

如何撰写营销推广方案 PDF转换可能丢失图片或格式，建议  
阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/64/2021\\_2022\\_\\_E5\\_A6\\_82\\_E4\\_BD\\_95\\_E6\\_92\\_B0\\_E5\\_c40\\_64435.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E5_A6_82_E4_BD_95_E6_92_B0_E5_c40_64435.htm)（一）营销推广方案的基本含义

营销推广方案是企业根据市场变化，结合企业经营目标推销产品或服务的营销推广计划。营销推广方案必须具有真实性和可操作性。（二）营销推广方案写作要点营销推广方案的写作通常要注意以下几个方面：1 要注意对消费群体的分析；2 要注意对营销策略的分析；3 操作过程要详细具体；4 对各个营销网点的营销计划要具体；5 各种促销活动也要具体；6 其他方面。（三）格式范例 公司市场推广方案一

一、消费群分析（一）目标消费群构成1.有一定经济收入者，购车的目的是改善交通条件，方便工作。2.城镇与乡村的公务人员，如行政、税务、公安、邮政人员，一般由单位或共同出资购买，其目的是方便工作。3.从事贸易、贩运的个体户，购车的目的是节约时间，方便运输，提高工作效率。4.追求时尚的青年男女，购车的目的是享受生活，方便工作。

（二）农村市场消费群心理分析1.有明显的从众心理和趋同性，听熟人介绍或看他人购买。2.购买前是理性的，但由于受自身经济收入及对摩托车的知识了解程度的限制，在购买过程中容易因营业员的介绍而被诱导，所以又是感性的。3.影响产品购买因素的排序依次是价格、款式、质量、品牌、服务。4.选购时，喜欢找已有摩托车的用户或者懂摩托车、汽车维修的技术人员联同挑选。（三）对摩托车的需求特征  
价位及排量：跨骑式：3000! 4000元，90! 100CC四冲程；5000! 6000元，125CC四冲程。坐骑式：2000! 4000元，50! 60CC小踏

板；3500! 5000元，90! 100CC大踏板。2.性能：结构简单、坚实耐用、操作简单、外观华丽。（四）问题点1.消费观念、消费习惯很难改变。2.信息量少，且分散，信息传播慢。3.密集县镇网点要耗费较大人力、物力和财力。（五）营销状况分析1.优势（机会点）：（1）品牌知名度高，品牌价值31.02亿元，居行业之首。（2）网络全，60个异地业务部，621个专卖店，4500余个销售网点，2800余个服务网点。（3）品种多，100余个品种。2.劣势（问题点）：（1）由于产品结构的原因，以往只重视在重点地区城市市场的宣传推广，品牌并没有深入人心，特别是农村市场知之甚少甚至产生误解。（2）产品价格、政策、分销策略变化太快，网络不稳定，网点虽多，但至少有一半作用很小或不发挥作用（包含专卖店）。（3）产品虽多，但真正的品牌产品并不多，除了个别产品在全国有些影响外，在西北、华北等地某个品牌如今已落得和杂牌车相提并论。二、营销策略（一）营销模式：消费者购买的心理过程，是一个信息获取、理解、比较、判断过程。据调查，目前至少有70%的农村消费者对（品牌名称）不甚了解，（品牌名称）在农村消费者心目中没有一个固定的、鲜明的、良好的形象，所以很难产生联想、记忆。找到一种简单易行、花钱少、见效快的让农民直接获取信息的营销策略，已成为第一个需要解决的重要问题。通过调查了解到，70%以上的农民购车是通过熟人介绍的。由此推论，如果这个熟人是一位有一定声望、较有影响力的人，由这个人进行信息传播，将会对购车者产生极大的影响。初步设定营销传播步骤如下：（品牌名称）产品村长村民（品牌名称）产品。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请

访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)