

2023年伊利营销工作总结 伊利厂工作总结 热门(优质5篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

伊利营销工作总结篇一

作为跟老百姓生活息息相关的产品就应该越来越透明化了，以前做为一个老百姓，感觉像伊利这么大的企业离我们很遥远，前几天带着孩子参加了伊利参观工厂活动，能看到我们平时喝的牛奶的生产过程，以后喝牛奶也放心了，孩子也增长了见识。

实际上，“伊利参观工厂开放之旅”已经不简单是一次与老百姓互动的活动。值得注意的是，今年起，伊利推出了新的品牌主张“态度决定品质”。而伊利首先表明的态度，就是以更开放和真诚的态度，让老百姓走进工厂。

“让老百姓看到更亲民，更亲切的伊利。”伊利工厂参观活动相关负责人如是说，“这不是一次短期的有固定目标的营销行动，‘全国，全年，全民’，而且开放的是全国伊利工厂。不仅今年做，我们还将持续做；不仅开放工厂，未来还将更透明。总之，这只是开始，对伊利品牌而言，真诚与开放的态度，将成为一个指针，我们力求建立成长效的机制。”

更近。”

态度决定品质，期待更多的人走进伊利，去参观工厂，打造值得

信赖的品质！

伊利行销工作总结篇二

伊利笔试题目分享：

1. 我国第一大河长江有多长： 5900公里
2. 《史记》中的“世家”是给什么人作的传？ 诸侯王
3. 见于记载的匈奴第一个单于，驻头曼城，其地为当今内蒙古的： 包头
4. 什么高原被人民称为坝子，是我国的主要耕作地区？ 云贵高原
5. 火把节在每年农历的什么时间举行？ 六月二十四日
6. 小月氏迁居祁连山以南，长期与谁杂居？ 青海羌人
7. 以雄秀幽奇著称的崆峒山，在中古前又称： 鸡头山
8. 被称为“万物之园”的是： 圆明园
9. 位于尼罗河三角洲顶端的城市是： 开罗
10. 世界上面积第三的国家是？ 中国
11. 下列河流注入的海洋正确的是： 阿姆河—咸海
12. 下列半岛哪个以盛产石油著称？ 阿拉伯半岛
13. 据考古资料显示，我国的钻孔技术开始于： 山顶洞人时代

14. 被称作“草原钢城”的是： 包头
15. 广西郁江是通过广东的哪条江注入南海的？ 西江
16. 煮牛奶的正确方法？旺火快煮
17. 哪一季节最不宜发哮喘？夏
18. 中国移动电话全球通的基本月租费是： 50元
19. 电脑的中央处理器英文简写是什么？cpu
20. 哪个年龄的人话最多： 6~12岁儿童

伊利行销工作总结篇三

伊利优酸乳请来“神仙姐姐”青春美少女刘亦菲，健康阳光的篮球运动员易建联和泰国神秘小美女道teaw为新广告宣传，三人共同成功演绎了浪漫的伊利优酸乳剧情片广告。该广告采用连续青春剧集的形式，整个故事分四集播出，演绎了一个完整的爱情小插曲故事，令消费者在欣赏浪漫爱情故事的同时，也牢牢记住了如同爱情酸酸甜甜的伊利优酸乳。

赛前路上意外篇

篮球员动员阿联因为赶着去参加一个篮球赛而误撞了一名手拿地图和伊利优酸乳的女孩，同时撞坏了女孩的小提琴，还撞飞了女孩的伊利优酸乳，从而认识这个叫做道teaw的女生，两人狼狈的坐在地上最后阿联却递给她一盒优酸乳。结尾文案给出阿联抉择是要马上赶去打球还是留下来陪道teaw□

友情与爱情抉择篇

阿联载女孩赶到篮球场，刘亦菲看见迟到的阿联很是生气，

就拿球砸向他，但是当看见女孩那熟悉的面孔时甚是欣喜。巧的是，原来她们原来就认识的。在更衣室里，阿联递给女孩一瓶伊利优酸乳，并把修好的小提琴给女孩，女孩欣喜的抱住阿联。不巧的是，这一幕被刘亦菲看见了，使刘亦菲面临爱情与友情的两难选择。结尾文案给出刘亦菲的抉择时要进去还是不去。

三个好朋友篇

最终抉择篇

道teaw要离开了，在天桥上，道teaw分别递给他们一瓶伊利优酸乳，“我要走了”，刘亦菲和阿联目送着女孩的离开，三个人同时喝着伊利优酸乳表达对彼此的深深祝福。

广告分析

广告中多次出现了伊利优酸乳的“身影”。第一次，当阿联撞倒女孩，并捡到撞飞了的伊利优酸乳还给女孩，并博得了女孩的好感，这时的`伊利优酸乳表达的情感是友情的开始。第二次，阿联送给女孩一瓶新的伊利优酸乳，又把修好的小提琴还给女孩，这时的伊利优酸乳表达的情感是道歉，而女孩的欣然接受表达的情感是原谅和既往不咎。第三次，刘亦菲独自一人喝着伊利优酸乳，并说着“这场输了还有下一场”，这时的伊利优酸乳表达的情感是爱情的坚定，同时也是为自己加油打气、增加自信。第四次，阿联递给正在排练的刘亦菲一瓶伊利优酸乳，这时的伊利优酸乳表达的情感是一种对对方的鼓励与支持。第五次，在天桥上，女孩给刘亦菲和阿联每人一瓶伊利优酸乳，三人同时喝着优酸乳，这时的伊利优酸乳表达的情感是友情是永恒的，不要因为误会而放弃友情。由此看来，伊利优酸乳在注重品质和创新的同时，对自己的消费目标也很明确，因此很有针对性得更加注重消费群体的特性，根据消费群体的特点推出一系列情感广告。

广告中的伊利优酸乳表达了多种不同的情感，有歉意、有原谅、有自信、还有鼓励，有坚定的爱情，还有永恒的友情。伊利优酸乳化身为情感的表达者，诠释着人生中各种强烈、朴实的情感，很容易让人产生共鸣。作为中国乳饮料市场潮流的领跑者，伊利优酸乳凭借着其年轻、活力、健康、自信的形象深入人心。同时，广告口号也同样很有标志性，“我要我的滋味”，对于80后、90后的年轻人来说，追求的是个性、标新立异，讲义气、重友情，相信爱情、为爱奋不顾身，很自信、很狂野，而这样的广告词的确是符合这个时代人的性格和要求的，可谓是炫的够青春、酷的够彻底。另外篇子配以“我要我的滋味”的音乐旋律，充分体现伊利优酸乳给你带来的“轻松、随意”的心态，伊利优酸乳的品牌主张得到很好的诠释。而最后的产品标版“我要我的滋味”正是点出主题要旨，道出目标群心理的想法。

创意策略与媒介策略

该广告针对消费群体定位于15——22岁的个性年轻人，伊利优酸乳针对消费者调查决定在距离延续品牌的个性的同时，使之更加时尚和鲜明，采取与众不同的创意策略。

1、采用年轻的时尚明星作为产品广告主角。在平面广告中，三人造型青春靓丽。有小姚明之称的易建联，对少男少女的杀伤力非常大，高大帅气，充满朝气；万众仰慕的小龙女神仙姐姐刘亦菲，号召力超强，形象青春，气质清秀；神秘泰国小美女形象清丽，颇有观众缘。

2、广告形式上采用了连续青春剧集的形式。

3、全方位加深与消费者的情感交通。

伊利营销工作总结篇四

2、哎哟，不错嘛，快乐其实很简单，伊利优酸乳，我要我的

滋味

3、青春滋味，自己体会

4、拒绝按部就班

讨厌一成不变

我要改变

做不一样的自己!

6、放轻松，跟我来，每一天都要轻轻松松，

没有什么能让我放弃

少了掌声也没有关系

有本事就秀出来

青春就是这么精彩

我的我的滋味

伊利营销工作总结篇五

一. 市场分析

本组成绩计算及结果记录 他组对本组的评论归纳 改进或推广总结 商场营销策划方案:

一. 市场分析

虽然伊利这个品牌家喻户晓,可为了广大的学生更好,更全面的认识伊利牛奶这个品牌,对它的生产集团及其现状我们再做

一个详细的分析. 伊利集团不久前在我国乳品行业内率先通过了有机产品的4项权威认证。作为我国首家进军有机奶的企业，伊利将于近期在国内推出首批有机奶产品，填补我国在该领域的空白。

伊利集团于2006年4月分别获得了由我国有机奶认证权威机构国家^v^南京国环有机食品认证中心[ofdc]颁发的“有机奶精饲料加工”和“有机奶粉加工”两项认证。2006年10月11日范文写作，又同时获得了“有机奶牛生产”和“有机液态奶加工”两项认证。至此，伊利集团获得了有机奶产品生产的全部资质认证。与此同时，伊利成功地开发出金典有机纯牛奶产品和奶牛有机系列精补料产品，同时创建了有机奶产业链建设模式。有机奶是按照有机标准生产，并经过严格认证的“最健康、最天然”的奶制品。目前，我国虽然已经有“无公害牛奶”、“绿色食品牛奶”等健康牛奶，但与有机奶相比，还存在层次上的差别。

“无公害牛奶”和“绿色食品牛奶”在生产加工过程中，仍旧允许使用某些人工合成的化学物质，而有机奶则强调“全程无污染”，其生产加工过程中包括奶牛生长环境的水质、空气、饲草料等严禁使用化肥、农药、激素、生长调节剂等人工合成的化学物质，其包装、储藏、运输也都要严格遵照有机食品的相关标准。除此之外，厂家还必须建立完善的质量跟踪审查体系。正因为如此，对广大消费者来说，有机奶是最安全的奶制品。

据了解，以现有条件，伊利每年将具备向消费者提供近4000吨的有机奶的能力。由于有机奶的成本非常高，有机奶的市场定价也将远远高于普通奶。

大学生是牛奶的重要消费群体。大学生的活动范围基本都是在校园及其周边，且食堂条

件单一，吃饭时间集中。牛奶是大学生最省时、最经济、最

营养的食品

(3)、自我分析和销售比较