

校园销售策划书10篇

充实的工作生活一不留神就过去了，很快就要开展新的工作了，当然要定好新的目标，是时候静下心来好好写写策划书了。快来参考策划书是怎么写的吧，以下是小编整理的校园销售策划书，欢迎大家分享。

校园销售策划书1

一、背景

十字绣是一种起源与欧洲的手艺，最初是在宫廷中风行，后来传入民间。人们可以按照自己的兴趣爱好，制作自己喜爱的图案，用来装饰日用品，手机链，卡套，钱包，抱枕，各式背包，台布，壁画等等，自娱自乐，体现出个人风格，作为送给亲人，恋人，朋友的礼物有意想不到的收获。在压力越来越大的现代社会，十字绣不仅是一种减压方法，更已成为一种新的休闲时尚。

二、当前营销状况分析

(一)分析市场状况

十字绣存在着学习简单的优点，而且对绣者的手艺要求也不高，因此只要掌握一定的方法，绣出非常优质的十字绣并不难，但市场上的十字绣成品却非常的昂贵，对一般的消费者来说，竟成了一种奢侈品。因此，这些业余的十字绣爱好者正好可以以较低的价格赢得消费者的喜爱。

(二)竞争对手状况：

1、南宁也有几家十字绣店，但价格太高不符合大学生的购买，我们的价格比较合适大学生。

2、南宁的几家十字绣店的服务不到位，我们可以送货上门。手把手教绣及时解决他们的问题。

3、我们可以在我们的能力范围内帮他们设计他们想要的十字绣。

4、我们的十字绣质量好比市场价格稍低

(三) 目标客户状况分析

目前，十字绣越来越受大学生的欢迎。我们的客户主要针对本校学生和老师和周边学校的学生和老师。

1、大学生：

学生在平时空闲是可以动手做一些手工艺品，十字绣是不错的选择。他们可以绣一些挂件(卡套，手机袋，手机挂件等)送朋友或同学。且十字绣简单，价格也合适。

2、老师：

老师空闲是也可以绣一些抱枕或壁画送亲朋好友。

三、机会与问题

1、优势：

①价格便宜

②服务周到(现场教绣，精美包装，配送物品)

③产品质量好

- ④手工艺品更能表示心意，更有纪念价值
- ⑤目前学校周边还没有十字绣店，有一定市场
- ⑥种类多样化

2、劣势：

- ①资金不足
- ②货源不足
- ③对十字绣的知名度不高
- ④竞争对手多

四、营销策略

(一)产品(十字绣半成品)

主要营销的产品是：

- 1、卡套(成品可以用来装银行卡、各类小片类等)
- 2、手机套(成品可装手机、人民币等)
- 3、壁画(成品具有观赏价值、装饰房间等)
- 4、小挂件(成品可用来装饰包包等)
- 5、抱枕
- 6、钱包

(二)价格

目前，真爱品牌的十字绣，价格低质量好并得到保证。而且价格比南宁外面卖的便宜，比较适合学生。我们提供特色服务和现场教绣，也给顾客留下联系方式，顾客有什么问题可以联系我们，我们及时帮他们解决问题。我们也可以在我们能力范围内针对顾客要求设计他们想要的十字绣风格。我们的宗旨就是满足顾客的需求。

校园销售策划书2

一、前言

在经济和网络并济发展的高速时代，电脑的普及与网络技术的纯熟，已深深的改变了当代大学生的生活习惯，人们对网络购物已不再陌生。相信大家对凡客诚品会有一些的熟悉感，在你平时上网浏览网页的时候80%能看到它的广告影子，VANCL凡客诚品精心打造的产品，舒适的购物流程，周到的服务，以及企业越来越注重营造的品牌文化，吸引了大批客户。我们通过对本校学生网络购物的综合调查分析，以提高凡客诚品在本校的推广，我们做了一整套营销策略方案。

例如：1. 对于快要毕业的大学生，仅仅一张毕业照对他们大学生活的怀念是不够的，而我们可以针对这一群体推出怀旧版DIY系列产品。

2. 对于网购菜鸟，我们可以通过在QQ空间、博客上分享一些网购经历，进而把凡客诚品在他们之间推广。

3. 赞助一些校园活动(校园篮球比赛，社团演出)的服装，以此来推广。

二、环境分析

大学生是网络购物的重要消费群体，他们崇尚美与个性，而通过传统的购物并不能满足他们的需求，但是通过网上购物，能够满他们多样化、多方位的需求。

三、策划目标

通过本方案的实施，以及学校各种活动轰炸式立体传播，迅速扩大凡客诚品在大学中的知名度，让凡客诚品在光谷大学城达到人尽皆知。我们运用体验营销，以顾客为中心，让他们实际感知产品或服务的品质。通过我们在大学校园间的推广，拉近企业与消费者之间的距离，让他们切实感知凡客诚品。

四、营销战略与具体行动

市场分析

就凡客诚品在大学生中的市场来分析，大学生是一群追求个性、时尚且易接受新鲜事物的群体，在现今网络时代的到来，更是为他们多方位，多样性的需求提供了一个平台。而凡客诚品是一个很好的网购平台，“爱网络，爱自由，爱晚起，爱夜间大排档，爱赛车，也爱29块的T-SHIRT，我不是什么旗手，不是谁的代言，我是韩寒，我只代表我自己。我和你一样，我是凡客。”凡客诚品以“快时尚”和“平民时尚”定位，平民的价格，高端的质量，个性，新潮的服饰是大学生所钟爱的。就如我们学校而言，我们学校地处郊区，而学校后街的服饰根本不能满足我们多样化、个性化的需求。我们大学城的公交车是我们噩梦一样的经历，出行购物更是痛苦，所以网络购物在大学生中是很有市场的，即节约时间又很享受。

消费者分析

我们大学城的消费群大部分没有经济独立，但他们愿意为他们个性、多彩、绚丽的青春买单，漂亮、独特、时尚的服饰张扬着他们青春的内心。VANCL提倡简单得体的生活方式，坚持国际一线品质、合理价位，致力于为互联网新兴族群提供高品质的精致生活，而当代大学生有比较强的品牌观念，注重品牌的占到了近八成。

产品定位

1. 市场定位：光谷的大学城的在校师生及在该区域内上班的白领阶层
2. 产品定位：快时尚、平民时尚

五、市场营销运作方案

1、对于即将毕业的学生，仅仅一张毕业照根本不能满足他们对大学时光的怀念，在我们学校每年的11月份就会有一批大三的学生离校，在他们离开之际，他们会组织一些纪念活动，而我们可以针对这一群体推出一系列纪念版的DIY纪念品，也许他们不会穿，但他们会留在心中作为纪念；也许他们会一起穿着他们共同DIY出来的衣服或者饰品来举行他们大学的最后一次毕业聚餐；也许他们会一起穿着他们共同DIY出来的衣服或者饰品来照他们大学里的最后一次毕业照。

2、在11月中旬的时候，我们学校会有很多社团活动，如音乐社的告别大三演唱会，会有很多新老学生前去观看，可以通过给他们赞助一些服饰，来推广凡客诚品。

在10月份的时候校园社团会招募新生，在校2食堂将会有很多社团摆台来展示他们的社团魅力以此来吸引新生，可以赞助街舞社团横幅与服装，在他们展示自我的同时可以推广凡客诚品。

在10月初的时候我校将会举行激情校园炫我风采第五届集体舞蹈大赛，届时各系将会统一服装，我们会在服装问题上与各舞蹈团队领导联系，还可以赞助演出奖品，

3、我们会通过博客、QQ等交流平台，在上面分享自己的网购经历与经验，引导购物菜鸟在网上购物，从而把凡客诚品在大学生中推广。

校园销售策划书3

一、活动目的

5月盛夏，为了迎接校园“娱乐竞赛”，丰富校园学术氛围，更好地展示我校特色文化，学生会网络部专门为全校开展了“计算机知识竞赛”。除了丰富学生的课外生活，让大家感受到计算机知识的趣味性和魅力，激发大家学习计算机知识的兴趣和热情，让学生对计算机知识有更深入的理解。

二、活动主题:

(感受计算机知识的乐趣，展示计算机知识的魅力)计算机知识竞赛

三、活动和要求

活动时间:5月15日

地点:16#XXX

活动形式:以班级为单位，开展现场室内竞赛活动，最后根据报名队伍数量确定一、二、三等奖队伍数量(注意:每个班级只能派出一个队伍，每个队伍最多3个)

报名方式:各班自行组队, 或者以某种形式在一个班内选择一个队, 最后各班委统一将名单发到邮箱:

四、前期工作安排

- 1、大量计算机知识数据的收集和整理。
- 2、发布入职通知和海报, 做好全部门的前期宣传工作
- 3、提前邀请活动期间的评委和嘉宾
- 4、准备活动期间所需的各种用品、道具和奖品
- 5、活动开始前的场地布置和人员组织
- 6、活动流程

本次计算机知识竞赛一般分为三个环节, 其中竞赛过程占据两个环节, 即预赛和决赛(参加预赛的几个队在预赛中选题后进入半决赛)

1、预赛(几个队)

所有队伍到指定部门进行笔试, 进入复赛的队伍根据分数确定。进入半决赛的队伍将经过另一轮笔试, 从最高分中选出决赛队伍进入决赛。

2、决赛(6支队伍)

“第一答阶段(6轮)。在这个阶段, 主持人宣布话题。主持人示意开始抢答后, 各队用手机答题, 答对30分, 答错20分(注:由于没有抢答装置, 活动主办方统一为各队配备同型号手机。在第一次回答之前, 手机会放在桌子上。只有当第一次回答开始时, 你才能拿起手机拨打某个电话

。如果某队在主持人发出开始答题信号前拿起或拨打手机，则视为犯规，扣20分取消其本次答题资格，其他队继续答题。)

“限时答题阶段(2轮)，各队自行选择题目(第一轮选题，各队按相反顺序进入此阶段；第二轮选题，各队按照进入本阶段的顺序在规定时间内答题。{60秒}

“爱拼才会赢(这个阶段包含一定的风险，主要是给每个队伍一个机会，用自己的勇气和运气做出最后的挣扎和挣扎)。

题型有三种，分别是×1、2、×1、4、×1、5，即回答正确的话，在总分的基础上分别乘以1、2、1、4、1、5；回答错了分别扣50，80，100分。在这个阶段，每个团队都有选择的机会，可以用也可以不用；每个团队选择题目的顺序与进入这个阶段的顺序相反(这个阶段可以采用实时打分，以保证其他团队充分考虑是否以及如何选择题目)

3、颁奖环节

主持人宣布了各队的最终比分，并宣布了获胜队。嘉宾将向一、二、三等奖获奖团队颁发证书和奖品。活动结束后，请嘉宾对活动进行简短评论

五、资金预算

一等奖XX元；二等奖XX元；三等奖XX元；海报、展板XX元；代表队员和工作人员，用水(XX瓶)XX元；打印答题板XX元；马克笔(XX)XX元；证(x)，证(x) x元；——合计XX元八。可预见的困难、问题和细节

1、场馆的整体布局，包括代表、评委和嘉宾的座位安排，应充分考虑场馆条件、面向观众的方法和评分员。

2、为了保证活动的参与性和气氛，应确定足够的领导来控制活动的气氛和节奏，以确保活动期间不会出现尴尬的沉默。

3、确定足够的员工来维持秩序、分发礼物、传递麦克风等。

4、可以预见，在团队回答的中立位置，选手和主持人都会保持安静，观众中可能会出现骚动，主持人要及时维护秩序

5、为了保证活动的正常进行，应保证及时得分和及格分数

校园销售策划书4

一、大赛背景：

随着全国高校的扩招，以及近几年经济发展的状况，高校大学毕业生的就业形势日趋严峻，就业竞争的压力日益增大。应对这样一个形势，在校大学生只学习课本上的知识是远远不够的，我们必须适应社会的发展，学习更多的技能，以待在日后在成长路上走得更顺畅。我协会举行的此次校园营销策划大赛，将给予大家更多的社会实践的机会，提高同学们在未来求职道路上的竞争力，同时也为企业与学校、学生开展更广泛的交流建立一个平台。

二、大赛目的：

丰富当代大学生的业余生活及人生阅历，锻炼其动手动脑的实践能力。其次，提升企业知名度和影响力，树立和巩固良好的品牌形象，进行整体营销造势。

三、大赛主题：创营销时代，树专业品品牌

四、大赛内容及工作安排：

（一）、前期准备工作：

1、外联工作：

- （1）联系相关专业人士或团体、传媒等活动支持方
- （2）联系参与大赛的各学院及学生团体
- （3）联系校内友情参与提供即兴助演的社团及个人
- （4）负责到有关单位取道实物阶段比赛所需要的产品和材料

2、宣传工作：

- （1）负责整个活动前期的各类宣传工作（横幅悬挂、展板摆放、海报张贴等）
- （2）络信息部负责在博客 贴吧上做好所有宣传工作
- （3）邀请校内外记者跟踪关注

（二）、报名参赛阶段：

- 1、征收报名表：选手可组队参赛（不得超过6人），也可个人报名参赛。
- 2、发布策略单，公布比赛规则
- 3、请相关人士对选手进行赛前培训

(1) 内容安排：对营销策划有关方面知识进行专业指导，具体阐述有关策划案的写作，在写策划案过程的有关注意事项；讲授营销技巧，基本知识，并现场教授如何营销以及其他针对营销策划的准备情况。

(2) 具体安排：

- 1) 联系工作：选定主讲人以及其他具体事项
- 2) 安排工作：申请讲座地点，布置安排现场、调试设备
- 3) 宣传工作：利用海报进行通知
- 4) 介绍后阶段的系列工作
- 5) 申请活动地点

4、参赛选手咨询专家

(三) 策划案评比阶段：

- 1、参赛者撰写策划案
- 2、参赛者提交策划案

(1) 提交策划案打印稿（要求：作品切合主题，具有创新性和可操作性。对非专业参赛者不要求严格的策划格式）

(2) 10分钟以内的演示文稿进行讲解（要求：内容切题，可行性高，表述时 语言流畅，具有生动性）

3、专业老师对策划案进行评比，评出优秀的策划案以参加下一阶段比赛

附：对策划案的要求

1、策划案打印在A4纸，左右边距31.7mm，上下边距25.4mm。正文为宋体 四号字，1.5倍行距。

2、策划案字数要求5000字以内，另附一页提纲式策划要点，参赛队伍在讲解时需准备作品的演示文稿版本，时间控制在10分钟以内。

校园销售策划书5

一、 活动背景

中国人口众多，自然灾害频发，突发事件和安全生产形势十分严峻。目前我国应急安全教育的普及率还不高，2010年全国应急救护知识普及率只有1%，对群众开展逃生避险、自救互救等应急安全教育非常迫切和重要。

我国是一个多舛之国，近年来，在九百六十万平方公里的土地上每年发生着大大小小的灾难和事故，每天都发生，从汶川地震到玉树地震，上海火灾，我们都感同身受。我国的城市化又越来越高，人口集中越来越大，灾害来临损失也将越来越大，中国急救培训缺失很严峻，因此从我做起，从身边的事做起，学会基本的急救知识和防灾避险知识必须提上我们学习、工作、生活日程。急救知识培训和宣传是一项惠及个人、家庭、学校乃至国民的一项措施。

二、活动目的及意义

1、普及急救知识与技能。通过对学生的培训和亲身参与，使同学们初步掌握心肺复苏、止血包扎、骨折固定、伤员转运等基本知识和技能；增强

同学们的爱心急救意识，珍爱生命，关心他人。实现在紧急情况能达到“爱心自救和救助他人”。

2、培养红十字青少年的志愿者，并增强红十字会的校内影响力。通过活动，使同学们感悟红十字医务人员肩负的厚重的责任与平凡工作中不平凡的伟大，提高大家的思想道德修养，帮助同学们树立正确的世界观、人生观、价值观。

3、丰富同学们的课余时间与知识范围，增强同学们的团队合作精神。培养团队意识和人文情怀。

三、活动主题

“关爱生命，从关爱自己开始，了解急救，从我做起”

四、活动时间、地点

五、主办单位

主办单位：重庆大学红十字会

承办单位：重庆大学红十字会、重庆大学青年志愿者协会

协助单位及参与人员：市红十字会、重庆大学红十字会全体成员

六、活动流程之准备阶段

(1) 宣传：

1) 活动宣传海报A2规格多张

2) 各类知识宣传海报贴在展板上A1规格8张

3) 活动标题横幅一条

，宣传标语一条

5) 一个活动主题展板

(2) 资料准备

1) 中国红十字及重庆市红十字会概况及组织机构等介绍

2) 重庆大学红十字会基本情况及组织机构介绍

3) 重庆大学红十字会未来工作目标及方向机构改革等的ppt

4) 急救知识的视频、图片、ppt

5) 卫生急救知识问答试题。

(3) 设备器材准备

1) 急救器材

2) 心肺复苏器材准备

3) 骨折固定器材

4) 音响设备、屏幕设备

5) 签名墙

(4) 礼品准备

准备参与活动小礼品，要求具有红会特色及急救卫生特色，纪念小证书，某些赞助商提供的礼物

·七. 活动流程之培训阶段

(一) 校内报名同学参赛队从12月2日起在周日上午进行室内培

训

(二) 内部人员参赛队从12月2日起在周日上午进行专业急救培训

培训时长3小时(期间穿插亲自模拟训练)，由红十字专业老师进行培训

。

校园销售策划书6

一、行业背景

随着生活水平的提高，喝咖啡逐渐成为一种生活方式。在最能接受新鲜事物、消费能力强且稳定的校园里，自然成了咖啡安身立命的重要场所

。

咖啡已经成为人们交流和享受的重要场所。对于校园来说，是学习、聚会、交流和休闲的理想场所。

咖啡不仅仅是一种饮料，更是一种氛围文化和人生追求。校园咖啡厅不仅丰富了校园生活，也让文化素质高的师生享受到更高的品味和精神。

大学校园是人口极其密集的地方，消费市场稳定，需求旺盛，导致咖啡馆竞争激烈，容易模仿。

作为校园生活的补充和丰富，学校师生需要一个休闲、娱乐、学习和交流的方便场所。

二、行业概况分析

平时大学周围有很多餐饮娱乐场所，比如咖啡厅、茶座、ktv等。以长江大学为例，长江大学周边茶叶店、KTV林立，市场竞

争激烈。要想在激烈的竞争中取胜，就必须充分发挥自身优势，树立独特的形象和品牌文化，为客户创造差异化的价值。

三、市场分析

1、校园咖啡馆的优势

- (1)方便，地点设在学校周围，节省客户的时间和成本。
- (2)环境简单，适合学生，不复杂。
- (3)易于群体消费，让师生传递口碑，形成口碑效应。

2、校园咖啡馆的弊端

- (1)实力不如专业咖啡馆，影响力较弱。
- (2)消费群体单一，消费时间集中在中午和晚上，增加了运营费用。
- (3)业务领域有限，难以拓展发展。

3、校园咖啡厅的机遇

- (1)消费群体集中，消费潜力巨大。
- (2)学生是年轻人，一旦形成习惯和消费偏好，就容易形成顾客忠诚。
- (3)学校缺乏创新、有特色的咖啡馆。

4、校园咖啡馆的威胁

- (1)市场进入成本低，容易被竞争对手模仿跟进。
- (2)学校周边其他餐饮场所竞争激烈。

5、消费者分析

校园市场潜在客户的年龄、收入、消费习惯都比较简单，主要是学生和教师，其中学生人数最多，教职工人数较少，那么长江大学专科生人数最多，其次是本科生。在学校，宿舍，教室，食堂，迫切需要丰富生活。咖啡馆等休闲娱乐场所亟待丰富，为师生提供不同的选择。而且还有一个被忽略的人群，就是情侣。这需要一个两个人安静的世界，一个谈情说爱交流感情的地方，校园里的咖啡厅是最合适的地方。

四、行动计划

1. 咖啡馆环境

环境优雅、干净、舒适，这些都是咖啡馆必须享受的。环境、氛围、服务也是吸引消费者的重要原因。随着校园生活的丰富，学生的消费水平越来越高，对消费环境的要求也越来越高。除了清洁卫生，他们还希望进入校园咖啡厅时，能有一种很有创意的感觉，给学生留下很深的感官印象。

(1) 咖啡店要给人清新的感觉，不要有过多的装饰，但整体氛围要与咖啡店的文化相结合，体现咖啡的历史文化。

(2) 既然是咖啡店，那么咖啡的制作工艺就要正宗纯正，可以在显眼的地方制作咖啡，呈现给消费者。

(3) 保证咖啡厅内外的整洁和卫生间的地块。

(4) 要保证服务人员的素质，最好做到服装的统一和独特设计。

在开始服务工作之前，他们可以接受咖啡培训，了解咖啡的历史和知识。

(5)实时广告校园，传播咖啡文化。

2、产品策略

主要经营咖啡，然后可以经营其他饮料、小吃、便餐，也可以定制一些小礼品，促进品牌形象的建立，同时定期举办主题活动。

学生收入有限，所以从低到高依次推出带零食的基本饮料、单杯饮料、特别推荐、套餐等系列，并采用限时优惠和积分制。

3. 广告

在学校门口、食堂、图书馆等交通繁忙的地方张贴或散发传单。也可以在校园BBS上发消息。

校园销售策划书7

一、方案目的

美即队队长高远，队员陈文杰、陈天海现就读于清远职业技术学院。清远职业技术学院在高校团购网的支持下，举行“营销之星”比赛，对高校团购网的美即面膜在清职院内销售。本方案就是美即队为美即面膜在清职院内销售而写。通过本次方案，可以让高校团购网更加清楚的了解本团队的销售计划、销售目的以及本团队的销售精神，增加对本团队的信任！也可以让本团队的各成员认清自己的目标以及目前的市场形式，增加对市场的了解，为日后成功实施本方案打下结实的基础。为自己、为公司、为社会实现最大的价值！同时，也让清远职业技术学院的学生能够清楚地了解本产品——美即面膜。

二、校内销售环境分析

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/436154010215011010>