

文本复制检测报告单 (全文标明引文)

№: ADBD2020R_2020081117082420200817115130101973129675 检测时间: 2020-08-17 11:51:30

检测文献: 毛伟平_201704140106_湖北省武汉市东西湖区永旺综合百货公司绿色蔬菜促销方案促销活动策划方案

作者: 毛伟平

检测范围: 中国学术期刊网络出版总库
 中国博士学位论文全文数据库/中国优秀硕士学位论文全文数据库
 中国重要会议论文全文数据库
 中国重要报纸全文数据库
 中国专利全文数据库
 图书资源
 优先出版文献库
 高职高专院校联合比对库
 互联网资源 (包含贴吧等论坛资源)
 英文数据库 (涵盖期刊、博硕、会议的英文数据以及德国Springer、英国Taylor&Francis 期刊数据库等)
 港澳台学术文献库
 互联网文档资源
 源代码库
 CNKI大成编客-原创作品库
 个人比对库

时间范围: 1900-01-01至2020-08-17

检测结果

去除本人已发表文献复制比: ■ 3.7% 跨语言检测结果: 0%

引 去除引用文献复制比: 3.7% 总 总文字复制比: 3.7%

单 单篇最大文字复制比: 3.6% (汽评1601倪博 毕业设计)

重复字数: [105]	总字数: [2832]	单篇最大重复字数: [101]
总段落数: [1]	前部重合字数: [31]	疑似段落最大重合字数: [105]
疑似段落数: [1]	后部重合字数: [74]	疑似段落最小重合字数: [105]

指 标: 疑似剽窃观点 疑似剽窃文字表述 疑似自我剽窃 疑似整体剽窃 过度引用

表 格: 0 公 式: 没有公式 疑似文字的图片: 0 脚注与尾注: 0



(注释: ■ 无问题部分 ■ 文字复制部分 ■ 引用部分)

1. 毛伟平_201704140106_湖北省武汉市东西湖区永旺综合百货公司绿色蔬菜促销方案促销活动策划方案 总字数: 2832

相似文献列表

去除本人已发表文献复制比: 3.7%(105) 文字复制比: 3.7%(105) 疑似剽窃观点: (0)

1	汽评1601倪博 毕业设计 - 《高职高专院校联合比对库》- 2018-11-23	3.6% (101) 是否引证: 否
2	11.28 倪博 2018下半年常德日丰日产4s店逍客营销策划方案 - 《高职高专院校联合比对库》- 2018-11-30	3.6% (101) 是否引证: 否
3	倪博 毕业设计 8 - 《高职高专院校联合比对库》- 2018-12-10	3.6% (101) 是否引证: 否
4	保定市轩宇舜龙汽车销售服务有限公司营销策划书 丁扬(导师: 邵劼) - 《河北大学硕士论文》- 2013-05-01	3.3% (93) 是否引证: 否

原文内容

湖北省武汉市东西湖区永旺综合
百货公司绿色蔬菜促销方案

专业名称：
责任领导：
班级名称：
学生姓名：
指导教师：
设计题目：
应用英语
高英语3171班
毛伟平
龙向颖
李红雨
二零二零年四月

学生毕业设计成果

学生毕业设计成果真实性承诺书

本人郑重承诺：我所递交的毕业设计材料，是本人在指导老师的指导下独立进行完成的；除文中已经注明引用的内容外，不存在有作品（产品）剽窃和抄袭他人成果的行为。对本设计的共同完成人所做出的贡献，在对应位置已以明确方式标明。若被查出有抄袭或剽窃行为，或由此所引起的法律责任，本人愿意承担一切后果。

学生（确认签字）： 签字日期：2020.4

指导教师关于学生毕业设计成果真实性审核承诺书

本人郑重承诺：已对该生递交的毕业设计材料中所涉及的内容进行了仔细严格的审核，其成果是本人在的指导下独立进行完成的；对他人成果的引用和共同完成人所做出的贡献在对应位置已以明确方式标明。不存在有作品（产品）剽窃和抄袭他人成果的行为。若查出该生所递交的材料有学术不端的行为，或由此所引起的法律责任，本人愿意承担一切责任。

指导教师（确认签字）： 签字日期：2020.4

目录

一、成果简介	1
二、设计思路	1
三、设计过程	2
（一）活动主题	2
（二）活动目标	3
（三）时间地点	3
（四）对象选择	3
（五）活动方式	4
（六）实施安排	4
（七）宣传活动	4
（八）预算恰当	5
（九）意外防范	5
四、成果简介	7
（一）线上线下推广法	7
（二）活动可行性	7
五、收获与体会	8
参考文献	9

湖北省武汉市东西湖区永旺综合百货公司绿色蔬菜促销方案促销活动策划方案

一、成果简介

永旺是日本的零售及服务企业，还涉及专营店、便利店、物业服务行业。

由于永旺是一家知名百货超市，在知名度和市场竞争力方面也比较强、但是绿色蔬菜销售渠道并不完善，所以特意制做此促销策划方案，本公司欲投入3万元进行本次促销活动，希望通过此次活动，能够提高绿色蔬菜的销售量，本次活动采取线上线下的方式进行市场推广，采取市场调研的方法来了解市场需求和消费者需求，以及绿色蔬菜的市场前景，从而达到预期的促销效果。

二、设计思路

作为湖北省武汉市东西湖区的一家综合百货超市，永旺具有相当高的知名度。通过得到的数据资料，制定出了绿色蔬菜的促销活动策划方案，本策划方案最终目的是为了永旺能够在武汉市东西湖区得到更加广泛的推广提供助力。从而更大限度的提高永旺绿色蔬菜的知名度以及美誉度。

三、设计过程

（一）活动主题

绿色蔬菜健康姿态

（二）活动目标

作为湖北省武汉市东西湖区的一家综合百货超市，具有相当高的知名度。因为出色的服务态度受到了当地人以及外来游客的喜欢。为了让它能够得到更多人的喜欢。

1. 近期目标

通过本次促销活动，绿色蔬菜的销售量有显著提高，并且其形象得到消费者普遍认可，使消费者群体得到扩大。加强网络、线下、服务等基础性建设，树立起优质的产品形象和良好的服务印象。

2. 长期目标

成为武汉市东西湖区的绿色蔬菜第一的综合性百货超市。不断完善营销方法和服务质量，赢得更广大消费者的忠实信赖，实现可持续发展。成为绿色蔬菜销售渠道的主力军。

(三) 时间地点

1. 活动时间

2020年3月3日——2020年3月5日

2. 活动地点

武汉市东西湖区金银潭永旺百货超市

(四) 对象选择

此次活动的针对的对象是所有的消费者，尤其是中老年女性消费者。

根据调查，对绿色蔬菜比较需要的人群各年龄群体，特别是在家女性和减肥养身人群，他们有健康意识，他们注重生活质量，热爱绿色食品。而我们此次就定位于新鲜，绿色、健康的新颖风格，针对于所有人群。

(五) 活动方式

活动内容：

1. 会员折扣

凡是在活动期间（3月3日—3月5日），来购买的顾客办理会员卡，可以享受九折优惠，平时也可享有九五折优惠，并在会员生日那天还会回收到本店精心制作的生日礼品。

2. 免费送

在活动开始的第一天（3月3日），到店消费的前八十八名顾客可以免费领取一个带有本店标志独特定制的小饰品。

(六) 实施安排

1. 事前安排

2020年3月1日—3月2日，做好促销活动前的准备。

(1) 准备好促销活动所需要的道具，比如架子、桌子、场地布置道具等。

(2) 定好此次促销活动的工作人员，提前进行工作安排，做好事项准备。

(3) 确定好粗促销活动形式。

2. 事中安排

(1) 安排工作人员接待顾客，以先来后到的顺序接待顾客、与顾客进行沟通，向顾客介绍本次活动内容，了解顾客的需求。

(2) 安排后勤人员随时待命，以防货物短缺，后勤人员能够及时补货。

3. 事后安排

(1) 安排人员对场地及时进行卫生清理，整理店内物品摆放和整洁。

(2) 整理好所有的顾客资料，对每天来店里的顾客进行分析与评估，以便了解后续消费者带来的更大的利益。

(3) 统计本次活动的销受量和营业额。

(七) 宣传活动

1. 公众号发文推送

提前四天在公众号上推文，让更多的老顾客了解本店此次活动的时间地点以及主要内容。

2. 发送传单

在活动开始前三天在附件人流量大的地方发送，以便让更多的新老顾客了解本店的活动内容。

3. 朋友圈集评论

在活动开始前一周，在朋友圈发布此次活动的相关内容，让顾客转发，在活动开始之前集满40个“绿色蔬菜，健康姿态”的评论，可凭次来本店免费领取10元以内的蔬菜。

4. 商场宣传

与商场负责人协商，凡是在3月3日—3月5日来通程购物满888元，可凭发票来本店领取精心制作的大礼包一份，借此来宣传本店的此次活动，从而增大本店的销量。

(八) 预算恰当

2020年武汉市东西湖区永旺超市促销活动预算表

项目	数量	单价（元）	金额（元）	备注
传单印刷	6000	0.6	3600	
发单员	2	100*3	600	
优惠券印刷	800	0.3	240	
小饰品	800	3	2400	
场地布置			1800	
其他费用			1200	
合计			9840	

项目数量单价（元）金额（元）备注

传单印刷 6000 0.6 3600

发单员 2 100*3 600

优惠券印刷 800 0.3 240

小饰品 800 3 2400

场地布置1800

其他费用1200

合计9840

(九) 意外防范

1. 提前做好各项事物检查、核对好货物数量, 以便供货不足, 可方便及时供货。
2. 如果遇到刁钻爱挑剔的顾客之类的问题。
3. 各工作需悉各项货品的销售价格及活动内容。
4. 为了防止在活动期间意外的发生, 提前检查好店内摄像头、灯光、空调等电器是否能正常运行, 安排工作人员维护好店内秩序, 避免人多拥挤, 发生踩踏事件。
5. 为了防止活动期间出现冷场现象, 提前准备音响和小节目带动现场氛围, 避免冷场, 特此注意, 音量不要太大。

四、成果简介

(一) 线上线下推广法

本次促销活动主要是通过线上和线下的方式进行推广, 从而达到本次促销活动的目的, 增加本店的奶茶的销售量和利润, 开发新老顾客, 培养忠诚顾客。而线上线下推广法是最常见的推广方法, 也是最贴近顾客生活的方法, 也更加能引起顾客的注意力。

1. 线上推广

线上推广主要是通过微信集评论的方式体现, 微信集评论是在活动开始前一周, 在朋友圈发布此次活动的相关内容, 让顾客转发, 在活动开始之前集满40个评论, 可凭次来本店免费领取10元以内的蔬菜。

2. 线下推广

线下推广是通过在活动开始前三天在附近人流量大的地方发送传单, 以便让更多的新老顾客了解本店的活动内容, 以及商场宣传, 凡是在3月3日—3月5日来通程购物满888元, 可凭发票来本店领取精心制作的大礼包一份, 借此来宣传本店的此次活动, 从而增大本店的销售量。

(二) 活动可行性

本次促销活动通过自己查阅资料和调查、独立完成, 方案具有一定的可操作性和适用性。尽可能的节约了费用成本并且合理利用资源。

五、收获与体会

时光荏苒, 光阴飞逝, 时间过的好快呀, 这么快三年的大学生活就结束了。回看这三年的校园学习生活, 脑海里涌满着回忆。

经过这几个月的设计, 毕业设计也终于如愿完成, 回想着这几个月做毕业设计的过程, 甚有感触, 苦乐交杂, 困惑的同时又充满乐趣, 一切哭乐都尽在其中! 在没有接受任务以前觉得毕业设计就是对所学过的专业知识的一个总结, 但是通过这次做毕业设计发现毕业设计是一个全方面的总结。这也许是我在校提交的最后一份作业吧! 致谢我的指导老师和专业老师们的精心指导, 不辞劳累与辛苦为我们解说和调整, 我才能够顺遂的完成毕业设计。只是可惜再也听不到老师们的精彩授课了。

最好的老师不是直接告诉你答案, 而是激起你寻找答案的欲望, 您们的引导指引我向前, 谢谢。

参考文献

- [1] 马冬. 龙江森工集团绿色食品营销问题研究[D]. 东北林业大学, 2005.
- [2] 卢金标. 寻找有效营销的契合点强化营销策划的针对性——大别山绿色食品营销变革的几点启示[J]. 中国市场, 2012(22): 52-53.
- [3] 李宝强. 佳宙公司宠物食品促销策略研究[D]. 大连海事大学, 2012.
- [4] 鄂翠. 细分产品类别搞策划打开食品营销新境界[J]. 现代营销(经营版), 2007(07): 31.
- [5] 李婷. WS公司保健食品促销策略研究[D]. 广西大学, 2012.
- [6] 崔太平. 唐人神休闲食品促销战略研究[D]. 合肥工业大学, 2006.
- [7] 陶云彪. 食品品牌营销策划九大要诀[J]. 江西食品工业, 2005(02): 45-48.
- [8] 陈美云. 湖南宾馆传统节日辅营食品促销策略研究[D]. 湖南大学, 2006.

指 标

疑似剽窃文字表述

1. **显著提高, 并且其形象得到消费者普遍认可, 使消费者群体得到扩大。加强网络、线下、服务等基础性建设, 树立起优质的产品形象和良好的服务印象。**

说明: 1. 总文字复制比: 被检测论文总重合字数在总字数中所占的比例

2. 去除引用文献复制比: 去除系统识别为引用的文献后, 计算出来的重合字数在总字数中所占的比例

3. 去除本人已发表文献复制比: 去除作者本人已发表文献后, 计算出来的重合字数在总字数中所占的比例

4. 单篇最大文字复制比: 被检测文献与所有相似文献比对后, 重合字数占总字数的比例最大的那一篇文献的文字复制比

5. 指标是由系统根据《学术论文不端行为的界定标准》自动生成的

6. **红色**文字表示文字复制部分;**绿色**文字表示引用部分;棕色文字表示作者本人已发表文献部分

7. 本报告单仅对您所选择比对资源范围内检测结果负责



✉ amlc@cnki.net

 <http://check.cnki.net/>

 <http://e.weibo.com/u/3194559873/>

“中国知网”大学生论文检测系统（高职高专版）