

最新产品推广策划书四篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/196412.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。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。

产品推广策划书篇一

新产品推广上市前要做市场调查，市场调查有利于我们公司了解市场状况，发现和利用市场机会。

竞争分析：手机市场品牌日益丰富，尤其是多个品牌的国产手机也已经进入智能性开发的行列，因此手机市场被瓜分的现象很严重。虽然名牌所占的市场份额较大，但是从一些国产的手机上市之后的反响来看，消费者对于手机行业的名牌意识并不是很强烈，只要是功能完善价格合理，都会受到市场的欢迎。因此，手机市场的竞争主要决定于谁能够迎合顾客的心理，能够不断地根据市场发展和不同的时间地点推出深入人心的新产品，就可以吸引消费者的目光，刺激他们的购买欲望，再配以强大的推广策略，必将促成新机上市之后的购买热潮。

我们公司还可采用以直接的面谈询问为主、以间接的市场问卷调查为辅的方法来调查市场。

面谈询问可利用手机的特性功能大做文章，近年来我国手机产品的种种质量问题频频曝光，人们对有质量保证产品的需求不断上升，手机本身作为大众化消费的产品，其质量就是不容置疑的好。

采用问卷调查时，应注意吸引潜在消费者对与本公司产品的好奇和兴趣，进而激发其购买欲望。

虽然我们公司的产品是大众化都需求的手机产品，但还是要进行明确的产品定位，要努力打造一种差异化。

差异化的作用不仅是要让消费者认同本公司的手机与一般手机的差别，还要让消费者认为本公司的产品是与其他手机产品有巨大差别的。

只有在消费者心中树立一个独一无二的形象，才能使消费者一想到手机，就能马上想到本公司与本公司的手机产品。

我们公司目前在整个手机市场的市场占有率一般，那就应尽量避免与市场份额高的对手发生直接

冲突，脚踏实地去平稳前进。当年xx发展的第一个口号就是“做xx第二乳业”，发展到今天，终于在行业内与伊利平分秋色。首先面对现代青少年市场(大学生、高中生、初中生、社会青年)，以后再慢慢扩展市场。

以xx手机为例，其价格定位应在一般手机价之上，但也不能过高。高价固然能够吸引高端消费者，但毕竟很少，大部分高端消费者还是热衷于消费中等价位之类的机型。在新产品上市的第一天或第一个星期乃至第一个月，其价格可定为与一般手机价相同甚至低于一般手机价以吸引更多潜在消费者。在促销期结束后，以本产品手机的价格特供给的高性价比恢复预期定价。

世界著名品牌都有其品牌故事，我们公司既以本公司机型特供为品牌，就要由一个带本机型色彩的品牌故事，最好是著名人物与手机的故事。品牌故事的目的是使消费者以及潜在消费者感受到贵公司是有历史、有文化、有内涵的公司，无形中地在消费者心中塑造了一个良好的公司形象。

若选择在假期发布，自然将学生和年轻人定为目标客户群。因此新机的定位要围绕这样的群体消费特点和喜好来制定，以迎合他们的心理达到闪亮登场、促进销售的目的。

(1)、外形：美观、时尚，最好用绚丽的颜色搭配，达到吸引眼球的目的。

(2)、功能：根据年轻人的喜好和习惯定义功能，例如游戏功能强大，支持模拟器游戏。短信输入方便最好支持手写。带有音乐播放器和视频播放器，并且支持普通格式的音乐和视频文件等。而一些商务用手机的功能，例如收发电子邮件等则可以不必考虑。这样新机的研发成本并不高，从而能在价格上占据优势。

1、前期宣传：

在假期开始前半个月进入校园，打响新机上市的第一枪。在这期间主要是将新机的信息灌输到他们的生活中，形成一个前期的铺垫，让大家都意识到我们品牌即将推出新款手机并且已经打出了广告，这样的意识产生后，当他们考虑到购买手机后自然会想到我们的品牌。主要的活动形式有：

(1)、赞助大学的学生活动，通过深入人心的活动拉近品牌与学生的距离，在其中发布新款手机的信息，让他们有先入为主的概念。例如在一场晚会的中间由商家代表表达一下对学子的祝福，同时发表“为帮助大家用上时尚但是价格低廉的手机，我们特开发出某某型号新款手机欢迎大家关注这一型号”。或者在校园中通过横幅等形式发布新款手机的型号和其他信息。当然，考虑到学校的考试安排等因素，这一活动要提前开始进行。

(2)、进入中学市场，考虑到中学的活动规模不宜太大，因此在学校周边的商场或者可以发布广告的地方尽可能多的发布信息，从而在周边造成声势浩大的宣传，在学生的活动范围内产生影响力，造成视觉冲击。

2、商场活动：

(1)、促销：根据成本制定出可行的促销策略。例如：学生凭借大学录取通知书购买本机可以享受一定的折扣。中学生凭借学生证可以享受一定的折扣。其他年轻人不享受折扣价格，但是可以获取免费赠送的礼品，可以是印有本品牌标志的手机挂饰、手机套等，或者是与本公司合作的其他品牌的电子产品如读卡器等。

(2)、游戏：选择手机中的。

3、商场外活动：

(1)、论坛。

(2)、联合营销，赞助体育赛事。

4、促销往往要让利于消费者，本公司不应过于在意短期成本，而应考虑到长期收益，促销既有利于提高产品知名度，又有利于增加销量。

(1)优惠券：消费者每消费到一定程度，就送一定的优惠券以刺激产品销量的增长。

(2)赠送免费商品：公司可规定消费者每购买一部手机，可附送手机配件等。

赠品以吸引、培养更多消费者。

(3)打折：这种方法宜在节假日或店庆之类的时候采用，不应采取过多的打折活动，以免给消费者造成公司产品质量不好，卖不出去，积压过多才频频打折的不良印象。比如在五一、十一、元旦的日子打折，就不仅仅是纯粹的商业行为，还可让消费者对公司肃然起敬，产生好感，进而培养更多的忠实消费者。

(4)广告、网络：考虑到本公司目前规模不是很大，而广告成本太大。我们公司应避开电视、门户网站、报纸等成本高的广告投放平台，我们公司可自建网站，在网站里展示本公司主要产品，既有利于降低广告成本，又有利于吸引更多客户。

个人网站策划书范文最新版2022

募捐活动策划书模板最新版

新产品营销策划书范文精选4篇

公司成立策划书方案最新版本

产品推广策划书篇二

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。

xx公司是xx著名的生产、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xx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，最大限度地保证销售量。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——列车电视传媒，它能给您带来惊喜地效果。

1、竞争对手分析：目前xx的肉食品市场竞争较为激烈，xx等品牌在xx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，xx面临着巨大的考验。

xx，拥有较长的生产历史，建立了庞大的销售网络，已建xx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。xx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。

xx，集收购、加工、销售于一体，总资产x亿多元，先后获得多项荣誉，在全国肉类行业x强企业中排名第十五名，是xx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。

xx，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xx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xx活动。

xx，20xx年被x市农产品股份有限公司的控股，资金实力大增强。同时xx牌生肉制品是xx市唯一注册的“放心肉”品牌。在xx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，xx等产品在xx市场云集，既说明了xx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xx，激烈的市场竞争告诉xx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xx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

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，xxx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广泛的信息传播平台，通过全新的传播体验，刺激消费者的消费欲望，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。xx目前的目标市场主要是xx及附近地区，但随着企业的发展和形势的变化，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xx和xx的特殊关系，以及xxx的gdp总量较大，我们首选的目标市场应该是山东市场，在xx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xx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，广告的投资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。

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。xx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“xx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，首先要具备最大众化的特征，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。

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、列车超市。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xx万人次客流，我们所运营的线路，覆盖了沿海开放地区约三亿人口，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xx食品做成美味套餐的广告，并且设定广告语xx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。

另一方面，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，在火车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xx秒和x秒的电视广告，xx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。x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。

产品推广策划书篇三

xx有限公司创立于20xx年x月份，本公司主营鱼鳞胶原蛋白肽，另外经营其衍生产品——化妆品和保健品等。作为一个市场新进入者，市场对本企业的认知度几乎为零，对本公司的产品更是一无所知。现在我公司准备采取一系列新颖而有震撼力的公关策划对本公司的一款化妆品进行推广，同时达到提高本公司知名度的效果。

在我们的策划开始之前，我们进行了一定的市场调研。当前整个宏观经济环境是全球处于金融危机的阴霾下，各国经济陷入困境，企业的生存面临严峻挑战，整个消费形式不容乐观，首先我们公司必须承认这一点。但我们有对我们这款产品充满了信心，我们调查了解到，我们的目标客户群是一个思想积极、消费观念超前、个性张扬的群体，他们大多是大学生、刚入社会的求职者、职位变更者，但由于当前的教育状况和经济环境使他们面临严峻的就业形势。我们认为这是一个极好的契机，xx有限公司刚成立，我们可以开展一个关于本公司这款化妆品的推广策划竞赛，这样不仅激起我们目标客户群的兴趣，还可以引起各高校的重视和社会媒体的关注。

第一，公关目标：

(1)长期目标：在xx乃至全国各地打开和打响本公司和本产品的知名度，通过举办产品推广策划竞赛树立良好的企业形象和产品形象，宣扬本公司企业文化和品牌形象，并通过本次活动为公司选拔优秀的人才。

(2)短期目标：通过本次活动，促进本产品的销售。

第二，整个公关目标的实现由三大部分活动完成：

(1)前期宣传，争取各高校和媒介的支持。

(2)活动本身，xx化妆品产品推广策划竞赛。

(3)后期善后工作。

(一)活动主题——我青春，我自信

本次活动我们将本次活动的主题定为“我青春，我自信”，一切活动将围绕这个中心展开。首先，我们将活动参与的主体定为我们的目标客户——xx岁至xx岁青年人，他们的特点是，青春而富有个性，自信是他们的特色，这与我们的产品理念很好的契合。其次，在活动宣传方面，不论是网络宣传、报纸宣传，还是海报宣传，我们都将赋予其青春自信的色彩，包括营造现场主题气氛所使用的装饰物，如答辩现场色调、音乐、音响等。再次，在活动的最后，我们将由获胜者自己负责实施自己的策划方案为我们公司策划本次产品推广活动，我们公司肯定了他们的青春，给他们创造自信的环境和条件。

(二)活动标语：您想证明您有多强吗?您想一展个人风采吗?来!来!来!我们的青春，我们挥洒。我们的未来，我们来书写!舞动青春，你我有足够的自信!

(一)前期活动

为了使本次公关活动顺利进行，我们必须取得xx各高校和媒介的支持。我们将与xx各高校进行沟通，说明本次活动的目的，取得各高校的支持，与各高校联合举办本次策划大赛，让各高校积极

组织高校学生参与本次策划竞赛。为了能让已经步入社会的青年参与本次活动，我们将利用网络媒介，在本公司网站、高校网站、其他网络信息发布平台发布策划竞赛的相关事宜，介绍本产品的一些状况，并公布比赛的截止时间、比赛优胜者的奖励等(注：比赛优胜者将获得本公司和各高校联合颁发的奖状，并且xx有限公司将给有意者提供工作岗位，给在校学生提供兼职学习机会，并且我们将采纳优秀者的策划作品，由策划者本人来负责本公司的产品推广的公关活动，为他们提供锻炼的机会)。另外，我们将联系好xx各高校，做好作品评选工作的准备。

(二)前期宣传

为了提高本次活动的涉及面和影响深度，提高我们的目标受群对本公司及本产品的认识和理解，我们将为此大造声势。首先，我们选择亲民度最高的湖北楚天都市报，与其联手，开展本次活动，我们将在晚报的头版大力宣传本次活动，历时xx天，相信这一举动必然会引起其他媒体杂志的关注，在社会引起重大反响。其次，我们将制作xx张大海报分别张贴在xx各种公共场所。再次，我们将在网络上积极宣传本次策划活动，引导网民情绪，激起大家对本活动的支持。

(三)活动部分

由于本次活动采取网上和网下相结合的方式，我们采取了灵活的处理方法，网上参与者，直接将自己的策划作品发送到我们指定的邮箱去(注：此邮箱为xx有限公司和xx各高校的评委老师共有，以便评阅各策划方案)，如果不便可以不参加最后的答辩环节，作品将由评委直接评级。网下的参与者同样将作品发送到指定的邮箱，再接受初评后，通过者参加最后的答辩环节，答辩场所确定在xx大学学术报告厅内。

在收到参与者的策划书后，我们公司与xx各高校的评委老师将对其进行初评，并及时通知入围的作品的参与者做好准备参加答辩环节。我们将把相关信息发送到参与者留下的邮箱里，并另外用电话进行通知。

答辩赛现场我们将邀请各高校的一些资深教授，另外，邀请xx省教育厅的相关领导和合作报刊xx的领导xx作为本次活动的嘉宾，提高本次活动的层次，且起到增加活动轰动性的效果。

活动具体流程：答辩开始—— 入围者作品展示并接受专家的提问—— 评委打分—— 宣布获奖名单—— 颁奖—— 举办方致辞，评委专家致辞，嘉宾代表致辞—— 活动结束。

(四)后期工作

在评选活动结束后，本公司将把获奖者的名单公布在楚天都市报的相关版面上，并兑现活动开始前给广大参与者的承诺，吸收参与者中的优秀者进入本公司工作或兼职实习，并可利用此次机会与各高校建立定向人才输送与培养计划，将xx有限公司作为高校实习的基地。公司将致电给参与者学校和相关单位交流本次活动的经验和教训。并邀请各高校组织学生来本公司进行参观学习。

活动结束后，公司将组织参与策划的高校学生在各高校进行本化妆产品的促销活动和产品展示活动。

宣传海报：xx元。

答辩场地租借费：xx元。

人员费用：xx元。

道具和会场布置费用：xx元。

网络和报纸宣传费用：xx元。

奖品：xx元。

费用合计：xx元。

该方案的目标公众主要是年龄在xx至xx岁的青年，他们年青而富有活力，他们的思想时尚而前卫，他们渴望自我的表现和能力的展示，但现实的生活又给了他们无限的压力和限制，特别是当前的金融危机下，使他们面临各种困惑。我们需要为他们创造一个放松的环境，给他们一个自我展示的舞台。我们开展的这次产品推广的公关策划大赛必将激起他们的浓厚兴趣，必将能实现本公司预期的目标。本公司将根据本次活动产生的效果在后期将举行一系列后续活动!

产品推广策划书篇四

改革开放以来，随着经济的发展变化，使得人们的生活水平和生活质量不断提升，市场出现了供求关系的改变，产品出现了供过于求的现状，各地饭店、餐馆的不断的增多，顾客成了市场的主动者，对餐厅、对菜具备了选择权。消费者的消费观念也从能买到菜品开始，渐渐走过以价为主到质量为主再到服务为主的消费阶段。如今的一般用餐已经远远不能满足于现代人的需求，所以要不断追求更高质量，更方便，更有代表性的用餐方式。

1.优势

选择面大，自由度高，不受价格约束。

品种多、选择余地大。口味多，满足多个消费者偏好及禁忌。自由、轻松随意。菜式多，健康、节约、环保。

2.劣势

取食的卫生隐患，个人的浪费行为或者产生饮食过量。

3.外部机遇

近年来餐饮行业的迅速发展，并其发展潜力巨大。

人们消费需求的变化有利于自助餐市场的发展。

家庭规模小型化做饭成本高。

现在的中国逐渐进入了老龄化社会。

个人饮食需求的差异化(饮食习惯、生活方式、环保、工作压力)。

饮食卫生、节约观念不断增强。

4.外部威胁

饮食行业的食品的替代品越来越多(中式，西餐，风味小吃等等)。

特色难于形成(餐饮特色竞争强)。

市场的信息风险(固定的价格和菜品品种与消费人数、食量之间不对称)。

对自助餐观念理解的误区。

1.新产品描述：

营养，健康，具有独特风味，形状小巧精致。

2.核心利益分析：

我们的优势是自助餐形式，固定的价钱无限的食物供应，而那些专营店的则是固定的价钱有限的食物供应。利用新产品的顾客带动整体的营业利润。

3.新品上市进度规划：

利用试销的方式对新产品进行不断的改进，各区域的上市时间统一。首先选择具有代表性的一个区域利用两个星期来试销新品，根据消费者的不同意见与建议对新品进行改进，力争新品上市能得到广大消费者的接受与青睐。试销两个星期之后就在各个区域的总分店统一上市。上市改进后的新产品。

4.铺货进度规划：

选择具有代表性的区域，再选择该区域里的总店铺进行一个星期的试销，之后再普及该区域所有的分店。两个星期后再在各个区域的总店上市。一个月后力争在各个区域的所有分店进行普及上市。

1.试吃促销：于分店门口摆放新菜式，吸引顾客试吃，满意的话就可以进去餐厅消费，不满意的话收集顾客信息，为下次推出更多不同口味满足更多消费者做调查。

2.联合促销：与美创意公司一起开展优惠活动，以美创意公司为主，开展活动。

1、通过电视广告，杂志，报纸等媒体发出宣传。

2、以传单形式告知公众。

3、以邮件形式发出，告知更多人。

1、电视广告，杂志，报纸等媒体打算出x万宣传费用。

- 2、传单方面打算x万份传单，分派各个地区，发放传单人手以及传单费用共约xx块。
- 3、邮件方面打算发出x万份邮件，购买xx块钱的群发邮件工具。

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