# 最新策划方案案例 方案策划案例(优秀9篇)

来源：网络 作者：雨雪飘飘 更新时间：2024-06-17

*为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。策划方...*

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**策划方案案例篇一**

先期对全班同学的基本情况进行大致了解，并分别与大家取得联系，征求意见和建议，了解对这次聚会的支持率和参与度，摸清这次同学聚会参加人数和同学心态。

。

在广泛征求多数同学同意的情况下，决定举办这次同学聚会活动，具体活动内容由××、××、××等同学拿出初步意见。

为了保证这次同学聚会圆满完成各项规定动作，成立如下组织：

1、同学聚会筹备组，具体负责活聚会的组织和日程安排工作。

2、会务组:主要负责报到、交通、食宿安排等。

3、财务组：负责制定人均费用预算、收费、费用支出及财务公开等项工作。

4、宣传组：负责现场摄影、通讯录制作、聚会光盘的编制、发放。

5、联络组：负责对同学及班主任老师联系邀请。

本次聚会是毕业十多年后的第一次聚会，希望各组成员能够认真按照分工，认真履行各自的职责，互相之间密切配合，团结协作，确保这次聚会达到增进友谊、提升班级凝聚力、加深了解、促进交流的目的。本活动方案为征求意见稿，欢迎同学们提出修改意见.

八大活动安排:八大活动贯穿始终，纯真情谊母校可鉴！

主题:深情相拥,真情沟通

时间:×月×日报到,在××宾馆汇合,晚间简餐后.

内容:寻一处安静休闲之地(咖啡馆?茶馆?)聊聊天,座座谈,每个人通告一下自己的近况+和当年的死党畅快交心+通告一下几天来活动的`内容+留详细通讯录。

主题:参观学校,追忆往昔

时间:×月×日上午

内容:在校门前集体合影+楼前合影+随意小合影+双人合影+单人照,哈哈，之后进入校园，参观校园，继续拍照；到校外走走曾经走过的实习之地,找找当年的那些关键地点,发发呆，拍拍照,重温十多年前的美好片段。

主题:尝尝十多年前的大餐

时间:×月×日中午

内容:参观行程结束后,在母校附近的餐厅吃简餐,追忆当年偶尔小小的奢侈和热血同学豪气碰杯醉卧校园的难忘经历。

主题:决胜十年之后

时间:×月×日下午

内容:举行例如\"决胜十年后\"大型球类比赛,在母校的操场上举行球类比赛,活动活动筋骨,以及决出胜负.那些在十年前很少赢过的,看看十年前的常胜将军有没有退步到我们可以赢的程度。

主题:新年扑克大赛,赢取丰厚奖品

时间:×月×日上午

内容:扑克比赛,热热闹闹的来一场新年扑克大奖赛,顺便检查一下同学们十年当中,除了工作之外娱乐生活的质量如何?优胜者获得老师及同学签名新年大奖.

（重中之重）

主题:十年聚会狂欢纪念盛宴

时间:×月×日中午

内容:师生欢聚一堂,美酒佳肴,欢歌笑语,祝福声声,把内心汇集的思念畅快来表达!大家频频提议,屡屡碰杯,十年感怀,烈酒加温,将十年聚会的氛围推向最高潮!

1、要提前造造句，准备准备节目；

2、不能喝太醉......

在歌声中踏上返家的路。

不着急回家的晚上再小聚一下下，把那来不及说的掏心窝话好好说说。

2、回家到里，给各位同学打打电话，发发短信，报报平安。

**策划方案案例篇二**

2、不能吃辣的东西就不是男子汉大丈夫。农心

3、吃过来咻!咻的声音像风铃!甘肃风铃牌袋干面

4、厨留香，好日子。金白象

5、方便自如!鲜咸合一!拿波里通心面

6、华龙面，天天见。华龙面

7、皇上吃了都说好，面要弹的才够意思。今麦郎

8、家家爱富豪，富豪爱家家!山东富豪牌方便面

9、康师傅方便面，好吃看得见。康师傅方便面

10、隆重上市，面面都好。

隆都面

11、你吃一碗面，我捐一分钱。统一

12、清爽不油腻的食品!山西清爽牌袋袋凉面

13、食华丰，路路通。华丰牌方便面

14、一袋“古松”一袋情，丝丝真情系“古松”。古松牌三鲜伊面

15、这个味流行。康师傅.

**策划方案案例篇三**

（1）报纸传播的优势：传播面广、传播迅速、具有新闻性，阅读率较高、文字表现力强、便于保存和查找、传播费用较低。弱点就是时效性短、传播信息易被读者忽略、理解能力受限、色泽较差，缺乏动感。

（2）杂志传播的优势：时效性强、针对性强、印刷精美、表现力强。弱点就是出版周期长、声势小、理解能力受限、色泽较差，缺乏动感。

（3）广播传播的优势：传播面广、传播迅速、感染力强、多种功能，弱点就是传播效果稍纵即逝，耳过不留，信息的存储性差。听众受节目顺序限制，只能被动接受既定的内容，选择性差。广播只有声音，没有文字和图像，听众的注意力容易分散。

（4）电视传播的优势有：视听结合传达效果好，即时性强，有现场感，传播迅速，影响面大，多种功能、娱乐性强。弱点就是传播效果稍纵即逝，信息的存储性差，记录不变也难以查询，受时间顺序的限制，加上受场地、设备条件的限制，使信息的传送和接收都不如报刊、广播那样具有灵活性。电视广告的制作、传送、接收和保存的成本较高。

（5）网络的优势有：范围广泛，超越时空，高度开放，双向互动，个性化，多媒体，超文本，低成本。

（6）还可以通过户外广告宣传。

2、效果佳的媒体组合形式有报纸与广播媒体搭配，报纸与杂志媒体搭配，报纸与电视媒体搭配，报纸或电视与邮政媒体搭配，电视与广播媒体搭配，邮政广告与销售现场广告或海报搭配。

3、广告预算

广告预算的方法主要有：销售百分比法，盈利百分比法，销售单位法，广告收盈递增法，销售收益递减法，目标达成法，竞争对手法。

广告预算的使用方法有以下几种：按照广告机能分配、按照广告媒体分配、按照广告地区分配、按照广告时间分配、按照广告商品分配。

**策划方案案例篇四**

一、我国化妆品产业的现状：

随着我国人民生活水平的提高，人们对化妆品的需求也不断增加。在20世纪80年代前，我国化妆品生产厂家只有50多家，最高年销售额不足5亿元。1990年，全国化妆品销售总额也仅为40亿元。近年来，随着经济的迅速发展，化妆品产业获得了迅猛的发展。2024年底，全国化妆品行业的生产企业达3000余家，销售总额达217亿元。改革开放20多年来，我国化妆品市场销售额平均以每年23.8％的速度增长，最高的年份达41％，增长速度远远高于国民经济的平均增长速度，由此可见，化妆品是一个潜力巨大的产业。

正是因为发展前景诱人，化妆品市场的竞争也十分激烈。尤其是在我国入世后，中外企业竞争日趋白热化。根据入世协议，入世后，我国化妆品生产企业将面临全方位的挑战：外国化妆品进入我国的成本将会降低，外国高档化妆品具有更强的竞争力；一些中低档化妆品也将进入我国市场，中档化妆品将成为竞争的焦点，这将对以生产中低档化妆品为主的国内企业构成很大威胁。此外，入世后国内将会出现更多的外国个人护理连锁商店和私营批发公司。

二、国产化妆品的国际竞争力分析：

我国化妆品生产企业要想在入世后的国内市场上立于不败之地，并且进军国际市场，就必须正确认识自己与外国企业的差距，知已知彼，找到适合自己的发展道路，从而在竞争中取胜。

中外化妆品生产企业从整体水平上看差距较大，国产化妆品多集中在中低档水平上，多数产品品质不高，品牌知名度低，缺乏国际竞争力。从总体上分析。

国产化妆品的主要劣势是：

1.规模小，质量难以保证：

化妆品生产属于简单加工行业，一般只需一些搅拌反应器皿、灌装设施加化验手段就可完成。目前的化妆品生产企业中，许多是10人以下的小厂。虽然化妆品的生产相对简单，但对质量却有很高的技术要求。一些小厂由于资金少、技术落后，虽解决了生产问题但产品质量很差，对皮肤的伤害大，有的根本达不到国家的卫生检疫标准。此外，在经营机制上缺乏现代化的管理体制，不能为聚集人才创造必要的条件，当企业形成一定规模时，这些缺陷便成为制约企业发展的“瓶颈”。

2.品牌知名度低：

目前，我国的化妆品生产企业中，合资企业和外商独资企业有400多家，占全部化妆品生产企业总数的14％，但这14％的合资和独资企业生产的化妆品却在国内市场上占主导地位。这一方面是因为国外化妆品品质好，科技含量高，品牌知名度高。而我国的许多化妆品生产企业赋税和人员负担重，资金匮乏，在科研和宣传上的投入都相当低，从而严重影响了产品质量的提高、新产品的开发和企业知名度的提升。另一方面，外国化妆品生产企业一般都有几十年甚至上百年的历史，企业在形象塑造和宣传上具有丰富的经验，而国内的企业一般只有几年或十几年的历史，与外国同行相比，在经验和企业文化沉淀上都存在着很大的差距。即便是一些有影响力的国内品牌，同国外的知名品牌比较起来，在科技创新、国际知名度等方面也逊色许多。

在产品的成本等方面占有一定的优势：

1.成本价格：

国内化妆品生产企业同国外同业的竞争主要依靠的是价格策略。目前，在中外化妆品生产企业的竞争格局中，外国企业主要占据了高档化妆品市场，而国内企业多集中在中低档化妆品市场上。外国化妆品的价格一般高于同档次国产化妆品的数倍甚至数十倍，主要是以其优良的品质赢得市场，而目前国内品牌有能力与其竞争的很少。但国内高档化妆品的主要消费者是大中城市的高收人人群，这部分人约占城市人口的1％，市场容量相对较校中低档次的.国产化妆品价格更能适应国内消费者的消费水平，在城市和农村都有广阔的消费市常但这方面的优势，将随着我国逐步兑现入世的各项承诺而有所削弱。此外，随着关税的降低和对外资企业进入国内市尝在国内建厂等各种法规限制逐步取消后，外国企业的生产成本、各项“进入费用”等将会降低，价格也必然会有所下降。另外，还会有大量的外国中档化妆品闯入我国市场，中低档化妆品将成为未来中外企业竞争的焦点。

2.消费者偏好：

国内的一些老民族品牌，如美加净、郁美净等在国内市场上除一般的消费者外还拥有一个稳定的消费人群，这部分消费者以中等收入的中老年居多，他们对民族名牌有很强的偏好，其人数约占城市人口的2.5％。这种消费偏好上的优势在一段时间内，具有其他外国品牌无法比拟的优越性。此外，由于中外消费者在皮肤特点上的差异，外国化妆品生产企业进入我国市场要有一个适应期，这一适应期虽然很短暂，但却为国内企业赢得了宝贵的应战准备时间。

三、我们的市场战略目标：

我国已经入世，国外化妆品企业随着我国各项承诺的兑现也将加快进入我国市常国内的化妆品生产企业应采取积极的对策，迎接挑战。

1.进行正确的市场定位：

目前，中外化妆品竞争的主要市场为中高档化妆品，一些外国化妆品生产企业在品牌特征的塑造上，多把自己塑造成年轻白领或是时尚青年的理想品牌，产品价位比较高，远远高于我国工薪阶层的消费水平。国内企业应充分利用这个机会占领中低档化妆品市场，而且由于其自身资金、技术等条件的限制，也必须作出这样的选择。一旦国际竞争力提高了，再大举向其它市场发展。

2.注重品牌宣传：

广告宣传是提高企业知名度，树立企业形象，打造产品品牌的重要手段。目前，国内企业由于资金匮乏，在广告宣传上的投入很少，从而影响了产品知名度的提高，致使市场销售不畅，最终导致企业效益不佳。很多外国企业的化妆品价格高于同档次的国内化妆品数倍甚至数十倍，并非全在于技术含量和附加值高，广告投入在其中占了很大的比例。在化妆品产业，广告引导时尚，尤其是在化妆品品质差别细微的情况下，广告宣传已成为企业间竞争成败的关键。国内化妆品企业应该提高品牌意识，吸收国外企业的先进经验，建设良好的企业文化，扩大企业知名度，形成以品质为基础的品牌优势。

3.提高科技水平：

4.转变经营观念：

固定的消费群体与一些专业美容院的场地、网络、技术三大资源进行嫁接，打造出品牌、产品与服务一体化的营销模式。企业为美容院“打工”，美容院则利用企业的优势来服务大众，以达到双赢。

四、媒介策略：

（一）广告目标

1、使用较少费用最大限度覆盖招商广告的目标群体，并保持较高的接触频次。

2、扩大“诗雪”“百慕“和”碧妮“的品牌的知名度与美誉度。

3、树立北美化妆品公司品牌形象，巩固市场份额。

（二）广告市场：全国

（三）广告目标群

五、媒介目标：

1、在目标群和潜在的目标中迅速建立“诗雪”、“百慕“和”碧妮“的系列产品亲和力与知名度。

2、推动招商工作的全面开展与更大范围的渗透。

3、通过一定频次媒体暴露帮助提升北美化妆品公司的品牌知名度。随着互联网产业的飞速发展，中国网民数量爆炸式增长，据cnnic最新统计数据，国内网民数量已达到3370万人，其中45岁以下的网民比例高达67.8%，非常符合我们各系列产品的目标消费群，再加上网络广告费用的低廉，不失为物美价廉的载体，所以建议客户在适当时机选择网络媒体的投放。

六、招商广告媒体选择：

七、品牌广告媒体选择：

《女性大世界》《好主妇》《中国妇女》

《中国女性》《靓丽活肤志》《新娘》

八、媒体排期：

媒体名称规格mm刊例价格时间合计

3月4月5月

《中国之翼》600001期1期1期

《东方航空》400001期1期1期

《南方航空》550001期1期1期

《首都机场集萃》210\*285500001期1期1期

《中国化妆品》1期1期1期

《世界妇女博览》215\*285350001期1期1期

《女性大世界》2期2期2期

《中国女性》1期1期1期

一，前言

二，广告商品

三，广告目的

四，广告期间

五，广告区域

六，广告对象

七，策划构思

八，广告策略

九，广告主题表现及媒体运用

一，前言

根据分析，洗发水的市场虽然较大，但因竞争品牌众多，广告投资量大，欲争取较高的市场占有率，殊非易事。本公司建议明年度销售及广告诉求重点，应放在指名购买及衔接2024及2024年广告投资重点上，并以xx洗发水为主，以下即本公司根据市场及消费者心理各项因素所研拟的2024年xx洗发水广告企划案。

二，广告商品

xx洗发水公司——xx洗发水

三，广告目的

1，促进指名购买

2，强化商品特性

3，衔接11,12年广告

4，传播影响程度：不知名—知名—了解—信服—行动

四，广告期间

2024年6月——2024年6月

五，广告区域

全国各地区（以城市为主）

六，广告对象

所有居民用户

七，策划构思

（一）市场大小的变化情况的两种：

a，量的变化——随着人口的自然增减而变化。

b，质的变化——随着社会形态（如农业进入工业区）、价值观念、文化水准等而变化。

在这两种变化中同类型商品都会蒙受同样的影响，即厉害均沾，而且变化多是渐进的，也非单独某一品牌的力量所可左右的。

（二）旧市场占有率的提升（即袭夺其它品牌的市场）

（三）使用及购买频度的增加

就xx洗发水而言，因系属化妆生活用品，为个性之商品，与一些会导致冲动购买的商品不同，故“新市场之开发”甚为不易，只得利用旧有市场的互相告知，以增加新市场，而市场本身质与量的变化所扩增的市场也不可能独占。

2，促使洗发店老板主动推荐xx-x

八，广告策略

针对消费者方面—

1，针对各阶层消费者，运用不同媒体做有效的诉求。

业区（服务台）供人随意索取，也可夹于杂志页内，赠送读者。

4，除正式大篇幅的广告外，在报纸杂志上另可采用游击式的策略，运用经济日报的插排（孤岛广告）和联合、中时的分类广告版，不定期刊登小广告，一则省钱，二则可弥补大广告出现频次不够多的缺失。只要设计得简明、醒目，依旧有很大的效果，美商海陆公司即会运用此一策略。

九，广告主题表现及媒体运用

（一）卡片及广告牌的广告内容

好的头发，选择飘飘。

在广告牌上画一个美女，重点体现在他的头发上，还有xx品牌。在卡片上同样如此，不过可以附送试用品。让用户感受以下效果，让他们买的更放心。

（二）电视广告策划

在电视台的黄金时间播出：

（三）广播台

广播内容就是介绍xx，例如请嘉宾，做一个xx专访。

宝洁大中华区总裁施文圣（shannan stevenson）对世界纪录协会认证官说：我们申报世界纪录的目的很简单，就是培养员工创造世界第一的意识！

大到一个企业，小到一款产品、一个人，都必须要目光长远。这是当今企业主管应具备的“第一意识”。正如nba流传的一句名言：永远不要低估了一颗冠军的心!

世界最高峰是哪一座?——珠穆朗玛峰。

第一个登上月球的人是谁?——阿姆斯特朗。

那么第二位的呢？世界第二峰?登月第二人?——大多数人都回答不上来。

因为人们对“第二”向来是漠不关心的。记住：第二不是第二，第二什么都不是！定位理论告诉我们，所谓成为某一方面的第一，其实就是要让自己的品牌在消费者心智中排第一。杰克特劳特说：做第一胜过做最好！排在第一位就意味着第一个被选择，排在第一位的品牌机会最多、最大。

营销策划方案案例一：宝洁

录协会认证官说：我们申报世界纪录的目的很简单，就是培养员工创造世界第一的意识！

营销策划方案案例二：腾讯

腾讯游戏穿越火线是从零开始的，但他们一开始就瞄准了fps网络游戏世界第一的位置，尽管起步不算早，经过一年的努力，《穿越火线》于2024年3月21日下午3点，同时在线人数达到206万，腾讯以此数据向世界纪录协会申报该项目世界纪录成功，创造了世界纪录协会世界fps网络游戏同时在线人数最高世界纪录。将fps网络游戏世界第一的位置牢牢占据。

有了创造第一的意识，我们从7个不同的途径，打造第一品牌。

营销策划方案行业定位 做销量世界第一的第一品牌

如果企业的规模做到了行业最大，一定要让这个“最”突显出来，在消费者心目中形成印象，市场占有率最高、产能最大、员工最多、销量最大等等，这是企业在行业中的实力与地位，营销经典理论指出，“一个行业第一，胜过100句承诺”，行业第一，往往是消费者决定是否购买您产品的最有力的判断标准。

营销策划方案案例1：世界参与人数最多的电子竞技比赛——2024街头篮球全国联赛

到世界纪录证书颁发的湖南电视台现场直播，每一个环节都做足了功夫，第一个动作都成了媒体关注的焦点，把街头篮球联赛越炒越热，树立起世界最多人参与的电子竞技比赛的形象，也吸引了越来越多的人参加。

营销策划方案案例2：世界最大的小吃店——北京万丰全国小吃店

2024年5月开业的北京市丰台区万丰路北京万丰全国小吃店总店经营面积为16000平方米，北京万丰小吃城建成后，需要招商吸引全国各地的小吃经营者来小吃城经营，万丰经过周密策划，成功申报了世界纪录，万丰创下世界纪录协会世界面积最大的小吃店世界纪录的消息传出，引起轰动，成功招商，生意火爆。

营销策划方案功能定位 做细分市场世界第一的第一品牌

不可能每个企业都要是销量第一，不可能每个企业都是行业最大，如果您的企业还不是足够大，那么，就可以思考，是否能成为细分市场的最大。

营销策划方案案例一：烟台海港机械厂 世界最大的水下打捞抓斗

烟台海港机械厂不算是规模最大的机械厂，但是他把自己定位在水下打捞抓斗第一品牌，不断地制造世界最大的水下打捞抓斗，从130万吨，到500万吨，不断打破世界纪录协会水下打捞抓斗的世界纪录，创造了水下打捞抓斗的一个又一个世界第一，在消费者心智中，他成功占据了水下打捞抓斗世界第一的位置。

营销策划方案案例二：楼兰神 世界最甜的哈密瓜

哈密瓜很甜，世界上最甜的哈密瓜是什么？答案是楼兰神哈密瓜。楼兰神哈密瓜年年都举办拍卖会，一只楼兰神哈密瓜就可以拍卖出几万元，2024年，他们邀请世界纪录协会认证师现场测定，一只含糖量高达20.2的楼兰神哈密瓜，被认定为世界最甜的哈密瓜，当场拍卖30万成交，拍出了天价。楼兰神成了最甜哈密瓜的代名词。

营销策划方案技术定位 做技术世界第一的第一品牌

突出本企业本产品的强大的技术实力，是定位第一品牌的又一途径。做不了最大，就做最强，做技术方面的最强，这应该是第一品牌思考的方向！

山东华建建设有限公司承建的冀东集团多功能粉体大型钢板储库群于2024年8月竣工，储库单体储量为5万吨，创世界纪录协会世界上单体储量最大的粉体大型钢板储库世界纪录。

营销策划方案案例2、世界最大的厨刀——神州厨刀王

奇男子五金制品（浙江）有限公司于2024年7月8日打造完成的厨刀神州厨刀王，总长265cm，宽77.3cm、其中刀身长165cm、刀刃宽28.4cm，总重量达70kg，创世界纪录协会世界最大的厨刀世界纪录。

营销策划方案案例3、世界最大的热水器（单台）——100管阳港太阳能热水器

浙江阳港新能源有限公司于2024年5月生产的一台100支管的太阳能热水器，整机高度为1700mm，宽度为1700mm。创世界纪录协会世界最大的单台热水器世界纪录。

营销策划方案活动推广定位 创世界纪录，做第一品牌

借势大型活动，站在巨人的肩膀上进行活动推广，能产生事半功倍的效果。

案例1、世界最大的led显示屏——上海世博会开幕式最大led显示屏

中粮集团中宏生物工程有限责任公司于2024年3月至5月在中国200个城市同时举办的十万人签名横幅祝福上海世博会活动，签名横幅长度总计达700米，签名人数达17.5万人，创世界纪录协会世界上最长的签名横幅世界纪录。

营销策划旅游景点定位 游客要看的就是世界之最！

当四川兴文县的天然漏斗旅游景点埋没于纷繁复杂的媒体资讯中。景区重新精准定位为“世界最大的聚宝盆”力挽狂澜，并且得邀请世界纪录协会的认证师亲自前往认证，为其世界第一聚宝盆的定位找到支点，天然漏斗变为天然聚宝盆，帮景区占到旅游消费者心中聚宝盆旅游品牌第一位，仅仅一万多元的世界纪录申报费用，换来游客数量提高了6倍。

案例2、世界最大的蒙古包——清暑殿

清暑殿蒙古包位于河北省张北县中都原始草原渡假村，2024年8月1日建成，该包直径60.7米，穹顶高21.3米，檐口高度7.3米，总覆盖面积3180平方米，创世界纪录协会世界最大的蒙古包世界纪录。

营销策划城市定位 世界第一支撑起城市的名片

一个城市，能留在人心目中的印象是什么？不是在电视里千篇一律喊几句魅力某某城就可以成为城市的名片，它必须有自己独特的定位，而世界第一，可以成为这个城市最炫丽的名片之一。

案例1、世界最长的城市人字梯——云阳登云梯

云梯也因此成为云阳的城市名片。

案例2、世界最大的宴席——新平彝族磨盘宴

云南省玉溪市新平县于2024年7月31日在县民族广场举行的彝族“火把节”传统宴席“磨盘宴”，共有11360人在同一时间、同一地点的1136张桌子上用餐，创世界纪录协会世界规模最大的宴席世界纪录。

案例3、世界参与人数最多的接触类狂欢节——沧源司岗里“摸你黑”狂欢节

云南省沧源佤族自治县于2024年5月2日在沧源司岗里举办的接触类狂欢节——“摸你黑”狂欢节，现场参与活动人数达18900人。创世界纪录协会世界参与人数最多的接触类狂欢节世界纪录。

营销策划个人定位 我就是世界第一人！

三百六十行，行行出状元，也许您是一个不为人知，很普通平常的人，但您的某一项技能，某一项研究，某一项表演，特至是某一个想法非常独特，您就有可能因此成为这个方面的世界第一人！

世界几十亿人，没有两个人是完全一样的，关键就是您给自己的定位！

案例1：世界上学历最多的人——周宝宽

非常成功，一下子成了名人，连同他的生意都突然火起来。

案例2：世界上第一位创作原生砂石立体书法的人——杨天学

湖北的杨天学是一个邮局分拣员，他平时热爱书法、篆刻，但是要想在书法篆刻方面出人头地谈何容易，他另辟蹊径，用原生砂石做立体书法，开始做的时候，别人都笑话他玩石头，但是一边努力创作，一边向世界纪录协会申报世界最早创作原生砂石立体书法作品世界纪录，2024年10月申报成功，奠定了他世界原生砂石立体书法第一人的地位，作品价格直线上涨。

营销策划方案成功案例。

**策划方案案例篇五**

网络营销具有巨大发展潜力，企业和消费者对其寄予厚望的原因在于网络营销相对传统营销方式具有顾客让渡价值优势。下面是有企业网络营销

策划方案

书，欢迎参阅。

一、前言

全球现正陷入internet的淘金热中，如何从internet找到商机?各行各业都使出浑身解数、yahoo与amazon的成功可以证明internet商机无限、虽然本业还未赚钱。但大量的到访人潮及具创意的行销方式，颠覆了传统营销渠道。小而美的企业也可能当主角了。也许你已经来不及成为现存产业的重要品牌、但是你绝对有机会成为网络上的知名品牌.

互联网已经越来越多的改变我们的生活，人们对电子商务的注意力已经转变到如何将这些电子业务变成更便捷、模块化、个性化、更紧密集成的电子化服务，流程定制上来，即要实现“你在web上工作”到“web为你工作”这一重大转变。网络资源的利用程度已经可以很大地决定一个企业的生存与发展，高赛尔公司虽已有自己的门户网站，但企业的网络营销才刚刚起步，尚未形成一套完整的网络营销战略和方案，因而需要根据网络市场的特点和企业资源，策划出一套行之有效的网络行销计划，以期能使传统销售和网络销售有机地集合。

二、网络营销环境分析

营销环境，是指对企业的生存和发展产生影响的各种外部条件。营销环境是企业营销管理过程中不可控制的因素，企业经营的优劣成败，在于营销管理者能否顺应不断变化的营销环境。公司的市场营销环境是指在营销活动之外，能够影响营销部门发展并保持与目标顾客良好关系的能力的各种因素和力量。营销环境既能提供机遇，也可能造成威胁。成功的公司必须持续不断地观察与适应变化着的环境。

1、市场环境分析

我国的黄金销售量从1982年的0.7吨增长到目前的大约140吨,从而使中国成为世界第三大黄金消费国,照此速度增长的话我国的黄金市场规模会发展得令人吃惊.据有关部门统计,世界上大约7,000人就拥有一家金店,而我国目前仅有8,000多家金店,即使仅以发达地区的2亿消费者计算，也才达到25,000人才有一家金店,在大城市仅有55%的居民拥有珠宝首饰,中小城市这一比例仅为23%,而东部的农村更少,仅达到17%.目前以及将来黄金礼品市场的增长动力主要来自婚庆需求，境外游客需求，还有赠品等.中国人由于受传统的影响，对黄金特别钟爱，除了购买项链，戒指，耳环，手链外，一些纯金小摆设比如磨砂或空心的生肖等饰物也颇受欢迎.但是最受欢迎的仍然是那些表面深度光处理过的首饰，含有建筑风和自由风格的抽象图样的款式仍旧受欢迎。在销售上，黄金名店和连锁点形式站主要地位，一些大的商场等也设有专柜，—这些方式都是传统的行销，在e化的当今时代似乎有点落伍。随着中国的入世，黄金市场也逐步走向开放，这更是给黄金行业的发展带来了生机，另外人民银行也对黄金报价改为每周一次，使黄金价格更贴国际行情。

2、企业形象分析

2.1公司简介

某金银公司是中国印钞造币总公司成都印钞公司与香港金银路有限公司合资成立的企业，亦是人民银行系统首家合资企业。成都印钞公司是集印钞、造纸、金银精炼和加工为一体的大型综合性企业，其金银精炼和加工能力处于国内领先地位，是国家黄金、白银精炼加工基地。香港金银路有限公司是从事有色金属、贵金属贸易及相关产品开发的上市公司。

某金银公司现已发展成为拥有高赛尔标准金条，金银制品创新制作、系列收藏珍品的设计开发及贵金属国际贸易于一身的综合性企业，市场已遍及全国、欧美、印度及东南亚地区。

2.2我们的理念

公司信奉“创造市场，与伙伴分享”的经营理念，秉承“吾以精诚铸真金”的经营之道，与我们的股东、员工、客户、供应商齐心协力，精诚合作，开辟市场，共享利益。

2.3我们的团队

公司启用“德才兼备，唯才是用”的人才机制，管理人员中拥有硕士、大学本科学历的占95%。引进优秀的海外留学管理人才，运用先进的管理系统，创建高效率的市场营销团队。

2.4我们的荣誉

某金银公司致力于为社会创造价值，以真诚服务于社会，公司以优秀的业绩和规范的运作被评为成都市“优秀外商投资企业”、获得成都市高新区“纳税大户”的称号、成都市“双优”企业奖及出口创汇重点企业;由于公司坚持诚信经营的方针，在资信等级评级中被授予“aaa”级。

2.5公司前景

随着中国经济与世界经济逐步接轨，中国黄金市场的稳步发展，某金银公司将在贵金属行业勇于创新、进取、诚信经营，为发展黄金投资市场，加快西部经济大开发，起到积极领先的作用，积极开拓高赛尔牌金条市场及金银制品，为进入中国黄金企业十强努力进取。

3、产品分析

本公司金条买卖为西部黄金市场开辟了新的投资渠道;本公司可以利用自身的路透信息终端在第一时间为投资者获取准确的世界贵金属市场信息，方便快捷地提供黄金、白银等贵金属产品的投资理财咨询服务。

本公司引进国际先进的全套电铸工艺生产线，采用德国先进的工艺、原料、技术，具备国内一流的圆雕、浮雕纯金银制品的制作技术，工艺精湛。中国足协委托本公司制造20xx年“蓝带中国足协杯”金杯，而且由本公司制作的“四羊方尊”、“乐山大佛”等精品已被国家部委作为出访外交时的国礼赠品。

本金银制品制造优良、价格合理、信誉度高，可为客户提供全方位企业文化形象宣传方案，并量身定做、开发、设计高档纯金银工艺品、礼品、纪念品、收藏品、企业形象宣传品。

4、竞争分析

按本公司的实力来看，在我国国内竞争者是很少的。但是，我们也不能粗心大意，一旦放松警惕就可以让别人有虚而入。我们先看一下一个竞争者的资料：中宝戴梦得投资股份有限公司1999年6月成功地在上海证券交易所上市，20xx年通过国际资本运作与世界k金王国首饰制造商强强联合，将著名品牌“orop”引进中国市场，并已在国内注册了“orop”商标。中宝戴梦得获得了国内唯一对意大利首饰企业出料加工权。实现原料、技术、工艺、产品、品牌和市场优势组合。依托意大利国际领先的设备、技术和生产工艺，占领国内k金精品市场;运用“orop”品牌的设计优势和影响力，取得国际品牌中国市场的成功，依据国内巨大的市场需求，建立长期、稳定的产品发展体系。中宝戴梦的投资股份有限公司拥有代表欧洲文化艺术风格的国际品牌。具有起点高、国际化、专业化运作的特点，是中国珠宝上市公司进军国际市场、参与国际经济大循环的战略工程。

一、网络营销环境分析

当前，我国饲料添加剂行业的整体网络营销水平还处于初级阶段，究其原因还是大部分企业对饲料添加剂网络营销项目没有一个系统性、策略性的认识，没有做好项目的整体前期规划，纵观国内整个饲料添加剂行业，饲料添加剂企业网络营销的效果还是有很大的提升空间。

在国内很少人知道厦门美尔吉生物科技有限公司，当然对它的产品也就知之甚少。根据这一存在的主要问题我们实施网络营销方案,最根本的目的就是对企业进行网络宣传!在短期内(大概一个月)建立一个全新的网站并迅速投以使用，用一年的时间将企业网站知名度提高到国内同行业前几名，并最终提高企业的销售业绩。

战略重点：以网络为重点辅以其他相关媒介进行广告宣传、拓展市场，为产品准确定位，突出企业形象和产品特色，采取差异化的网络营销竞争策略。

二、网络营销盈利模式

(一)营销目标

1、项目意义

借助网络迅速提升贵公司在国内饲料行业的品牌知名度，提升网站流量，进而提高流量转化率，促进销售业绩的增长。

借助网络迅速为招代理商提供足够的意向客户。

借助网络迅速获取饲料添加剂主要采购公司的客户资料。

最终销售需要靠线下。

2、整体思路

针对采购客户和代理客户这两大类群体策划建设一个营销型网站。

立足搜索引擎采取竞价和seo两种方式守住目标群体的网络必经渠道。辅助以行业网站、论坛、群等相关性网络圈子，向目标群体主动传播。

3、目标客户

饲料添加剂企业处于饲料工业产业链的上游末端，饲料添加剂企业客户构成多数是饲料生产厂、大型养殖公司、省市一级的大经销商和中小型养殖户。

4、产品定位

保健促增长，安全绿色环保。

(二)渠道策略

饲料添加剂鉴于在国内网上在线销售并不理想，且饲料添加剂的在线支付额大，对网络的安全要求高，消费者大都还是喜欢以传统的方式购买的具体情况，我们将策略的重点放在建立一个宣传官方网站以及网站的推广促销上。

1、业务流程

网络只是为客户提供初步沟通，筛选客户的同时顺利入围客户的选择名单，并获取客户资料，线下约谈更为重要。

2、网站内容策划

网站主要由7个部分组成，分别是：网站首页、公司概况、产品中心、技术中心、行业动态、客服中心、联系我们。

网站首页——公司概况、行业动态、产品中心、技术中心

公司概况——公司简介、管理层介绍、组织机构图、企业文化(企业战略、经营理念、荣誉表彰)、联系方式、各种关联网站链接、招聘与培训(招聘信息、培训、人力资源信箱)

产品中心——产品特色、产品成分、产品功效、价格介绍

技术中心——生产设备、技术人员

行业动态——综合财经、饲料添加剂市场、网站通告、行业专题、行情分析、专业评论客服中心——用户注册及权限赋予、回音栏(咨询与解答)、投诉与建议、总经理邮箱、联系我们。

联系我们——公司名称、公司地址、联系电话、传真、邮箱、网址

(三)400电话申请(由贵公司完成)

400电话可以提升企业形象、提高广告效果、增加信任度、加强客户满意度、避免流失客户资源、是800免费电话升级版，已经成了众多企业公司必备的营销工具之一。

400电话要在网站建成之前申请成功。

三、网站推广策略

采取针对性网络传播推广。目标：让行业遍布公司产品信息，一有需求马上能想到贵公司。主要网络推广传播策略如下：

1、百度

百度竞价投放、seo优化自然排名、百度知道、百度贴吧、百度百科等。

2、行业网站

饲料添加剂类及相关网站、社区论坛等。

3、新闻门户

在新浪、网易、搜狐、腾讯等门户站投放新闻，树立品牌形象的同时抢占百度首页入口。

4、b2b平台

在阿里、慧聪网等大小b2b平台做推广。

5、其他辅助

通过其他如论坛、分类信息、批发类网站平台等做常规日常推广。

四、网站推广效果评估

网站上线运营3个月后，初步预计能做到日ip400以上，日咨询20人次以上。而最终能否成交主要看线下沟通，这目前没法测算。但是根据我们以前项目经验来看，日咨询20人，那肯定至少有50%既10人留下联系方式。也就是说在6个月后，网站每天可以积累10个深度意向客户，每月就是200多个。

同时，不管是代理批发还是采购，成交数额都比较大，所以最终成交相对也慢一些。

一、公司简介

本公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。

本公司以生产绿色产品为主(包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品)，创建于20xx年1月，产品一经推出就受到广大市民的好评，现在，本公司已创立了自己的品牌，产品畅销全国。

二、公司目标

1.财务目标今年(200x年)，力争销售收入达到1亿元，利润比上年番一番(达到3000万元)。

2.市场营销目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。

2.产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。

3.价格价格稍高于同类传统产品。

4.销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5.销售人员对销售人员的招聘男女比例为2:1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

6.服务建立一流的服务水平，服务过程标准化，网络化。

7.广告前期开展一个大规模、高密集度、多方位、网络化的广告宣传活动。突出产品的特色，突出企业的形象并兼顾一定的医疗与环保知识。

8.促销在网上进行产品促销，节假日进行价格优惠，用考核销售人员销售业绩的方法，促使销售人员大力推销。

9.研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。

10.营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

四、网络营销战略

经过精心策划，公司首次注册了二个国际顶级域名，建立了中国“与绿色同行”网网站，在网站中全面介绍公司的销售产品业务和服务内容，详细介绍各种产品。紧接着逐步在搜狐、雅虎等著名搜索引擎中登记，并以网络广告为主，辅以报纸、电视、广播和印刷品广告，扩大在全国的影响，再结合网络通信，增加全国各地综合网站的友情连接。

五、网络营销的顾客服务

通过实施交互式营销策略，提供满意的顾客服务。主要工具有电子邮件、电子论坛，常见问题解答等。

六、管理：

(一)网络营销战略的实施:

制定了良好的发展战略，接下来就需要有可行的推进计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

1.确定负责部门、人员、职能及营销预算:

网络营销属营销工作，一般由营销部门负责，在营销副总经理领导下工作。一般应设立专门部门或工作小组，成员由网络营销人员和网络技术人员组成，即使是工作初期考虑精简，也应保证有专人负责，工作初期调查、规划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。

2.专职网络营销人员职责应包括：

(1)综合公司各部门意见，制定网站构建计划，并领导实施网站建设。

(2)网站日常维护、监督及管理。

(3)网站推广计划的制定与实施。

(4)网上反馈信息管理。

(5)独立开展网上营销活动。

(6)对公司其他部门实施网上营销支持。

(7)网上信息资源收集及管理，对公司网络资源应用提供指导。

3.在网络营销费用方面我们将确保最大可能的节约，但我们仍需对可能的投入有所估计，我们的营销预算主要来自于：

(1)人员工资

(2)硬件费用：如计算机添置

(3)软件费用：如空间租用、网页制作、web程序开发、数据库开发

(4)其他：如上网费、网络广告费等

(二)综合各部门意见，构建网站交互平台

公司网站作为网络营销的主要载体，其自身的好坏直接影响网络营销的水平，同时网站也并非仅为营销功能，还包括企业形象展示、客户服务、公司管理及文化建设、合作企业交流等等功能，只有在广泛集合公司各方面意见的前提下才能逐步建立起满足要求的网站平台。

构建网站应注意网站应有如下功能：

(1)信息丰富：信息量太低是目前公司网站的通病;

(2)美观与实用适度统一：以实用为主，兼顾视觉效果;

(3)功能强大：只有具备相应的功能，才能满足公司各部门要求。

(4)网站人性化：以客户角度出发而非以本企业为中心

(5)交互功能：力求增加访问者参与机会，实现在线交互。

(三)制定网站推广方案并实施

具备了一个好的网站平台，接着应实行网站推广。网站推广的过程同时也是品牌及产品推广的过程。

1.制定网站推广计划应考虑的因素有：

(1)本公司产品的潜在用户范围;

(3)我们应该主要向谁做推广;

(4)我们以怎样的方式向其推广效果更佳;

(5)是否需借助传统媒体，如何借助;

(6)我们竞争对手的推广手段如何;

(7)如何保持较低的宣传成本。

2.我们可以借助的手段：

(1)搜索引擎登录;

(2)网站间交换连接;

(3)建立邮件列表，运用邮件推广;

(4)通过网上论坛、bbs进行宣传;

(5)通过新闻组进行宣传;

(6)在公司名片等对外资料中标明网址;

(7)在公司所有对外广告中添加网址宣传;

(8)借助传统媒体进行适当宣传。

六、网络营销效果评估及改进

网站推广之后我们的工作完成了一个阶段，我们将获得较多的网上反馈，借此我们应进行网络营销效果的初步评估，以使工作迈上一个新的台阶。

1.评估内容包括：

(1)公司网站建设是否成功，有哪些不足;

(2)网站推广是否有效;

(3)网上客户参与度如何?分析原因;

(4)潜在客户及现有客户对我网上营销的接受程度如何;

(5)公司对网上反馈信息的处理是否积极有效;

(6)公司各部门对网络营销的配合是否高效。

2.评估指标主要有：

网站访问人数、访问者来源地、访问频率、逗留时间、反馈信件数、反馈内容、所提意见等等。

网络营销的有效运用，将可对公司其他部门的运行产生积极影响，同时也影响到公司的整体运营管理。作为网络信息条件经营方式的探索，它将极大推动公司走向新经济的步伐。它将发挥如下作用：

促进公司内部信息化建设，加快企业电子商务准备，完善公司管理信息系统，提高公司管理的质量与效率，提高员工素质，培养电子商务人才。

这些变化将影响公司现有的生产组织形式、销售方式、开发方式、管理方式等等，推动公司进行经营方式的战略性转型。

**策划方案案例篇六**

这个广告策划的目的是为了对篮球这个商品进行推销，之所以选择篮球是我本身很热爱篮球，而且篮球是一个十分健康，积极向上的运动产品，所以我打算对篮球坐一份广告策划。而在推销这个产品的同时，也希望把篮球的精神传递出去。所以我选择美国前职业篮球运动员特雷西麦克格雷迪来代言这个篮球广告。

因为他首先有着篮球方面绝对的权威，他是一代巨星，是全世界篮球爱好者的偶像之一，在中国更是有着非常高的欢迎度。而且他代表着一种精神，一种积极拼搏的精神，虽然不在美国打球了，但是来到了中国继续着他热爱的篮球事业，受到中国人民的尊敬。这就是我选择他来代言这个广告的目的。

二广告商品

斯伯丁篮球

三广告目的

1、促进指名购买

2、强化商品特性

3、传播运动精神

4、传播影响程度：知名—了解—信服—行动

四广告期间

20xx年6月——20xx年12月

五广告区域

全国各地区（以城市为主以学生为主）

六广告对象

所有受众

七策划构思

（一）市场大小的变化情况的两种：

a：量的变化——随着人口的自然增减而变化。

（二）旧市场占有率的提升（即袭夺其它品牌的市场）

（三）使用及购买频度的增加

对于篮球这个商品来说，因为竞争也较为激烈，而且价格不低，人们很少会由于冲动而购买这样的产品，所以着重放在旧有市场的基础上，增加新市场。同时扩大旧市场的占有率，此为本广告的主要目标，首先影响消费者的思想，其次影响销售商家的思想。

八广告策略

针对消费者方面—

1、针对各阶层消费者，运用不同媒体做有效的诉求。

2、制作sticker张贴计程车上，公共椅背上及公共电话或公司行号的电话机上，主要是一些与运动有关的场所，比如公园，运动场等地方。

3、制作小型月历卡片，于元旦前散发赠送各界人士利用，也可夹于杂志页内，赠送读者。

4、除正式大篇幅的广告外，在报纸杂志上另可采用游击式的策略，运用经济日报的插排（孤岛广告）和联合、中时的分类广告版，不定期刊登小广告，一则省钱，二则可弥补大广告出现频次不够多的缺失。只要设计得简明、醒目，依旧有很大的效果。

九广告主题表现及媒体运用

（一）卡片及广告牌的广告内容

运动、激情、热血、拼搏，我爱篮球，我爱斯伯丁。

广告牌上市麦迪穿着篮球服站在球场上，手中抓一个篮球向前伸展手臂，身上全是汗水，背景有着闪亮的灯光，还有站起来欢呼的观众，广告牌的右上角画本品牌的篮球。

（二）电视广告策划

在电视台的黄金时间播出：

画面：从黑白颜色开始，一个少年在球场上不停奔跑上篮，挥洒汗水，然后他参加各种比赛，努力打球，最后是彩色的画面，麦迪站在一个星光闪耀的球场上，周围都是他的粉丝，他是一个巨星，在以一个漂亮有力的灌篮后，他举着手中篮球，说出一句话：我是麦克格雷迪，我努力拼搏，我爱篮球，我爱斯伯丁。

三）网络广告

画面：一群打球的年轻人，在球场上打球；然后画面转，一群中年人，一起打球，最后是一群健康的老年人在球场上投篮。画面上显示一行字，热爱篮球，一生运动，斯伯丁。

**策划方案案例篇七**

毕业典礼，旨在回忆我们初中三年的心路历程，展望未来，表达对母校、对老师深深的感激之情。下面是小编收集整理的毕业典礼

策划方案

例文，希望对您有所帮助！

一、目的

三年来，我们在学习中不断成长，不断完善自身，老师们也与我们共同成长。在这三年中，我们经过磨砺逐渐走向成熟。我们执着地朝着我们心中的梦想努力着，不断进取求索。我们虽然我们付出了很多，但我们无怨无悔。恰逢母校十年校庆，我们努力养成良好的行为习惯，传承进修实验学校的文化。笃行求知，超越自我，我们在校训的指引下，共同扬帆起航！

此次毕业典礼，旨在回忆我们初中三年的心路历程，展望未来，表达对母校、对老师深深的感激之情。

二、主题

三年砥砺，执着进取心无悔

十载传承，笃行超越共扬帆

三、整体方案

除必要流程外，中间部分主要分为三个篇章：回忆、感谢和展望。

四、详细方案与预期教育目标

回忆部分主要通过多媒体影音展示三年的历程，穿插介绍。多媒体由王籽樾负责。学生代表发言，主要围绕三年的成长进步与老师同学的帮助展开发言。教师代表发言围绕与学生共同成长和对学生的嘱托与祝福展开发言。该篇章的目的在于带领学生回忆曾经的动人瞬间，引发学生的共鸣，与惜别不舍之情。

感谢部分的第一个环节为感谢专家，该环节为主持人抒发对专家的感谢之情，并赠送礼品和鲜花（送下去）。第二个环节为感谢老师，由主持人宣读对老师的描述，同学猜。老师逐一上台，由学生送礼物。第三个环节为感谢学校其他工作人员（包括政教处老师，医务室老师，食堂师傅，校工和保安等），由学生向代表献花。该篇章旨在引发学生思考专家、老师、工作人员对我们的关爱，使同学们拥有感恩之心。

展望部分的第一个环节为互动环节，由主持人问同学对母校有什么想说的话（王柚竹，吴昊，李胜馗，李琛，刘梦雨等），该环节本着弹性原则，根据前面的时间来安排长短。然后是问老师有什么想对学生说的话（耿颖老师，陈世英老师）第二个环节是交接校旗，同时由同学给

寄语

（李鲲宇）。第三个环节是初二同学代表发言（人待定）。该篇章旨在启发学生，初中三年的学习生活虽然结束了，但这又是一个新的开始，我们的成长并没有结束，要充满信心，迎接新的挑战，把进修实验的精神继续发扬光大，带到每个地方。

五、流程安排与时间

播放视频《梦圆的地方》（循环）

1、主持人宣布毕业典礼开始（3分钟）

（一）回忆（共35分钟，其中

串词

5分钟，2分钟机动）

2、播放视频短篇（王籽樾）（18分钟）

3、学生代表发言（李爽）（5分钟）

4、教师代表发言（张跃振老师）（5分钟）

（二）感谢（共30分钟）

5、感谢专家、领导（主持人），送花、礼物（礼仪人员姜?瑶负责）。

6、感谢老师（猜老师）（主持人），送礼物，（礼仪人员待定）。

7、感谢学校其他工作人员（包括政教处老师，医务室老师，食堂师傅，校工和保安等）（主持人），请代表，献花（礼仪人员姜?瑶负责）。

（三）展望（共20分钟，其中2分钟机动）

8、互动问答（主持人）（王柚竹，吴昊，李胜馗，李琛，刘梦雨等）（耿颖老师，陈世英老师）（约6分钟）。

9、朗诵《梦想的盛放》（梁京，郭蕴萱，徐旖漠，顾斯尧）（约5分钟）。

10、交接校旗（旗手陈云灿，周子繁，初二旗手待定），同时由同学给寄语（李鲲宇）（5分钟）。

11、初二同学发言（人员待定）（2分钟）。

12、由校领导发毕业证（每班派代表领全班的毕业证）

13、领导发言（10分钟内）。

14、主持人宣布毕业典礼结束。

三年韶华，弹指一挥间。为让学生感受学校温暖，升华对母校的情感，营造浓厚、和谐的校园文化氛围，让高三学子表达对母校、对同学、对老师的浓浓情意，通过师生互动，再现三年高中生活，带着在母校的收获，描绘新的人生轨迹，经学校党总支研究，决定于20xx年6月上旬举行毕业典礼活动。具体方案如下：

一、典礼筹备领导小组

组长：郭钦义

副组长：李建明吴宗涛

成员：侯宏建陈粟王家辉

陈颖崔松领

二、毕业典礼主题

以“同学友谊、师生情谊”为主题

三、典礼时间、地点

1、时间：\*\*年5月31日上午7:30

2、地点：学校主校区操场

四、出席典礼人员着装要求

1、参加人员：学校全体师生员工、部分毕业生家长。

2、着装要求：教职员工着正装、学生着校服出席。

五、毕业典礼程序

1、入场仪式

前台领导、一二年级学生入座后，三年级五个专业毕业班分别由班主任带队，进行有序的入场仪式，同时男女主持人交替介绍各专业的大学设置情况、毕业前景等。背景音乐低音播放歌曲《祝你一路顺风》，前台“走秀节目”（由华航班学生完成）同时进行，每班入场时应有热烈的掌声带动。

2、典礼开始

四名主持人同时出场，分别由经典串词带动，宣布毕业典礼正式开始，随之介绍领导、嘉宾及家长等。

3、领导致辞

请党总支书记、校长王建民同志寄语致辞。

4、学生发言

（1）毕业生代表发言

五名学生分别代表五个专业毕业班，致感谢母校、感恩教师辞，并寄语一二年级的学弟学妹。（发言完毕暂不离场）

（2）二年级学生代表发言

相应专业的五名二年级学生代表分别致辞，主题是继承并发扬毕业班精神、传承毕业班良好的班风、学风等。（主持人出场，建议举行一个简单的毕业班精神及班风学风的传递仪式。仪式要简单，表现出即兴为之，如手牵手、手掌相对、手指对接成心形等。）

5、节目表演

主持人串词，一二年级学生歌曲串烧和跆拳道表演同时进行。

6、领导颁奖

首先请出颁奖嘉宾或领导，并由嘉宾或领导揭晓“十佳优秀毕业生”名单，念到名字的学生随之上台来。领导嘉宾为“十佳”颁奖的同时播放背景音乐《万宝路进行曲》，主持人同时分别介绍“十佳优秀毕业生”的选拨过程及待遇等。颁奖完毕请“十佳”的家长上台，“十佳优秀毕业生”向家长三鞠躬和进行爱的拥抱。（家长胸前佩戴大红花，背景音乐播放筷子兄弟的《父亲》。）

7、真情回顾

颁奖结束后主持人顺便留下其中一名“十佳优秀毕业生”作真情回顾或真情独白。（因为三年来的学校生活，不管是在生活上还是在学习上，肯定都有很多难忘的感人的往事，主持人要就势激发学生作真情回顾或内心真情独白。必须是真人真事，力求做到以情感人，最好是声情并茂。）

8、老师发言

在真情回顾环节当中，估计会涉及到某位老师，最大可能的是某位班主任。主持人顺势请这位老师或班主任致辞，致辞之后由一男一女两位老师真情演唱歌曲《明天会更好》，歌曲行将结束时，多名教师代表上台一字排开，接受毕业生的献花或拥抱，背景音乐响起《彩色粉笔》。

9、发纪念册

请领导或嘉宾给毕业生发放毕业纪念册（或宣传杂志等）。纪念册的发放以班级为单位进行，颁发的是全体毕业生的，应相对庄重一些，可以由国旗仪仗队台前助演并奏响国歌。

10、毕业签名

纪念册发放完毕主持人宣布毕业典礼结束，并请领导、嘉宾、家长及全体毕业生到特场区在“20xx届毕业典礼”的条幅上签名留念。同时循环高音播放音乐《同桌的你》、《夏天的味道》、《难说再见》、《雨花石》、《感恩的心》、《送别》、《毕业歌》等，全体离场。

**策划方案案例篇八**

该公司以“与绿色同行，与自然为本”为企业宗旨，号召广大人民热爱大自然，保护大自然。

该公司以生产绿色产品为主(包括绿色食品，绿色日用品，等绿色系列品)，创建于20xx年1月，产品一经推出就受到广大市民的好评，现在，该公司已创立了自己的品牌，产品畅销全国。

二、公司目标

1、财务目标今年(20xx年)，力争销售收入达到1亿元，利润比上年翻一番(达到3000万元)。

2、市场营销目标市场覆盖面扩展到国际，力图打造国际品牌。

三、市场营销策略

1、目标市场中高收入家庭。

2、产品定位质量最佳和多品种，外包装采用国际绿色包装的4r策略。

3、价格价格稍高于同类传统产品。

4、销售渠道重点放在大城市消费水平高的大商场，建立公司自己的销售渠道，以“绿色”为主。

5、销售人员对销售人员的招聘男女比例为2：1，建立自己的培训中心，对销售人员实行培训上岗，采用全国账户管理系统。

6、服务建立一流的服务水平，服务过程标准化，网络化。

7、广告前期开展一个大规模、高密集度、多方位、网络化的广告宣传活动。突出产品的特色，突出企业的形象并兼顾一定的医疗与环保知识。

8、促销在网上进行产品促销，节假日进行价格优惠，用考核销售人员销售业绩的方法，促使销售人员大力推销。

9、研究开发开发绿色资源，着重开发无公害、养护型产品。

10、营销研究调查消费者对此类产品的选择过程和产品的改进方案。

四、网络营销战略

经过精心策划，公司首次注册了二个国际顶级域名(和)，建立了中国“与绿色同行”网网站，在网站中全面介绍公司的销售产品业务和服务内容，详细介绍各种产品。紧接着逐步在搜狐、雅虎等著名搜索引擎中登记，并以网络广告为主，辅以报纸、电视、广播和印刷品广告，扩大在全国的影响，再结合网络通信，增加全国各地综合网站的友情连接。

五、网络营销的顾客服务

通过实施交互式营销策略，提供满意的顾客服务。主要工具有电子邮件、电子论坛，常见问题解答等。

六、管理

(一)、网络营销战略的实施

制定了良好的发展战略，接下来就需要有可行的推进计划保证其实施，我们可按下列步骤操作执行：

1、确定负责部门、人员、职能及营销预算

网络营销属营销工作，一般由营销部门负责，在营销副总经理领导下工作。一般应设立专门部门或工作小组，成员由网络营销人员和网络技术人员组成，即使是工作初期考虑精简，也应保证有专人负责，工作初期调查、规划、协调、组织，任务繁重，兼职很难保证工作的完成。

2、专职网络营销人员职责应包括

(1)综合公司各部门意见，制定网站构建计划，并领导实施网站建设。

(2)网站日常维护、监督及管理。

(3)网站推广计划的制定与实施。

(4)网上反馈信息管理。

(5)独立开展网上营销活动。

(6)对公司其他部门实施网上营销支持。

(7)网上信息资源收集及管理，对公司网络资源应用提供指导。

3、在网络营销费用方面我们将确保最大可能的节约，但我们仍需对可能的投入有所估计，我们的营销预算主要来自于：

(1)人员工资。

(2)硬件费用：如计算机添置。

(3)软件费用：如空间租用、网页制作、web程序开发、数据库开发。

(4)其他：如上网费、网络广告费等。

(二)、综合各部门意见，构建网站交互平台

公司网站作为网络营销的主要载体，其自身的好坏直接影响网络营销的水平，同时网站也并非仅为营销功能，还包括企业形象展示、客户服务、公司管理及文化建设、合作企业交流等等功能，只有在广泛集合公司各方面意见的前提下才能逐步建立起满足要求的网站平台。

构建网站应注意网站应有如下功能：

(1)信息丰富：信息量太低是目前公司网站的通病。

(2)美观与实用适度统一：以实用为主，兼顾视觉效果。

(3)功能强大：只有具备相应的功能，才能满足公司各部门要求。

(4)网站人性化：以客户角度出发而非以本企业为中心。

(5)交互功能：力求增加访问者参与机会，实现在线交互。

(三)、制定网站推广方案并实施

具备了一个好的网站平台，接着应实行网站推广。网站推广的过程同时也是品牌及产品推广的过程。

1、制定网站推广计划应考虑的因素有：

(1)该公司产品的潜在用户范围。

(2)分清楚该公司产品的最终使用者、购买决策者及购买影响者各有何特点，他们的上网习惯如何。

(3)应该主要向谁做推广。

(4)应该以怎样的方式向其推广效果才会更佳。

(5)是否需借助传统媒体，如何借助。

(6)该公司的竞争对手的推广手段如何。

(7)如何保持较低的宣传成本。

2、可以借助的手段：

(1)搜索引擎登录。

(2)网站间交换链接。

(3)建立邮件列表，运用邮件推广。

(4)通过网上论坛、bbs进行宣传。

(5)通过新闻组进行宣传。

(6)在公司名片等对外资料中标明网址。

(7)在公司所有对外广告中添加网址宣传。

(8)借助传统媒体进行适当宣传。

六、网络营销效果评估及改进

网站推广之后我们的工作完成了一个阶段，我们将获得较多的网上反馈，借此我们应进行网络营销效果的初步评估，以使工作迈上一个新的台阶。

1、评估内容包括：

(1)公司网站建设是否成功，有哪些不足。

(2)网站推广是否有效。

(3)网上客户参与度如何?分析原因。

(4)潜在客户及现有客户对我网上营销的接受程度如何。

(5)公司对网上反馈信息的处理是否积极有效。

(6)公司各部门对网络营销的配合是否高效。

2、评估指标主要有：

网站访问人数、访问者来源地、访问频率、逗留时间、反馈信件数、反馈内容、所提意见等等。

网络营销的有效运用，将可对公司其他部门的运行产生积极影响，同时也影响到公司的整体运营管理。作为网络信息条件经营方式的探索，它将极大推动公司走向新经济的步伐。它将发挥如下作用：

促进公司内部信息化建设，加快企业电子商务准备，完善公司管理信息系统，提高公司管理的质量与效率，提高员工素质，培养电子商务人才。

这些变化将影响公司现有的生产组织形式、销售方式、开发方式、管理方式等等，推动公司进行经营方式的战略性转型。

**策划方案案例篇九**

尊敬的各位家长、老师们，亲爱的同学们： 你们好!今天，我们欢聚在这美丽的校园举行2024届小学毕业典礼。我谨代表学部以及全体教职员工向圆满地完成小学六年学业的同学们表示祝贺，向为了同学们健康成长而奉献心血与智慧的老师们和家长们致以崇高的敬意!

六年的学习时光是短暂的，却是美好的、难忘的。还记得吗?小学一年级时，刚刚跨入校园的你，哭闹着要回家，妈妈也陪着你落泪?还记得吗?你们的老师紧紧搂着幼小的你，用爱浇灌出你对华美的热爱，从此乐不思蜀;还记得吗，学校每年的六\"一节、元旦，你们各自争相献妍，给母校增添着文化底蕴;还记得吗，运动场上你们矫健的身影，骄人的体育运动成绩……学校的一草一木，见证了你们的成长与欢乐;一张张大红证书，述说着你们勤奋的求知与探索。

短短的六年，你们告别了天真，走向了沉稳;脱去了童年的稚气，获得了自信;抛弃了依赖，学会了选择，懂得了自尊、自立、自强。同学们，你们六年的跋涉，六年的攻读，六年的探索，成长了自我，也成长了我们学校。是你们积极的参与和精心的爱护，才有了今天的绿色校园;是你们的刻苦求知，才有了今天母校的育人成就;是你们的良好品行，书写出许多值得华美师生颂扬的典型事例……;是你们用自己的行动，形成了我校的培养目标“学会做人，学会学习，学会创新”。 同学们，你们即将离开小学，踏上人生新的征程。愿同学们在中学阶段的学习做到尊敬老师、热爱父母亲人、热爱学校、团结同学、勤奋好学、勇于思考、善于创新，敢于探索，为校争光。“同学少年，奋发向上”。你们全体的老师将继续关注你们的成长，祝同学们拥有一个充实难忘的中学时代! 谢谢!

我们小学毕业啦!今天我们即将结束一段不平凡的旅程，明天我们将意气风发地踏上新的征程。此时此刻，我们每个人的心中一定都感慨万千。这六年来，我们的进步是巨大的。我们每个人都在这里从一个懵懂的六岁儿童成长为一个知识丰富的十三岁的少年，我们的成长记录袋里放满了各类的奖状和作品：三好生、优秀生、作文、奥数、美术、书法、音乐…… 我们为我们的进步而感到自豪与骄傲!

回首这六年的点滴进步，我们的心中不能不充满感激。感谢我们的母校，感谢我们的校领导，感谢我们的老师。正是他们的言传身教，无私奉献，倾注了无数的心血才使我们共同迎来了这个充满喜悦的丰收季节。曾记得，是老师您毫不吝啬的表扬与鼓励，激励着我们一次次扬帆起航，勇往直前;曾记得，是老师您中肯严厉的批评，才使我们一次次摆正前进的方向。这正如《“精彩极了”和“糟糕透了”》一文中所说的：“我们从心底里知道，‘精彩极了’也好，‘糟糕透了’也好，这两种极端的态度有一个共同的出发点------那就是爱。在爱的鼓舞下，我们努力地向前驶去”。在此，谨让我代表全体毕业班同学向辛勤耕耘的老师们表示衷心的感谢!

同学们，为了一个更美好的明天，我们怀着一颗感恩的心离开母校。但我们骄傲，我们自豪，我们曾是光荣的实验小学的一名学生。明天，我们将以更高的热情好好学习，努力工作，创造出一个个辉煌的战绩，为我们实验小学这个闪亮的名字增添新的光彩。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn