一、目录  
  
1、序言（说明方案的背景、制定原因并概述其目的和用途的部分）  
  
2、执行摘要（以简明的方式表述方案的要点：方案依据的主要假设；方案的目标；执行方案的时间范围）  
  
3、形势分析  
  
假设  
  
销售（历史/预算）  
  
战略市场  
  
主要产品  
  
主要销售区域  
  
4、营销目标  
  
5、营销策略  
  
6、一览表  
  
7、销售促进  
  
8、预算与损益表  
  
9、控制  
  
10、更新程序  
  
所谓人要衣装，佛要金装”一份条理清晰，版面活泼的营销策划书，对于提高说服力和接受度有极大的帮助。  
  
  
营销策划书没有固定的格式，但却有必备的项目或条件，以及构思、表现等方面的技巧。  
  
  
营销策划书包含的内容：5W1H1E  
  
WHAT是指执行什么策划方案  
  
WHO谁执行策划方案  
  
WHY为什么执行策划方案  
  
WHERE在何处执行策划方案  
  
WHEN在何时执行策划方案  
  
HOW如何执行策划方案  
  
EFFECT要有看得见的结论和效果  
  
2、营销策划书为谁而写  
  
1、营销策划书90%不是为自己写的。  
因为我们在思考问题时，往往只根据自己的知识和掌握的资料得出最终的结论，而不是将整个整理出策划书。  
  
  
2、营销策划书是一种说服性材料，它通过使人信服的材料为提案者和接受方在营销策划的实施中提供了通用的语言。  
  
  
3、作用：  
  
是为了实现自己的目的而说服周围的人；  
  
是通过策划书来实现别人的目的。  
  
  
4、目的：是未来理想和价值观的努力对象。  
  
  
5、目标：是为了实现具体的目的而设定的直接对象。  
  
  
为了实现目的，必须设定若干个目标。  
如果忘记这一点，一口气冲向目的，便会遇到挫折。  
目的是超越时间的概念，但是很多策划人往往把目的当成目标，这样在目的不能很快实现的情况下，就会使策划人产生挫折感。  
  
  
如果没有明确的目的，仅仅在当前的目标周围打转，就会为别人或别的企业创造向下一个目标和目的前进的机会。  
  
  
因此，将目的与目标混淆是非常危险的。  
  
  
3、营销策划书怎样书写  
  
建立营销策划书的框架体系。  
  
  
整理资料  
  
设计营销策划书的版面，使营销策划书赏心悦目。  
  
  
策划书要做到简单明了。  
  
  
4、书写策划书的步骤  
  
STEP1、构建营销策划书的框架  
  
在书写策划书之前，先用因果关系图（也称树状图）将有关概念和框架汇集与一张纸上，以描述策划整体构想，其目的在于将核心问题、内外环境因素，以及解决问题的思路清晰地展示出来。  
  
  
STEP2、整理资料  
  
在汇集资料时，应先对资料加以整理、分类，再按照营销策划书的框架顺序一一列入，绝对不允许将无关紧要的资料硬塞进策划书中。  
  
  
STEP3、版面设计  
  
?确定版面的大小  
  
?每页标题的位置  
  
?在版面中的哪个位置放置文本，哪个位置安放图片  
  
?确定页码的位置与设计  
  
?目录的设计排列不应该一成不变，防止刻板老套  
  
?多运用图表、图片、插图、曲线图以及统计图表等，并辅之以文字说明，增加可读性。  
  
  
?在标题前加上统一的识别符号或图案来作为策划内容的视觉识别；  
  
?自行设计的文字符号将会产生一想不到的效果，应该适当加以应用。  
  
  
?标题可以分为主标题、副标题、标题解说等，通过这种简练的文字，使策划书的内容与层次一目了然。  
  
  
?版面内容：  
  
?封面  
  
?目录  
  
?前言  
  
?规划目标  
  
?情景分析  
  
?方案说明  
  
?使用资源、预期效果及风险评估  
  
?策划摘要  
  
?策划背景、动机  
  
?策划内容  
  
?实施的日程计划等。  
  
  
STEP4、营销策划书书写技巧  
  
?前言的撰写最好采用概括力强的方法，如采用流程图或系统图等；  
  
?在书写之前，先在一张图纸上反映出计划的全貌；  
  
?巧妙利用各种图表；  
  
?策划书的体系要井然有序，局部也可以用比较轻松的方式来表述；  
  
?在策划书的各部分之间要做到承上启下；  
  
?要主义版面的吸引力。  
  
  
STEP5、营销策划书中必备项目  
  
1、封面  
  
呈报对象，文件种类，策划名称（策划主题副标题）策划者姓名及简介（小组名称、成员名称：单位、职称和姓名）策划制作年、月、日，编号及总页数  
  
2、目录  
  
3、策划目的（前言）  
  
4、内容的简要说明（策划摘要）  
  
5、策划内容的详细说明（策划的背景、动机，环境分析，目标，营销策略等）  
  
（策划书内容的正文部分，表现方式为简单明了，使人一看就容易理解，形式：文字、照片、图片、统计图或表等）  
  
6、策划费用预算  
  
7、策划实施时的步骤说明以及计划书（时间、人员、操作等的计划表）  
  
8、策划的预期效果（使用资源、预期效果及风险评估）  
  
9、对本策划问题症结的想法  
  
10、可供参考的策划案、文献、案例等  
  
11、如果有第二、第三备选方案时，列出其概要  
  
12、实施中应注意的事项。  
  
  
注意：当项目相对简单时，有1、----6、项就可以了。  
如果为了实施简便起见，把7、和8、加进去更好。  
如果要更详细说明时，9、至12、就有必要加进去。  
  
  
5、策划内容的详细说明  
  
1、情景分析  
  
形势分析  
  
假设  
  
销售（历史/预算）  
  
战略市场  
  
主要产品  
  
主要销售区域  
  
2、营销目标  
  
目标必须满足SMART要求：  
  
S重要性M可度量性A可实现性R相关性T时效性  
  
3、营销策略  
  
4PS组合策略：产品价格分销促销  
  
4、一览表  
  
5、销售促进  
  
6、预算与损益表  
  
六、策划的预期效果  
  
在营销策划书中，应对方案执行过程中所需的人力、物力、财力以及可能产生的有形和无形成本负担进行评估。  
同时对方案何时产生收益、产生多少收益以及方案有效收益期的长短等也必须进行评估。  
另外，内外环境的变化，不可避免地会给方案的执行带来一些不确定性，也就是我们说的风险，因此，当环境变化时，是否有应变措施，失败的概率有多少，造成的损失是否会危及企业的生存等也要在策划书中加以说明。  
  
  
市场营销策划书案例  
  
产品策划思路与格式  
  
1.封面：  
  
?文案名称，可以有付标题  
  
?策划人  
  
?委托单位  
  
?策划时间  
  
2.前言  
  
?内容：  
  
?1）策划任务的由来；为什么要策划。  
  
  
?2）简述策划背景  
  
?3）策划目标  
  
?4）策划指导思想与策划思路  
  
?5）执行方案后预期达到的水平  
  
3.目录  
  
?反映策划过程与思路  
  
?要求：  
  
?思路清晰  
  
?有页码  
  
4.宏观环境分析  
  
?侧重影响策划产品的政策、人口、经济等内容，影响不大的话，此部分可以略。  
  
  
5.行业背景分析  
  
?1）行业发展状况——了解行业未来趋势  
  
?2）行业中各类企业状况分析——了解该行业竞争、产品、等等状况和本企业在行业中的地位与作用  
  
?3）竞争分析  
  
6.企业背景分析  
  
?企业规模；  
  
?生产能力；  
  
?资金状况；  
  
?技术状况；  
  
?营销状况；  
  
?品牌状况  
  
?比较优势与行业中的地位  
  
7.市场环境分析  
  
?1）市场现有产品状况：品种、规格、品牌、款式、价格、经营方式、促销方式等等。  
  
  
?2）顾客需求状况  
  
8.目标市场战略之细分市场  
  
?A.细分市场的标准  
  
?格式：1）按照年龄分(10-20;20-30;30-40)  
  
?2）按照地域分（东北；西北；华南）  
  
?选择此细分市场标准原因  
  
?B.细分市场  
  
?格式：细分市场1（10-20；东北）市场特点；市场容量。  
  
  
?目标市场战略之目标市场确定  
  
?1）选择目标市场  
  
?2）选择该目标市场的原因  
  
?3）目标市场顾客特性分析  
  
?目标市场战略之市场定位  
  
?1）列举目标顾客需求  
  
?2）主要需求分析  
  
?3）描述顾客喜欢的产品形象。  
要求具体、形象、准确。  
  
  
9.概念产品  
  
?根据完全产品概念描述产品构成的每一部分  
  
?格式:  
  
?核心产品：功能——  
  
?特性——  
  
?形式产品：价格——原理——材料——  
  
?包装——等等  
  
10.产品方案  
  
?1）完整描述产品。  
最好有产品样图。  
解决产品是什么样子问题。  
  
  
?2）产品概略营销方案。  
主要解决怎样使得目标顾客对产品的看法与策划者一致问题。  
一般包括  
  
?产品诉求点；  
  
?渠道方式  
  
?促销方式；广告形式、价格档次等等  
  
整理资料  
  
设计营销策划书的版面，使营销策划书赏心悦目。  
  
  
策划书要做到简单明了。  
  
  
4、书写策划书的步骤  
  
STEP1、构建营销策划书的框架  
  
在书写策划书之前，先用因果关系图（也称树状图）将有关概念和框架汇集与一张纸上，以描述策划整体构想，其目的在于将核心问题、内外环境因素，以及解决问题的思路清晰地展示出来。  
  
  
STEP2、整理资料  
  
在汇集资料时，应先对资料加以整理、分类，再按照营销策划书的框架顺序一一列入，绝对不允许将无关紧要的资料硬塞进策划书中。  
  
  
STEP3、版面设计  
  
?确定版面的大小  
  
?每页标题的位置  
  
?在版面中的哪个位置放置文本，哪个位置安放图片  
  
?确定页码的位置与设计  
  
?目录的设计排列不应该一成不变，防止刻板老套  
  
?多运用图表、图片、插图、曲线图以及统计图表等，并辅之以文字说明，增加可读性。  
  
  
?在标题前加上统一的识别符号或图案来作为策划内容的视觉识别；  
  
?自行设计的文字符号将会产生一想不到的效果，应该适当加以应用。  
  
  
?标题可以分为主标题、副标题、标题解说等，通过这种简练的文字，使策划书的内容与层次一目了然。  
  
  
?版面内容：  
  
?封面  
  
?目录  
  
?前言  
  
?规划目标  
  
?情景分析  
  
?方案说明  
  
?使用资源、预期效果及风险评估  
  
?策划摘要  
  
?策划背景、动机  
  
?策划内容  
  
?实施的日程计划等。  
  
  
STEP4、营销策划书书写技巧  
  
?前言的撰写最好采用概括力强的方法，如采用流程图或系统图等；  
  
?在书写之前，先在一张图纸上反映出计划的全貌；  
  
?巧妙利用各种图表；  
  
?策划书的体系要井然有序，局部也可以用比较轻松的方式来表述；  
  
?在策划书的各部分之间要做到承上启下；  
  
?要主义版面的吸引力。  
  
  
STEP5、营销策划书中必备项目  
  
1、封面  
  
呈报对象，文件种类，策划名称（策划主题副标题）策划者姓名及简介（小组名称、成员名称：单位、职称和姓名）策划制作年、月、日，编号及总页数  
  
2、目录  
  
3、策划目的（前言）  
  
4、内容的简要说明（策划摘要）  
  
5、策划内容的详细说明（策划的背景、动机，环境分析，目标，营销策略等）  
  
（策划书内容的正文部分，表现方式为简单明了，使人一看就容易理解，形式：文字、照片、图片、统计图或表等）  
  
6、策划费用预算  
  
7、策划实施时的步骤说明以及计划书（时间、人员、操作等的计划表）  
  
8、策划的预期效果（使用资源、预期效果及风险评估）  
  
9、对本策划问题症结的想法  
  
10、可供参考的策划案、文献、案例等  
  
11、如果有第二、第三备选方案时，列出其概要  
  
12、实施中应注意的事项。  
  
  
注意：当项目相对简单时，有1、----6、项就可以了。  
如果为了实施简便起见，把7、和8、加进去更好。  
如果要更详细说明时，9、至12、就有必要加进去。  
  
  
5、策划内容的详细说明  
  
1、情景分析  
  
形势分析  
  
假设  
  
销售（历史/预算）  
  
战略市场  
  
主要产品  
  
主要销售区域  
  
2、营销目标  
  
目标必须满足SMART要求：  
  
S重要性M可度量性A可实现性R相关性T时效性  
  
3、营销策略  
  
4PS组合策略：产品价格分销促销  
  
4、一览表  
  
5、销售促进  
  
6、预算与损益表  
  
六、策划的预期效果  
  
在营销策划书中，应对方案执行过程中所需的人力、物力、财力以及可能产生的有形和无形成本负担进行评估。  
同时对方案何时产生收益、产生多少收益以及方案有效收益期的长短等也必须进行评估。  
另外，内外环境的变化，不可避免地会给方案的执行带来一些不确定性，也就是我们说的风险，因此，当环境变化时，是否有应变措施，失败的概率有多少，造成的损失是否会危及企业的生存等也要在策划书中加以说明。  
  
  
市场营销策划书案例  
  
产品策划思路与格式  
  
1.封面：  
  
?文案名称，可以有付标题  
  
?策划人  
  
?委托单位  
  
?策划时间  
  
2.前言  
  
?内容：  
  
?1）策划任务的由来；为什么要策划。  
  
  
?2）简述策划背景  
  
?3）策划目标  
  
?4）策划指导思想与策划思路  
  
?5）执行方案后预期达到的水平  
  
3.目录  
  
?反映策划过程与思路  
  
?要求：  
  
?思路清晰  
  
?有页码  
  
4.宏观环境分析  
  
?侧重影响策划产品的政策、人口、经济等内容，影响不大的话，此部分可以略。  
  
  
5.行业背景分析  
  
?1）行业发展状况——了解行业未来趋势  
  
?2）行业中各类企业状况分析——了解该行业竞争、产品、等等状况和本企业在行业中的地位与作用  
  
?3）竞争分析  
  
6.企业背景分析  
  
?企业规模；  
  
?生产能力；  
  
?资金状况；  
  
?技术状况；  
  
?营销状况；  
  
?品牌状况  
  
?比较优势与行业中的地位  
  
7.市场环境分析  
  
?1）市场现有产品状况：品种、规格、品牌、款式、价格、经营方式、促销方式等等。  
  
  
?2）顾客需求状况  
  
8.目标市场战略之细分市场  
  
?A.细分市场的标准  
  
?格式：1）按照年龄分(10-20;20-30;30-40)  
  
?2）按照地域分（东北；西北；华南）  
  
?选择此细分市场标准原因  
  
?B.细分市场  
  
?格式：细分市场1（10-20；东北）市场特点；市场容量。  
  
  
?目标市场战略之目标市场确定  
  
?1）选择目标市场  
  
?2）选择该目标市场的原因  
  
?3）目标市场顾客特性分析  
  
?目标市场战略之市场定位  
  
?1）列举目标顾客需求  
  
?2）主要需求分析  
  
?3）描述顾客喜欢的产品形象。  
要求具体、形象、准确。  
  
  
9.概念产品  
  
?根据完全产品概念描述产品构成的每一部分  
  
?格式:  
  
?核心产品：功能——  
  
?特性——  
  
?形式产品：价格——原理——材料——  
  
?包装——等等  
  
10.产品方案  
  
?1）完整描述产品。  
最好有产品样图。  
解决产品是什么样子问题。  
  
  
?2）产品概略营销方案。  
主要解决怎样使得目标顾客对产品的看法与策划者一致问题。  
一般包括  
  
?产品诉求点；  
  
?渠道方式  
  
?促销方式；广告形式、价格档次等等  
  
（策划书内容的正文部分，表现方式为简单明了，使人一看就容易理解，形式：文字、照片、图片、统计图或表等）  
  
6、策划费用预算  
  
7、策划实施时的步骤说明以及计划书（时间、人员、操作等的计划表）  
  
8、策划的预期效果（使用资源、预期效果及风险评估）  
  
9、对本策划问题症结的想法  
  
10、可供参考的策划案、文献、案例等  
  
11、如果有第二、第三备选方案时，列出其概要  
  
12、实施中应注意的事项。  
  
  
注意：当项目相对简单时，有1、----6、项就可以了。  
如果为了实施简便起见，把7、和8、加进去更好。  
如果要更详细说明时，9、至12、就有必要加进去。  
  
  
5、策划内容的详细说明  
  
1、情景分析  
  
形势分析  
  
假设  
  
销售（历史/预算）  
  
战略市场  
  
主要产品  
  
主要销售区域  
  
2、营销目标  
  
目标必须满足SMART要求：  
  
S重要性M可度量性A可实现性R相关性T时效性  
  
3、营销策略  
  
4PS组合策略：产品价格分销促销  
  
4、一览表  
  
5、销售促进  
  
6、预算与损益表  
  
六、策划的预期效果  
  
在营销策划书中，应对方案执行过程中所需的人力、物力、财力以及可能产生的有形和无形成本负担进行评估。  
同时对方案何时产生收益、产生多少收益以及方案有效收益期的长短等也必须进行评估。  
另外，内外环境的变化，不可避免地会给方案的执行带来一些不确定性，也就是我们说的风险，因此，当环境变化时，是否有应变措施，失败的概率有多少，造成的损失是否会危及企业的生存等也要在策划书中加以说明。  
  
  
市场营销策划书案例  
  
产品策划思路与格式  
  
1.封面：  
  
?文案名称，可以有付标题  
  
?策划人  
  
?委托单位  
  
?策划时间  
  
2.前言  
  
?内容：  
  
?1）策划任务的由来；为什么要策划。  
  
  
?2）简述策划背景  
  
?3）策划目标  
  
?4）策划指导思想与策划思路  
  
?5）执行方案后预期达到的水平  
  
3.目录  
  
?反映策划过程与思路  
  
?要求：  
  
?思路清晰  
  
?有页码  
  
4.宏观环境分析  
  
?侧重影响策划产品的政策、人口、经济等内容，影响不大的话，此部分可以略。  
  
  
5.行业背景分析  
  
?1）行业发展状况——了解行业未来趋势  
  
?2）行业中各类企业状况分析——了解该行业竞争、产品、等等状况和本企业在行业中的地位与作用  
  
?3）竞争分析  
  
6.企业背景分析  
  
?企业规模；  
  
?生产能力；  
  
?资金状况；  
  
?技术状况；  
  
?营销状况；  
  
?品牌状况  
  
?比较优势与行业中的地位  
  
7.市场环境分析  
  
?1）市场现有产品状况：品种、规格、品牌、款式、价格、经营方式、促销方式等等。  
  
  
?2）顾客需求状况  
  
8.目标市场战略之细分市场  
  
?A.细分市场的标准  
  
?格式：1）按照年龄分(10-20;20-30;30-40)  
  
?2）按照地域分（东北；西北；华南）  
  
?选择此细分市场标准原因  
  
?B.细分市场  
  
?格式：细分市场1（10-20；东北）市场特点；市场容量。  
  
  
?目标市场战略之目标市场确定  
  
?1）选择目标市场  
  
?2）选择该目标市场的原因  
  
?3）目标市场顾客特性分析  
  
?目标市场战略之市场定位  
  
?1）列举目标顾客需求  
  
?2）主要需求分析  
  
?3）描述顾客喜欢的产品形象。  
要求具体、形象、准确。  
  
  
9.概念产品  
  
?根据完全产品概念描述产品构成的每一部分  
  
?格式:  
  
?核心产品：功能——  
  
?特性——  
  
?形式产品：价格——原理——材料——  
  
?包装——等等  
  
10.产品方案  
  
?1）完整描述产品。  
最好有产品样图。  
解决产品是什么样子问题。  
  
  
?2）产品概略营销方案。  
主要解决怎样使得目标顾客对产品的看法与策划者一致问题。  
一般包括  
  
?产品诉求点；  
  
?渠道方式  
  
?促销方式；广告形式、价格档次等等  
  
5.行业背景分析  
  
?1）行业发展状况——了解行业未来趋势  
  
?2）行业中各类企业状况分析——了解该行业竞争、产品、等等状况和本企业在行业中的地位与作用  
  
?3）竞争分析  
  
6.企业背景分析  
  
?企业规模；  
  
?生产能力；  
  
?资金状况；  
  
?技术状况；  
  
?营销状况；  
  
?品牌状况  
  
?比较优势与行业中的地位  
  
7.市场环境分析  
  
?1）市场现有产品状况：品种、规格、品牌、款式、价格、经营方式、促销方式等等。  
  
  
?2）顾客需求状况  
  
8.目标市场战略之细分市场  
  
?A.细分市场的标准  
  
?格式：1）按照年龄分(10-20;20-30;30-40)  
  
?2）按照地域分（东北；西北；华南）  
  
?选择此细分市场标准原因  
  
?B.细分市场  
  
?格式：细分市场1（10-20；东北）市场特点；市场容量。  
  
  
?目标市场战略之目标市场确定  
  
?1）选择目标市场  
  
?2）选择该目标市场的原因  
  
?3）目标市场顾客特性分析  
  
?目标市场战略之市场定位  
  
?1）列举目标顾客需求  
  
?2）主要需求分析  
  
?3）描述顾客喜欢的产品形象。  
要求具体、形象、准确。  
  
  
9.概念产品  
  
?根据完全产品概念描述产品构成的每一部分  
  
?格式:  
  
?核心产品：功能——  
  
?特性——  
  
?形式产品：价格——原理——材料——  
  
?包装——等等  
  
10.产品方案  
  
?1）完整描述产品。  
最好有产品样图。  
解决产品是什么样子问题。  
  
  
?2）产品概略营销方案。  
主要解决怎样使得目标顾客对产品的看法与策划者一致问题。  
一般包括  
  
?产品诉求点；  
  
?渠道方式  
  
?促销方式；广告形式、价格档次等等