

最实用、最有效、最全面

营销策划文案 写作指要



帮你轻松提高营销策划文案写作水平

曲 超◎主编

北京工业大学出版社

营销策划文案 写作指要

曲 超◎主编



北京工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

营销策划文案写作指要 / 曲超主编. —北京: 北京工业大学出版社, 2015.5

ISBN 978-7-5639-4253-4

I. ①营… II. ①曲… III. ①营销策划—文书—写作
IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 063723 号

营销策划文案写作指要

主 编: 曲 超

责任编辑: 符彩娟

封面设计: 翼之扬设计

出版发行: 北京工业大学出版社

(北京市朝阳区平乐园 100 号 邮编: 100124)

010-67391722 (传真) bgdcbs@sina.com

出 版 人: 郝 勇

经销单位: 全国各地新华书店

承印单位: 九洲财鑫印刷有限公司

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 30.5

字 数: 489 千字

版 次: 2015 年 5 月第 1 版

印 次: 2015 年 5 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-5639-4253-4

定 价: 55.00 元

版权所有 翻印必究

(如发现印装质量问题, 请寄本社发行部调换 010-67391106)

前 言

营销是社会生活中最普遍的活动，它包含深广的含义，主要起到宣传推广的作用。狭义上来讲，营销就是销售，也就是通过一定的手段将人们生产的产品或者服务销售出去，获取经济利益的行为。

广义上来讲，营销是指根据市场需要组织生产产品，并通过销售手段把产品提供给需要的客户的整个过程。营销和市场以及利益是紧密相关的。为了能够更加明白浅显地说明问题，本书的营销大多数情况下不包括其外缘的含义，仅指企业的狭义营销。

营销活动贯穿于经营活动的全过程，是一项整体性的经营活动。因为无论从哪一方来讲，无论是买方还是卖方，只要参与经营，就会有营销活动。营销是企业获取利润的途径，没有利润，企业是无法生存的。因而，从某种意义上来讲，营销的成功与否扼守着企业生存的命脉。

营销的起点是顾客的需要，因此，营销的最终目的就是满足顾客的需要，在这个过程中，企业要获取一定的利益维持企业的继续生存和壮大。在当今社会中，信息化程度非常高，行业之间的竞争也很激烈。为了追求更高的利益，就需要营销过程能够迎合顾客的消费心理，同时不仅要不断发现顾客的需求，还要创造出新的需求，引导顾客进行消费。

有句话说：“顾客就是上帝。”所以，营销必须以顾客的需要为出发点，以灵

活的经营手段来适应和影响顾客的需求,在这个基础上为顾客提供满意的商品和服务,这样才能最终赢得市场的认可,实现企业的长远发展目标。

甚至可以说,营销是企业生存下去必不可少的动力。做好营销工作,不仅对企业意义重大,对营销人员也尤为重要。

古人讲:“酒香不怕巷子深。”当今时代,信息发达,人们接触到的信息量非常大,各种产品琳琅满目,各种服务层出不穷。在这样的大环境下,只有学会营销,才能在商场中屹立不倒。

传统的那种沿街吆喝式的叫卖营销自然是有效果的,但也只能是货郎挑担卖个针头线脑。最重要的是,传统方式已经不适应信息社会的发展速度。因此,现代营销学之父科特勒说:“营销一半靠策划,一半靠拼打。”拼打固然重要,策划才是推动营销走向光明前程的助力。

斯大林说:“伟大的目的能产生伟大的动力!”在社会生活中,无论任何产品,或者任何系统,都是以利益最大化为目的的。而在追求利益的过程中,要想以微弱战胜强大,减少投入增大产出,对产品和服务进行包装、策划、传播是一个合情合理的做法。

人类、动物以及植物,任何物种要想在进化中优胜劣汰,战胜竞争对手,不用智谋是做不到的。所以说,就像战争离不开谋略,生存离不开智慧一样,营销也离不开策划,策划对于营销来讲,不但是力量的较量,更是智力的角逐。

自然界的法则是:大鱼吃小鱼。而在人类社会,则经常出现小鱼吃大鱼的例子,这就是小鱼们依靠策划智慧取得的胜利。在这里,我们可以把它归结为实力是取胜的关键。但是,仅仅依靠实力是不行的。要想在林林总总的竞争对手中以小博大,做好营销策划是重中之重。

其实,从传统的意义上来讲,营销策划的本质就是谋划营销策略,是为了达到营销的目的而做的相应安排和规划。策划是一种普遍的人类行为,自从有了人类活动,就有了策划。

简单地讲,从原始人类聚集众人围捕野兽到现代社会大型工程的开展,从国家的对外交流到企事业单位的日常经营管理,到处都有策划的痕迹存在。可以说,策划是体现人类思维发展高度的突出实践形式,是人类对世界进行改造的构想来源。

营销策划,更严格地说,是现代社会才出现的概念。从企业的角度来讲,营销策划就是指为了实现销售目标,在充分掌握各种信息资料的前提下,通过科学运用营销方法和策略,为营销活动的开展而进行精心地设计和计划的过程。

所以,营销策划其实是针对整个营销过程而做的精心设计和合理规划。营销策划在实际操作过程中需要形成条理清晰、逻辑严密的书面文字,这就是营销策划文案。它指导并且统领着整个营销活动的进程,甚至直接影响营销的效果。

相信很多营销人员在工作期间都会接触到营销策划文案的制定与写作。营销策划文案写得思路清晰、富有创意的,不但能带来很好的营销效果,而且会得到上司的青睐,得到提升与嘉奖的机会;反之,则不但会影响营销策划的效果,还会影响营销人员的成长。

一份好的营销策划文案应注重条理与实际操作性,包括对市场的了解、对产品的包装、营销策略规划、营销思路、营销计划以及营销渠道等相关内容,这些都是营销策划文案写作中需要完善的方面。

为了提高营销策划文案撰写的准确性、科学性与实用性,营销策划文案写作过程中应运用严密的逻辑思维。因为营销策划的目的就是为了解决企业营销中存在的问题。按照逻辑性思维的构思来编写营销策划文案,首先要了解产品,进行市场调查,分析产品的市场现状,再制定合理的价格,开发出可行的营销渠道。这样才能针对性强,对实际操作具有指导意义。

营销策划文案要用于指导营销活动,其指导性涉及营销活动中的每个人的工作及各环节关系的处理。因此,在其写作过程中要充分考虑到其可操作性,这点是非常重要的。不能操作的方案创意再好也无任何价值。否则就会造成操作过程中耗费大量人力、物力、财力,使得管理更加复杂,效率低下。

在营销策划文案写作过程中,要做到营销策划的创意新颖、内容丰富、表现手法多样。创意新颖是营销策划的生命线,新颖的创意是营销策划文案写作的核心内容。

营销策划是针对某一客户或者是某一产品营销而制作的规划,它是将来营销活动的行动指南,是营销策划实施大计的蓝本。因而,营销策划文案要体现出营销策划的基石和内核精神,起到营销策划基本准绳的作用。在阐述营销策划主题的基础

上,营销策划文案要对营销项目的情况做简要的介绍。在营销策划文案写作中,这点需要视具体的情况来确定。

营销过程中产生的总费用、阶段费用、项目费用等,也需要在营销策划文案写作过程中注明。同时,在写作过程中,还要留出适当的调整余地,以便在营销策划实施过程中灵活应对未知的情况。

营销策划文案是统摄营销全局的重要文件,因此,写好这类文案小则能够使得营销顺利,大则形成良好的连锁反应,给企业和个人带来源源不断的利好。

本书以多样而丰富的案例为突出特点,多数案例直接来自营销策划工作的实践,且具有一定的普遍性和典型性。

目 录

第一章 营销的蓝图——策划

第一节 营销策划概述	003
一、策划与营销	003
二、市场营销与营销策划	004
三、营销策划的内容范畴	005
四、营销策划的组织形式	006
五、营销策划的特征与本质要求	007
第二节 策划的基本方法	009
一、创意	009
二、头脑风暴法	010
三、德尔菲法	011
四、博弈法	013
五、精神打包法	014
六、运筹学方法	015
第三节 营销策划的流程	016
一、市场细分策划	016

二、目标市场营销策划	017
三、市场定位策划	018
四、市场分析	019
五、营销目标与问题设定	021
六、营销战略与策略构想	022
七、营销预算	022
八、方案沟通与调整	022
九、制订策划方案的执行计划	023
第四节 营销策划案	024
一、营销策划案书写步骤	024
二、营销策划案的格式要素	025
三、市场机会与问题分析	026
四、营销目标	027
五、具体营销方案	027
六、广告宣传	028
七、营销目标	029
八、市场营销策略	029
九、组织管理战略	032
十、风险分析与控制	032

第二章 市场调研——市场定位策划案的基础

第一节 市场调研概述	037
一、市场基本知识	037
二、市场调查基本知识	038
三、市场调查的基本类型	039
四、市场调查的基本要求	040

五、市场调查程序	041
第二节 市场的微观环境	043
一、企业内部环境	043
二、市场营销渠道企业	044
三、竞争者	045
四、顾客	046
五、公众	046
第三节 市场的宏观环境	048
一、人口环境	048
二、经济环境	049
三、政治法律环境	050
四、社会文化环境	051
第四节 择优而取, 市场定位	052
一、消费者市场的概念及特点	052
二、影响消费者的主要因素	054
三、市场定位策划案范文	058

第三章 经营策划案

第一节 企业形象策划案	067
一、形象策划的特点	067
二、企业形象策划的分类	068
三、企业形象策划案的格式	068
四、企业形象策划案的写作要点	069
五、企业形象策划案范文	070
第二节 市场营销策划案	076
一、市场营销策划的特点	076

二、市场营销策划的种类	076
三、市场营销策划的格式	078
四、市场营销策划案的写作要点	079
五、市场营销策划案范文	080
第三节 新产品开发策划案	085
一、新产品开发策划的特点	085
二、新产品开发策划的分类	086
三、新产品开发策划案的格式	087
四、新产品开发策划案的写作要点	089
五、新产品开发策划案范文	089
第四节 品牌策划案	094
一、品牌策划的特点	094
二、品牌策划的分类	095
三、品牌策划案的格式	095
四、品牌策划案的写作要点	096
五、品牌策划案范文	097
第五节 市场调研策划案	103
一、市场调研策划的特点	103
二、市场调研策划的分类	104
三、市场调研策划案的格式	105
四、市场调研策划案的写作要点	106
五、市场调研策划案范文	107
第六节 促销策划案	114
一、促销策划的特点	114
二、促销策划的分类	115
三、促销策划案的格式	116
四、促销策划案的写作要点	117
五、促销策划案范文	118

第七节 定价策划案	125
一、定价策划的特点	125
二、定价策略的分类	126
三、定价策划案的格式	127
四、定价策划案的写作要点	128
五、定价策划案范文	128
第八节 招商策划案	134
一、招商策划案的特点	134
二、招商策划的分类	135
三、招商策划案的格式	135
四、招商策划案的写作要点	136
五、招商策划案范文	137

第四章 管理策划案

第一节 经营管理策划案	147
一、经营管理策划的特点	147
二、经营管理策划的分类	148
三、经营管理策划案的格式	148
四、经营策划案的写作要点	149
五、经营策划案范文	149
第二节 质量管理策划案	153
一、质量管理策划的特点	153
二、质量管理策划的分类	154
三、质量管理策划案的格式	154
四、质量管理策划案的写作要点	155
五、质量管理策划范文	155

第三节 客户关系管理策划案	163
一、客户关系管理策划的特点	163
二、客户关系管理策划的分类	163
三、客户关系管理策划案的格式	164
四、客户关系管理的写作要点	165
五、客户关系管理策划案范文	165
第四节 人力资源管理策划案	174
一、人力资源管理策划的特点	174
二、人力资源管理策划的分类	175
三、人力资源管理策划案的格式	175
四、人力资源管理策划案的写作要点	176
五、人力资源管理策划案范文	177

第五章 培训策划案

第一节 公开培训策划案	187
一、公开培训策划的特点	187
二、公开培训策划的分类	188
三、公开培训策划案的格式	188
四、公开培训策划案的写作要点	189
五、公开培训策划案范文	189
第二节 企业内训策划案	197
一、企业内训策划的特点	197
二、企业内训策划的分类	198
三、企业内训策划案的格式	198
四、企业内训策划案的写作要点	199
五、企业内训策划案范文	199

第三节 岗位培训策划案	206
一、岗位培训策划的特点	206
二、岗位培训策划的分类	207
三、岗位培训策划案的格式	208
四、岗位培训策划案的写作要点	208
五、岗位培训策划案范文	209
第四节 拓展培训策划案	215
一、拓展培训策划的特点	215
二、拓展培训策划的分类	216
三、拓展培训策划案的格式	216
四、拓展培训策划案的写作要点	217
五、拓展培训策划案范文	217

第六章 公共关系策划案

第一节 庆典活动策划案	227
一、庆典活动策划的特点	227
二、庆典活动策划的分类	228
三、庆典活动策划案的格式	228
四、庆典活动策划案的写作要点	229
五、庆典活动策划范文	230
第二节 社会赞助活动策划案	237
一、社会赞助活动策划的特点	237
二、社会赞助活动策划的分类	238
三、社会赞助活动策划案的格式	238
四、社会赞助活动策划案的写作要点	240
五、社会赞助活动策划案范文	240

第三节 展会策划案	247
一、展会策划的特点	247
二、展会策划的分类	248
三、展会策划案的格式	248
四、展会策划案的写作要点	250
五、展会策划案范文	250
第四节 新闻发布会策划案	256
一、新闻发布会策划的特点	256
二、新闻发布会策划的分类	257
三、新闻发布会策划案的格式	257
四、新闻发布会策划案的写作要点	258
五、新闻发布会策划案范文	259
第五节 会议策划案	267
一、会议策划的特点	267
二、会议策划案的分类	268
三、会议策划案的格式	268
四、会议策划案的写作要点	268
五、会议策划案范文	269
第六节 参观活动策划案	275
一、参观活动策划的特点	275
二、参观活动策划的分类	276
三、参观活动策划案的格式	276
四、活动参观策划案的写作要点	278
五、参观活动策划案范文	278
第七节 商务谈判策划案	287
一、商务谈判策划的特点	287
二、商务谈判策划的分类	288
三、商务谈判策划案的格式	288

四、商务谈判策划案的写作要点	289
五、商务谈判策划案范文	290
第八节 公关危机策划案	297
一、公关危机策划的特点	297
二、公关危机策划的分类	298
三、公关危机策划案的格式	299
四、公关危机策划案的写作要点	300
五、公关危机策划案范文	300

第七章 广告策划案

第一节 综合广告策划案	309
一、综合广告策划的特点	309
二、综合广告策划的分类	310
三、综合广告策划案的格式	310
四、综合广告策划案的写作要点	311
五、综合广告策划案范文	312
第二节 户外广告策划案	318
一、户外广告策划的特点	318
二、户外广告策划的分类	319
三、户外广告策划案的格式	320
四、户外广告策划案的写作要点	320
五、户外广告策划案范文	321
第三节 报刊广告策划案	328
一、报刊广告策划的特点	328
二、报刊广告策划的分类	329
三、报刊广告策划案的格式	330

四、报刊广告策划案的写作要点	331
五、报刊广告策划案范文	332
第四节 电视广告策划案	338
一、电视广告策划案的特点	338
二、电视广告策划案的分类	339
三、电视广告策划案的格式	340
四、电视广告策划案的写作要点	341
五、电视广告策划案范文	341
第五节 网络广告策划案	348
一、网络广告策划案的特点	348
二、网络广告策划案的分类	349
三、网络广告策划案的格式	350
四、网络广告策划案的写作要点	351
五、网络广告策划案范文	351

第八章 项目策划案

第一节 旅游项目策划案	357
一、旅游项目策划案的特点	357
二、旅游项目策划案的分类	358
三、旅游项目策划案的格式	359
四、旅游项目策划案的写作要点	360
五、旅游项目策划案范文	361
第二节 体育项目策划案	364
一、体育项目策划案的特点	364
二、体育项目策划案的分类	365
三、体育项目策划案的格式	365