

最新产品营销奖励方案 产品营销策划方案 (通用5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

产品营销奖励方案篇一

实施目的：

- 1，目前各个大大小小的企业微信做的都如火如荼，而且都非常重视这一块儿，有单个人靠微信一个月卖东西10万流水。
- 2，微信确实是移动销售不可或缺的，现在不及时做，将来想长期发展再做的的话有点儿迟。
- 3，对于我们的产品做微信营销的长处在于，有特定的人群，更好聚集。
- 4，别人花钱购买资源，我们用竞价推广的资源购买一次后就沉落再数据库没用了，所以必须要盘活这些已有的资源，开发二次或者多次购买。
- 5，前方竞价推广等于钓鱼，而这个属于养鱼，把之前有的雨全部赶在池子里养着，培养信任度，增加复购率，减少退单率，增强品牌信任度，和传播度。
- 6，将老客户培养起来，有利于进行一系列活动，比如让客户介绍客户，形成新的利益增长点。
- 7，微信粉丝越多，将来的宣传越有力。

实施步骤:

- 1, 每一个项目一个私人微信, 进行前段的培养和拉人, 而最终的流向都在公众号上。
- 2, 公众号创造内容, 私人号进行宣传, 和培养关系。
- 4, 紧接着, 我们会用一些外推的方式来增长微信粉丝, 主要是寻找最准确的粉丝, 进行培养, 转化购买。
- 5, 时机成熟可以做活动再次吸引。

操作人: ##

具体任务:

第一阶段: 一个星期

- 1, 打造微信名称, 签名
- 2, 前三天, 持续不断把老客户前导入进去
- 3, 随后每天三篇内容, 一篇长内容, 有趣, 贴近客户, 有用, 有转载率, 文章末尾有引导, 有电话。
- 4, 早晨, 中午, 晚上, 发三次内容
- 5, 做好朋友圈的交流和单个人交流, 每天不少于三次

第二阶段: 半个月

- 1, 每天将前一天的老客户导入微信
- 2, 进行新目标寻找和培养(具体方法参照我给的微信营销方式)

3, 先寻找与产品目标相同的人群, (比如qq群, 加群至少1个, 而加人导入到qq上, 再通过qq导入微信)

4, 需要注意的是, 每天发布信息的时候可以qq空间, 微博同时更新。

业绩考核及提成:

考核以上面提到的每天的任务量为准,

提成:

销售额###块钱以内提x%

销售额###以上 提x%

销售额###以上提x%

(暂定)

以上是微信的实施方式及业绩考核与提成。

产品营销奖励方案篇二

在经济社会发展过程中, 人们的收入增加, 理财产品的暴利等因素, 给理财产品带来了良好的市长/市场发展前景。各种理财产品机构如雨后春笋般蓬勃发展。在这种激烈的市长/市场竞争条件下, 优秀的理财产品营销计划书是引人注目的必要条件。

理财产品销售方案怎么办? 理财产品的促销活动可以采取多种方式, 根据营销理论, 促销活动一般可以分为两类。一种是人力促销, 即利用促销员进行营销。第二类是非人员销售, 包括广告促销、销售宣传和宣传三种具体形式。在我国目前

的条件下，证券公司应把人力促销和非人力销售有机结合起来，根据投资者类型开展不同的促销活动。

理财产品销售方案一般集中在以下几点：

理财产品销售方案

1. 广告商：证券公司本身对理财产品展开促销活动，主要致力于广告，对消费者本身进行了相当大的宣传和介绍，那么作为证券公司，我们广告中最重要的任务是包装自己，宣传自己。营销学上不可忽视的力量是品牌效应。当你相信我们的时候，你会选择另一家公司吗？一般广告的效果至少需要6个月到1年以上才能测量或感受到。因此，我们只有结合有效的评价才能获得广告投资的收益率。

2. 营业宣传和宣传奖：以推介会、座谈会、报纸、网上路演等方式组织对投资者的采访，通过理财经理的《炫现说法》，帮助投资者提高对证券公司投资理念和经营思路的了解，判断理财产品未来的增长潜力，帮助投资者认可理财产品的投资价值。开展投资者教育活动是帮助投资者了解证券理财产品。二是帮助投资者了解自己。第三，要帮助投资者了解市场。第四，要帮助投资者了解理财产品的发展历史。第五，要帮助投资者了解证券公司。

建立互信的模式，让投资者安心地把钱交给我们理财。具体来说，通过灯箱、电视、报纸、网络、宣传资料、户外广告等，可以有机会参加对部分投资者的当前购买、抽奖和为期7天的旅行学习活动。呼吁大家的诚意。这种促销方式最适合许多中小投资者。以综合销售促进及宣传等手段，努力与投资者进行全方位、广泛、持续的交流沟通。

3. 职员经销商：对于机构投资者、中高收入层等大客户，我公司成立了具备专业素质的直销团队，通过一对一的人力促销，可以达到最高的营销效果。对前10名的顾客实行费率下

调优惠政策。

产品营销奖励方案篇三

核心传播概念提炼完成，接下来，需要把复杂的作用机理重新梳理。“作用机理”一词，西药里面的化学成分作用过程，是西药的专业术语。

那么，为什么普通的产品也需要这样的“作用机理”呢？范志峰提示：要去支撑起产品的核心传播概念。

我们所知道的碧生源牌常润茶，核心的传播概念可能很多人都知道：“给你的肠子洗洗澡”，在医药保健行业称这个概念叫“洗肠”。既然提出了“洗肠”，那么，为什么要洗？你的产品又是怎样洗的呢？我们需要把这个过程用非常通俗的话语告诉我们的购买人群。

怎么洗呢？常润茶就提出了清宿便、排肠毒的功能。常润茶里面就含有很多__药物分子，这些药物分子进入肠道后就可以立刻清洗宿便，就好象我们沐浴一样，用香皂或者沐浴露洗澡，在洗干净的同时，又舒服，而且还很清香。

乐无烟为什么没有油烟？因为里面的纯钢材料是用德国航天技术生产的，温度始终控制在350度，再经过__工序，这样就没有任何的油烟了。

20__年有个真味如烟的电视购物产品，用动画和做试验的方式把产品的“作用机理”体现出来。我在策划雷达笔（防近视）的时候，在拍摄片子的时候，特别在作用机理的那个段落做了很多反复的实验。

说到这里，其它行业的，不是医药类的估计会说，很难提炼“作用机理”，其实不然。

只要有核心的传播概念，就会有作用机理。培训行业也是一样，20__年范志峰策划的“英语课本倒背如流”特训班也一样提炼作用机理。

范志峰：中国策划学院客座教授、著名营销策划专家、蜥蜴团队长官亲传弟子，10年营销策划经验，精通报纸10大写法、电视购物108策略、招商三大技巧，最为擅长用医药保健手法武装传统行业。在医药经济报、21世纪药店报、博锐管理在线、慧聪网、中国健商杂志、全球品牌网、商战名家、渠道网、价值中国网设有营销专栏。

产品营销奖励方案篇四

壁纸漆也称为液体壁纸、幻图漆或印花涂料，属一种新型内墙装饰水性艺术涂料，该产品填补了墙面单色无图的缺陷，有着比墙纸质更好且价更低的优点。产品绿色环保，施工过程中经过产品专用施工模具，以其独特的施工手法和工艺，使其到达真正的无缝连接。产品还有着不易剥落，起皮，开裂，易清洗等优点，将逐步替代传统墙纸。

2、产品特点

健康环保

产品异常提取天然贝壳类生物壳体内表层物及各类环保乳液和助剂，精心研制而成。无毒无味，健康环保。由于产品选择综合性品质优良的环保原材料，原料有着天然环保性能，产品必然也能够到达真正天然环保性。

色彩独特

运用壁纸漆装饰出来的图案色彩均匀，有着很强的光泽度，在自然光的反射下呈现出不一样的绚丽色彩，营造出温馨而和谐的情感空间。

图形丰富

多姿多彩的花型图案独具特色，引领时尚的风格缔造，可满足各阶层消费者的不一样需求，并可根据用户的特殊需求设计花型。

理性优越

采用有着卓越的耐用久性的基料，优质的抗碱防霉材料，阻止基材碱性物质析出造成涂膜脱落或泛碱，产品施工属无缝连接。不易剥落、起皮、开裂的理化性能是被替代产品壁纸所不能到达的。并且表面的污迹易于清洁，可时时坚持墙面的完美整洁。

易于施工

简单的施工流程，一学即会，极易上手，双人配合施工，完整的施工作业面上一天可施工完成几百个平米的墙面。一次性施工即可到达梦想效果，二次施工方便，仅需涂刷覆盖涂料。

3、产品用途

液体壁纸漆用途甚广，用于家居、办公场所、宾馆、酒店、别墅、茶馆、西餐厅等等，它为传统壁纸的替代品，有着与之更广的用途。

产品营销奖励方案篇五

在市场日益竞争激烈的今天，新产品如何上市?如何得到市场的反响?如何在竞争中脱颖而出，迅速占领市场?如何持久的占领市场?需要精心的策划和设计，需要提炼出独特的产品特点和文化，并进行精准有效地传播和营销，需要形成良好的口碑和售后服务，新产品上市想做好品牌一般按照以下原则

进行推广。

品牌调研

一个新产品、一个新品牌在研发、上市之前都应该认真做的功课，通过国际国内前景分析、行业分析、竞品分析、自身企业和产品实力分析、消费者市场分析，根据分析总结，分析出新产品或新品牌的位置，找出它的核心竞争力的元素，以便确定它的品牌定位、品牌理念文化等后续的市场推广策略制定提供数据分析支持。

品牌定位

品牌定位是一个新产品和新品牌发展的成败关键所在，需要定位精准，你的产品定位消费者群体，是政府、企业、还是个人，每个群体都有他们的特性，在定位选择会贴近他们的特性，比如在包装颜色、文化理念、营销方式，都会有消费群体的特性，我们在选择定位，一定要精准、适合产品和企业。

品牌命名

根据品牌的定位和行业特点，为自己的产品起一个响亮的名字，易记、有关联性，是一个品牌成功的开始，朗朗上口、易于传播，命名有以下几个特点：地名、动物名、植物名、有意思的组合，像长江、黄河，金猴、虎牌，苹果、薰衣草，摩托罗拉、可口可乐，联想。

品牌文化

品牌文化是一个新产品和新品牌的灵魂，根据企业或产品特性和特点梳理提炼出精炼的品牌文化，塑造产品品牌核心竞争力，用品牌文化影响你的消费群体，比如：广告语、参与倡导公益事业，品牌文化是影响消费者记忆的重要元素，一

般人们会记住广告语联想到品牌。如：今年过节不送礼，送礼只送脑白金，生活可以更美的—美的，掌握核心技术—格力，真诚到永远—海尔。

品牌推广传播

品牌推广传播有多种方式：新产品上市发布会、展会、公关活动、媒体。品牌精准传播，才能起到良好的效果，目前，平面、电视、网络、手机媒体选择众多，要根据自身产品的定位，选择精准的媒体传播群，进行传播，才能达到精准的推广传播效果。

新产品上市推广会，适合大部分产品上市做的推广活动，根据自身企业的推广预算，设计符合预算规格的发布会，一般要在选择场地、权威嘉宾或明星、选择媒体和监督、发布会内容设计、新闻稿件内容规划等做好选择和设计，才能达到发布会的目的预期效果。

展会一般是比较直接展销的方式，是比较好的营销模式，比如广交会，在展会上，应该做到适合自身品牌定位特点的进行装饰设计，突出展会的展示专业、大气、简洁实用。比如定位是展示品牌形象和品牌产品技术、还是展示品牌种类实力，在展示设计和摆放上，贴近专业和人性化，便于参观展览讲解和谈判、留言。

公关活动是近几年很多品牌传播的方式最常见的传播营销，比如：行业峰会、论坛、交流会、公益活动、新产品推广会，公关活动对于树立品牌和营销品牌起到很关键性的作用，如有些产品只做活动营销和会议营销，就产生很大的销量，如百姿床垫，还有面对政府和企业为消费群体的产品，都适合做活动营销传播。

媒体传播要细分媒体所覆盖的消费群体，进行精准媒体覆盖，增强传播的有效和力度，比如媒体分为中央、综合、行业、

社会都市、财经、娱乐、生活，他们覆盖的消费群体不一样，还有媒体属性电视、平面、网络、新媒体手机，要根据企业的传播预算制定选择精准的媒体传播渠道，实现企业产品品牌传播目标。