼，和1楼大厅

4、条幅制作，挂于15#楼前

5、新生报到的早晨7:00，学生会各部门派出干事，搬30张大桌子和30张单人桌于新生报到点，并且摆好。

6、当天8:00，各班级将本班级的30盆花搬到新生报到处，并且在本班级的区域将花摆放整齐。

7、由宣传部人员值班，查看选票情况。

8、晚上由人员看管花卉，付劳务费。

海报 2张40元

条幅 2条180元

每个班级经费 100元|每班 \*20个班级 = 20xx元

奖金：750元

水 2件50元

劳务费 +餐费 1000元

总计3320元

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