

最新新产品营销策划书四篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/166472.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？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。

新产品营销策划书篇一

xx全名是xx科技有限公司，是一家民营企业，在20xx年成立，本公司主要生产和销售各类电子产品。我们在针对不同人群做了相关的调查，主要调查人群为大学生，对实际情况有一定的了解。通过这三四个月对市场的调查和研究，了解了电子产品市场，并于x月xx日完成了本公司的营销方案。

该方案可以帮助公司了解现在的电子产品市场，也可以指导我们开发该市场的实际营销工作。

(一)用户分析

1、目标市场

通过市场调查问卷，随机抽查结果显示，我们的产品消费人群大多是追求时尚、处在时尚前沿的人群，主要以学生为主的时尚青年。另外一些中老年人和青少年也会成为我们的客户。

学生为主的青年购买我们的产品，主要是手机和电脑，是为追逐时尚和功用，消费水平能力不是很高，一般在xx~xx元左右。中老年人也主要是手机和电脑，比较注重实用和质量，虽有购买能力，可是却不会轻易购买，但可从亲情上，以礼品的方式打入市场。青少年主要是学习机、手机、电脑等，几乎没购买能力，由家长代消费。

2、消费偏好

在市场调查中发现：消费者普遍容易接受中低档产品。喜欢进口的品牌产品和质量好的国产产品。消费者希望产品个性化，希望有专门量身定做的电子产品。我们会针对不同消费者的喜好生产不同产品。

3、购买模式

在市场调查中发现：大众使用电子产品的价位在xx—xx元。通常在专卖店或大卖场购买。最注重

的是电子产品的功能、品牌和款式，提供客户所需要的产品这就是我们企业的优势。

4、信息渠道

在市场调查中发现：消费者了解一款新上市的电子产品主要是电视、网络、宣传单和同学朋友之间的相互交流，宣传单的效果较差，消费者普遍喜欢同学朋友之间相互交流。电视与网络能够加大我们电子产品在消费者之间的知名度。消费者接触最多的媒体是电视台以及报纸杂志等，他们最信任的媒体是中央电视台。

(二)竞争情况分析

目前在市场国外的品牌有：xx等。国内的品牌有：xx等。

这些电子产品中市场上比较受欢迎的国外品牌有：xx等，比较受欢迎的国内品牌有：xx等。在手机方面，这些比较受欢迎的国内品牌只是和国内其他品牌相比要受欢迎一点。实际上这些受欢迎的国内品牌远比不上国外那些品牌。市场上的主流品牌基本上是国外的品牌，分别是x。而且，这些品牌的电子产品在大多数连锁店都有。

swot分析：

优势：特色服务。我们的电子产品功能齐全且价格底，质量高，这很符合消费群体的要求。并且在我们这里购买的电子产品还有附加产品保修期，并且还有一些特别的电子产品保养，如：电子产品贴膜，电子产品美容。

缺点：知名度底，担心售后问题的处理。

机会：电子产品市场日益饱和，但客户的需求呈现多样，消费者以电子产品购买的体验，功能方面的需求为主。电子产品的多样用途改变了人们的生活方式，给人们的生活沟通带来了极大的方便。人们有时往往喜欢怀旧，复古的款式可以成为时尚的潮流。但是，各大连锁企业根据市场竞争情况分析，都是转向电子产品的服务，这是最基本的，但是在电子产品增值方面的服务尚未涉足。竞争企业把电子产品品牌(包括国外知名品牌、国内电子产品品牌)低价、功能多等集中于一身。却没有了解客户真正所需要的，这为那些享有增值业务的企业带来竞争的机会。

威胁：就目前市场情况而言，大品牌的电子产品企业占有相当大的市场，所以我们面对的压力还是相当大的。根据市场潜力，市场消费水平分析，我们的消费群体毕竟是有限的，所以我们必须以一定的独特的服务方式来打动更多的潜在客户。

根据市场调查的结果，我们公司在打入市场前期，应达到的销售额多由主要消费群体决定的。抢占市场份额，提高企业的知名度。

在前期内根据市场上电子产品数量和我们入市以后所要进行的促销和宣传，我们的市场占有率要提升x%左右。随着品牌的推广和大众的认可，我相信市场占有率将会达到一个新的高度。

(一)销售渠道

1、根据对一些城市市场的调查，研究了解后，发现电子产品专营店和家电连锁(如国美、苏宁等

)这两种销售模式在消费者中占大多数，所以我们可以以以上两种渠道为主要模式。

2、渠道开发

(1)在电子产品专营店设立我们的展柜，有专人销售，穿我们提供的统一制服，负责专业培训，实行提成制。

铺货：因为像此类卖场多集中在市中心地带，所以可以以相同数量进行铺货，我们的店面可根据情况增减铺货。

(2)与连锁企业的建立合作的铺货方式：和电子产品大卖场联系并立自己的专人专柜，由我们的销售代表销售，促销人员的拿取提成。

铺货：在所有卖场实现铺货。

(二)促销策略

在导入期，可以根据消费者喜好，用以下方法来宣传：

- 1、路牌广告，传单的发送。
- 2、在电视广告。
- 3、报纸。
- 4、网络。
- 5、大小型的活动宣传和销售，可以发放赠品。

(三)产品策略(售后服务)

产品品牌要形成一定的知名度、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须建立优质的售后服务。同时提供高质量、高科技的产品。

(四)价格策略

实行折扣优惠，赠送赠品，多买多赠等优惠活动，返利顾客，让顾客感觉得到实惠。

- 1、根据实际情况的改变进行相关的促销方式的改变。
- 2、根据市场动态与实际碰到的因素随机应变。
- 3、根据市场反映的信息做出相应的改变。

新产品营销策划书篇二

大学生是方便面的重要消费群体。就我们学校而言，学校我们食堂条件单一，学生的活动范围基本都是在校园里，所以吃饭时间集中。同学们在厌倦了食堂那永远不变口味的食物和挤食堂抢饭的烦恼时自然会选择实惠方便的方便面。

(一)优势

1、质量：

由xx企业集团生产的xx经典面系列，酱拌面系列以及高汤面等系列方便面，是由xx集团研发多年的精致面粉和酱料配方精心制作而成。其产品符合食品卫生法规，并兼顾环境生态保护与经济效益理念，而研发的合乎自然、健康、营养及安全卫生等功能性诉求之产品。

2、特点：

xx方便面是一种方便，快捷，健康，安全的速食食品。在时间就是效率的今天，xx方便面是现代男女的选择，并且xx方便面的创意吃法，对于追求时尚，讲究个性的年轻人也具有很强的吸引力。

3、品牌：

目前xx大陆市场上已形成xx，xx三足鼎立的局面，xx与其两者的竞争大战已经白热化。并且一些地方性的方便面品牌也要与之共分一杯羹。但是xx的企业经营，把从量的竞争提升为质的竞争，将公司的内在文化延伸到外在产品。以爱心和关怀来建构与现代人密不可分的食品王国，使xx成为一首永为大家喜爱的食品交响乐。在食品制造领域，xx坚持商品研发、生产、管理与营销的优势组合，并且强化以消费者认同为导向的品牌创新与维护，做出中国人的味道，把好的东西贡献给十几亿同胞享受，打造中国的食品集团，使xx品牌深入人心，更易于xx方便面通过广告促销活动在大众心目中树立方便面第一品牌形象。

4、同类产品比较：

xx方便面可以在众多方便面品牌中脱颖而出，不仅仅是因为品质好、服务好、信用好、价格公道，而且xx方便面中的“尊重生命，彼此关怀，亲近自然，乐观进取”的精神是其他品牌方便面所没有的。

(二)劣势

方便面市场调查报告显示目前价格在人民币x元以下的方便面仍占据市场xx%的份额。而xx袋装面市场的平均价格在xx元之间，属于中高档产品。价格偏高，忽略了目标市场消费者的购买能力。

(三)机会

营养健康型的方便面符合追求“绿色时尚”的现代人的观念。

(四)威胁

xx等品牌的冲击，竞争十分激烈。

通过本方案的实施，以及学校各方媒介的轰炸式立体传播，迅速扩大品牌知名度，使xx方便面在无锡高等职业院校基本达到人尽皆知。树立“吃出创意，吃出新花样”的统一消费理念，达到使xx广告深入人心，广告词成为年轻人时尚口头禅的目的。使该产品随着广告宣传力度的提高而提高销售量。

1、调查目的

了解目标市场中xx方便面的销售量，及竞争对手，以便更好的提高xx方便面在市场中的销量和知名度。

2、调查对象

xx等职业院校在校同学和超市老板。

3、调查结果

在超市的销量调查中显示，其中在销量上超过xx的有xx公司生产的xx公司的xx。然而我们预计的我们的竞争对手“康师傅”则与我们的销量不差相下，在价格上也保持着平衡，而白象和华龙则在价格上相对来说较为便宜些。

4、市场分析

就方便面的整个目标市场调查结果来看，把方便面当作正餐的占三成，而半数以上当作夜宵。从而学生市场在方便面的总的市场里占相当的分额，而高校市场在学生市场里所占的比重更是相当大，故我们在高校市场是有很大的空间可为的。就我们学校而言，学校里有学生近两万人，每七个人一个宿舍，有xx——xx个宿舍，假如每个宿舍只有一个人吃方便面，保守估计，每天就有xx——xx包方便面的销量。也许有的宿舍没有人吃方便面，但有的宿舍一吃就是x个人吃，甚至更多，平均下来，应该在这个销量左右。具体的分析学生的消费，男生吃方便面主要是泡食或者煮食，故大部分吃的是一元左右的产品，即方便面的中低档类，相应的这类方便面的利润空间相对较大，至于中高档面，由于主要消费对象是女生，市场也很有潜力。

新产品营销策划书篇三

xx开办以来一向都是以函件业务作为“当家花旦”，xx业务同时是国家重要的社会公用事业，xx网络也是国家重要的通信基础设施。

而xx贺卡业务是推动函件业务发展的主要亮点。根据xx市xx局的统一部署和战略要求，为实现xx贺卡销售目标，现针对xx公安局xx贺卡营销提出如下方案：

了解产品、提出亮点、吸引客户、主动出击、推销宣传、确保任务。

计划目标：销售xx贺卡xx份

(一)了解xx贺卡含义的理解

每一份贺卡它的诞生就如同一个新生儿，它每一句话、每一个字都有十分深刻的含义，我们要相信“世界上没有卖不出的货，仅有卖不出的货的人”，可是如果我们不了解自我的产品，那么我们要如何推销。

(二)提出亮点，吸引客户

在我们充分的了解xx贺卡的含义后，这时我们就应当根据它的含义，提出亮点来吸引客户，现如今人们大多使用电脑贺卡，可是电脑贺卡存在很多缺点，也不能够充分展现祝福人的心意，独立在电脑上制作贺卡，也不是一个简单的程序，很多人都不具备这种技术。而xx贺卡的特点在此就体现出来了，它不仅仅是一张卡片、一张纸，而是一份能够充分体现祝福人心意的传递者，而我们此类贺卡主要是针对森林安全的宣传贺卡，这就不仅仅能够表达心意，更能够展现对对方的生命安全的关注，同时又能够以一种独特的方式宣传森林安全。而对于有收藏喜好的顾客来说，这套独特的森林安全宣传贺卡，更加是别具特色。

(三)了解客户，主动出击

我们的最终目标客户是xx市全体人民，目的是向人民宣传森林安全知识，那么我们就应当充分了解人民的想法，其实人民的想法十分简单就是：合家平安，我们能够抓住这个重点，结合我们此类森林安全宣传贺卡的特色，不仅仅能够到达宣传森林安全的力度，同时还能够提高大家森林安全人人有责的意识，人人关注森林安全，那么就能够确保合家平安。

(四)推销宣传、确保任务

由于我们的xx贺卡最大的缺点是静物，不能跳出来告诉大家，它诞生了，它在那里。为此我们在宣传上头需要加大力度，我们能够经过对外板报等方式向大家宣传，它的存在，它的价值，强化它的亮点特色，让它的价值深入到顾客的心中，吸引顾客主动购买。

新产品营销策划书篇四

- 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。

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。

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。

调查地点：xx区域。

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。

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xx生态矿泉水。

1.上市时间：xx。

2.上市区域：以xx为中心，向周边地区扩展。

1.将部分优势终端建成，进一步提高xx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。

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。

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。

对xx生态矿泉水推广工作大体安排内容如下表所示。

xx生态矿泉水推广工作时间安排：

xx月x日～xx月xx日 进行充分准备和市场调研。

xx月xx日～xx月xx日 选择当地报纸、杂志、网站进行宣传。

xx月xxx日～xx月xx日 向部分人群赠送产品并作适当报道。

xx月xx日～xx月xx日 针对终端开展促销活动。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发