# 最优s店营销活动策划（汇总16篇）

作者：心灵的归宿 更新时间：2024-03-28

*活动策划需要细致入微，注重细节，提供优质的服务体验。通过阅读以下范文，我们可以了解到一些行之有效的活动策划方法和技巧。营销活动策划活动内容：爱一个人是拔通电话时，忽然不知道说什么好，原来，只是想听听她(他)那熟悉的声音。此时此刻，你所爱的人*

活动策划需要细致入微，注重细节，提供优质的服务体验。通过阅读以下范文，我们可以了解到一些行之有效的活动策划方法和技巧。

**营销活动策划**

活动内容：爱一个人是拔通电话时，忽然不知道说什么好，原来，只是想听听她(他)那熟悉的声音。此时此刻，你所爱的人在你身边吗?想打电话给她(他)吗?诉说你心中永久的爱情密码吧!让你煲一次没完没了的爱情电话粥!

凡在活动期间来本店消费情侣戒1999元，送手机充值卡100元。

特别企划：爱你一万年(参考)。

活动地点：门前广场。

活动时间：预期为一个小时至一个半小时。

活动说明：钻戒是象征永恒的物品，在活动上推出“爱你一万年”企划与商品特性以及整个活动主题十分吻合。

活动布置：搭建一高台，铺上红色地毯，用彩色纸板、海报等，围绕“爱你一万年”发挥想象，制作各种造型，营造温馨活泼、充满浓情爱意的氛围。

活动引语：爱不是藏在心里，爱要大声说出来，爱要用行动来明证，拿出勇气，让爱接受三关考验!

第一关：说出你的爱。

当一份爱情摆在你面前的时候，也许你没有去珍惜，也许你没有机会向他或她坦白，现在给你一个机会，你就大胆勇敢的大声说出你的爱吧!让全世界都听到你的爱!

现场只要有青年男女敢在现场大胆表白他(她)对她(他)的爱情，就算过关，上场表白时间不得短于两分钟，可以用歌唱、肢体语言等各种方式表白，但其中必须提到“爱你一万年”五个字。

第二关：心灵默契。

主持人现场提三个问题：只要双方回答一致，就算过关。

第三关：吻。

既然你爱我，那就用行动来表示吧。何种形式吻都算过关(推动活动进入潮)。

奖品设置：

1.凡是参加活动顾客都将获赠一份价值50元的精美礼物，礼物包括玩具、手表、礼品等，一对顾客限领一份。

2.闯过三关的顾客将获赠一份神秘礼物，价值500元的“xx”首饰一件，限赠十份。

珠宝店销售的活动实施方案4。

活动主题：

国庆偶遇中秋怎一句划算了得!

浪漫婚礼季相约xxx。

活动时间：9月28日——10月8日。

一、钻戒“买一送一”

购柜台任意一枚钻戒，只需+299元即可再得一枚钻戒。

二、购xxx万纯9999黄金系列，每克直降20元。

满5克再送铸金摆件一个。

三、购纯银手镯，享免单5克!

四、旧饰换新颜，xxx来买单。

1.黄金“0”元换;。

2.黄、铂金高价免工费换钻石、彩金等系列，并享终身无忧换款服务;。

3.银饰“0”元换新款。

购物抽免单：凡进店购物，不论金额高低，均可挑选同等价位(黄金折半)银饰、玉器标签价产品参与幸运抽免单!到底是几折，由你说了算!

(游戏规则：俩组0-5的卡牌全部打乱，顾客进行俩次抽取后得到的数字就是挑选产品的最终折扣，折扣可享免单)。

1.传单20000份;。

2.录音一份;。

3.车载喷绘2面;。

4.门头玻璃喷绘2份;。

5.门头展架画4份;。

6.地贴15张;。

7.台卡8张;。

8.吊旗120张;。

9.红毯约30米。

**营销活动策划**

“美质原生浪漫之春”回馈顾客让利大酬宾活动。

体现原生自然美丽，xx化妆品为时尚的你打造精致健康肌肤。

1、利用季节优势，提升销售量。

2、该系列品牌品种自20xx年进入门店销售至今，销售额逐年递增，拥有一定的忠诚顾客，进一步扩大xx系列化妆品的`知名度和巩固忠诚度。

3、借势引进新顾客。

4、促销部份旧批次产品。

1、活动时间：x月x日—x月x日。

2、活动门店：xx店、xx店。

3、活动前业务工作准备：由xx化妆品专业老师到梧对员工在门店现场进行为期二天化妆品及产品知识、销售技巧速成培训。

（1）4月15—17日：顾客凭邀请函到店可获得xx化妆品小礼品一份+10元现金券一张。（现金券用于指定消费xx系列化妆品，可与其他买送活动重复参与）。

邀请函（即dm单形式，由企划部设计）：3000份，费用800元。

礼品计划量：200份。

现金券计划量：200张，面值2000元。

（2）买赠活动：赠品由xx化妆品厂家提供。

凡顾客一次性正价购买99元产品，获：价值28元高级保温杯一个。

凡顾客一次性正价购买198元产品，获：价值68元防紫外线太阳伞一把。

凡顾客一次性正价购买398元产品，获：价值198元品牌肩包。

（3）特价活动：

玫瑰洗面奶。

原价：38元。

特价：19。

绿茶莹肌冰露。

原价：89元。

特价：59元。

20xx阳光鲜活修护套。

原价：268元。

特价：188元。

茶树祛痘套。

原价：158元。

特价：99元+送高级保温杯一个。

补水抗敏套。

原价：298元。

特价：198元+送防紫外线太阳伞。

活力水润尊贵套。

原价：498元。

特价：398+送品牌香包。

5、推广操作形式：

（1）活动前三天以“邀请函”的形式由门店安排员工向事业单位和私企职员、学校老师、大学学生、街道和商场时尚女性派发。

（2）门店按xx化妆品客户资料做到每个电联通知活动。

（3）美肤顾问工作：专业老师现场设台为顾客做皮肤测试和专业护肤知识指导。

相关活动物资：展台、皮肤测试仪、帐棚、产品宣传展画。

（4）员工配合活动内容进行大力促销。

6、其他宣传形式：

（1）店外海报宣传：喷画二幅，40元。

（2）店内柜台包装：商品陈列丰满，放置产品宣传形象卡、活动内容宣传跳跳卡。

（3）音响辅助宣传：提前录音，反复播放活动内容。

dm单：800元。

现金券：2000元。

喷画：40元。

占道费：3天，二间店，200元。

费用合计：3040元。

说明：活动费用与销售产出比值是xx：xx。

**营销活动策划**

x网家居频道。

x网、x电视台、移动电视、x交通台。

x网作为x本土影响力的地产家居网络媒体，在x的购房人群中具有当之无愧的第一话语权。近五年的发展，奠定了数量巨大的.群众基础，同时也是x本土拥有最多开发商资源的网络媒体。

如何为已购房或已交房的业主提供更深入的服务，如何能够为业主提供更多资源，同时为商家整合零散资源，是我们接下来的发展方向。

针对这一现状，x网家居频道发起x建材联盟，通过x网已有资源，整合更多资源，通过线上、线下各种咨讯、活动，及整体网络媒体营销方案，切合市场发展和消费者需求，打造x、最有效的网络平台。

1、x本土建材、家居、家具品牌商家。诚信经营，良好的消费者口碑。有意拓展现有业务，具有一定的网络推广、营销意识，可配合建材联盟的推广、活动，真诚面对消费者推出有效的活动配合方案。

2、本联盟各品类建材暂只接受一个品牌参与。本联盟协议一年一签，不接受短期参与。

1、x网家居频道首页广告位12个月。

2、量身定做介绍甲方公司的专题页面。

4、二篇视频专访。（探店、样板房）。

5、一篇建材评测：结合贵公司的产品特性制作产品评测专题（图文）。

6、x论坛“家居装饰”版块高亮置顶帖，可在置顶帖内发布商家信息。

7、授权注册论坛账号，并使用贵公司的商标logo作为签名头像，该账号可在“家居装饰”版块内发布非广告内容。

8、开通x网网络店铺，协助建设网络店铺。

9、根据品牌营销推广需要，推送6次论坛内容到x网首页展示。

10、x网家装地图广告位，x网家装地图认证商家。

1、共享x网、x网所有用户资源，共享x网业主资源，付费使用x网短信平台。

2、优先参与x网公益活动。

1、联盟整体参与x网《家装课堂》活动。本活动与开发商交房周期同步，20xx年3月、6月、9月、12月各举办一期。由x网整合业主资源，联合开发商和家装联盟共同举办。

2、20xx年元旦、315、五一、十一、四大热门节点，联合建材联盟成员，由x网策划组织建材促销活动。

3、x网家装日记大赛活动支持品牌，日记大赛活动全程建材家居品牌合作。

1、x装修手册内页平面广告首选合作商家。（随看房、交房活动发放）。

2、x网“家装无敌券”套票首选合作商家。（随看房、交房活动发放）。

本方案为整体打包服务内容，不进行单项服务增减。

整体报价视选择网站广告位而不同。

注：本报价不包含现场活动经费及其它增值服务成本费用。上述费用视情况单独报价。x网家居频道通栏广告位：5.5万元/年x网家居频道1/2通栏广告位：4.5万元/年。

**营销活动策划**

1.活动奖品等资源内容2.资源数量，价格等参数3.展现形式或途径4.落实人员。

1.页面设计，图文排版2.文案内容3.功能点及功能内容。

包括：需沟通内容，联系人，联系方式，联系时间点1.服务客户沟通。

2.面向群体沟通。

1.活动内容调整2.活动时间调整3.活动激励调整4.其他。

1.可能风险2.控制预案3.需配合人员。

**营销活动策划**

为进一步加强我行的服务工作，不断提高服务效率，提升服务层次，塑造x银行的服务形象，打造x银行的服务品牌，用优质高效的服务推行我行各项经营工作。根据分行今年服务工作的指导精神，按照分行的安排，支行决定开展文明优质服务竞赛活动。活动实施方案如下：

通过此次活动，推进优质服务工作，以倡导行业文明规范服务为核心，以规范优质服务标准为向导，以建立和完善科学服务管理工作机制为重点，增强全员服务意识，不断提高服务水平，打造特色服务文化，树立和宣传服务先进典型，建设一流的服务团队，培育一流的服务文化，打造一流的服务品牌，展示一流的行业形象，提升吉林银行的服务品牌，构建“文明优质服务年”，促进支行业务发展。

为保证优质服务工作有序进行，支行成立文明优质服务竞赛活动领导小组，组成人员如下：

组长：x。

副组长：xxxx。

成员：x。

领导小组办公室。

主任：x。

副主任：xxxx。

成员：x。

具体工作由办公室组织实施，各部门给予配合。

活动分动员、实施、总结评比三个阶段进行。

（一）动员阶段（3月16日—3月25日）。

1、组织开展学习动员活动。一是召开中层干部会，学习贯彻《20xx年文明优质服务竞赛活动会议》精神，并传达给每位员工，形成落实材料。二是成立支行文明优质服务竞赛活动领导小组。建立“一把手”责任制，明确责任。三是结合工作实际，制定《xx文明优质服务竞赛活动实施方案》。四是召开全行员工动员大会，下发今年服务工作活动方案，明确活动目的，布置工作计划。

（二）实施阶段（3月26日—12月31日）。

根据分行的竞赛方案，支行将从一下四个方面开展此次文明优质服务竞赛工作。

1、制定措施，完善服务。

组织开展查摆服务当中问题。每个网点都要组织员工对本单位服务当中的问题进行查摆、梳理，制定整改措施，每个网点都要组织员工写出题为“如何参加优质文明服务竞赛的感想和体会”，自我约束自己，积极投身到竞赛活动中。积极报道活动中涌现的好人好事，总结经验，加强交流，促进工作，提高优质服务整体工作水平。

2、组织开展学习和技能培训、比赛。

（1）以《xx服务规范化标准及细则》和《xx营业网点标准化管理手册》为标准，定期组织理念培训和礼仪培训，从服务语言、服务态度、职业形象、服务纪律、服务技能、服务场所、服务设施等几个方面规范临柜人员的服务方法，促进各营业网点在服务上、管理上达到流程化、标准化，全面提升吉林银行优质文明服务水平。

（2）从网点标准化建设、接待客户水平、业务办理质量等方面开展练兵，着重培养大堂经理服务能力、柜员操作技能，选拔出优秀网点，参加在分行举办现场服务演示竞赛。

3、开展服务监督检查活动。对外公布监督电话，设立意见箱，及时妥善地处理客户投诉。针对投诉情况，支行将召开处理应急投诉事件经验交流会，对处理投诉率等突发事件得当、客户满意率高的进行现场讲演，以提高全行人员的处理投诉和应对突发事件的能力。

4、定期召开网点主任和大堂经理服务经验交流会。交流服务管理经验；总结服务中好的想法和做法；查找服务存在的问题和不足，对共性问题，研究解决办法。支行将聘请专业人员进行讲解，提升服务水准。

（三）总结评比阶段（20xx年6月末、12月末）。此次竞赛活动分两次评比，分别是半年小评、全年总评，上半年考评结果计入全年总分，年末总评进行奖励。支行将根据《xx服务规范化标准及细则》和《xx业网点标准化管理手册》的标准对各网点活动开展期间的服务工作进行全面检查、评比，并量化打分，进而产生先进集体和个人。

1、奖项设置。

半年奖项设置：网点人均业务量奖2个；文明优质服务集体奖2个（网点）。

全年奖项设置：文明优质服务先进集体（网点）2个，服务标兵2人，业务操作能手3人。

委屈奖3人。

2、奖励方式。

凡获奖单位、集体及个人，支行给予奖励并上报分行，分行将给予物质奖励及外出学习、考察奖励。

委屈奖由各网点推荐上报，经支行领导小组研究确定具体奖励措施。

3、处罚。

总行有效投诉一次的网点主任免职（有效投诉当事人下岗重新竞聘上岗），服务考评得分列分行后三名的营业网点，支行将对网点主任问责或对网点进行经济处罚。

银行方案。

**营销活动策划**

本课程是汽车营销专业的一门专业课，属专业考查课，通过对本课程的学习，对于学生掌握实际工作汽车服务企业汽营销活动策划的技能提高具有重要作用。本课程的先导课为《汽车应用材料》、《汽车服务企业管理》。

二、基本要求

通过本课程的学习，使学生对汽车服务企业营销活动策划流程有更深一步的了解和掌握，本课程，要求学生掌握汽车服务企业汽车营销策划的理论和方法，学习和运用现代化营销知识对汽车营销策划活动进行系统论述，实现理论教学与企业岗位无缝对接。

教学内容学时分配及要求

(一)、教学内容学时分配表

（二）、教学内容及要求（黑体五号）

**营销活动策划**

在每年的这一天，一直习惯过着单身的你是否感到寂寞、孤独、繁忙的学习与生活你是否糟糕透了?你忧郁的眼神表露出了你对美好生活的向往!然而你却无能为力。那么现在有一个好的机会，那就是来到“狂欢之夜”释放一下你久违的激情给自己一个机会好好的放松一下。沉重的心理需要得到释放、寂寞的心需要朋友来安慰、平淡的。生活需要一点刺激和浪漫。我们倡导健康、快乐、自信、时尚、让生活可以更美好!不管你抱着怎样的心理来看待我们这次活动，首先请用一颗开放的心来体验一下。我们将尽可能把快乐带给每一个人。

为了促进协会成员之间的互相交流，和增强凝聚力与团结合作的默契。以及让大家相互认识，释放自己，发挥自己的优势，增大信心。我们定于12月12日节(所有单身年轻人的节日)开联欢晚会，为单身的朋友么创造一个展示自己的舞台。节据说起源于800多年前，也就是12xx12月12日，那天总数达到创纪录的8条。如今节不仅是校园趣味文化的代表产品之一，更成为弥散于社会的一种文化形态。在这里，希望单身的学子们能在我们的组织下挥洒青春热情，展示自己青春洋溢，活力四射的一面。

那天我们将一起欢乐地度过，让我们的笑容洋溢在这“狂欢之夜”，成为我们青春历程上的一段美好记忆。

(一)活动时间：20\_\_年12月12日晚上6：30-9：00

(二)活动地点：生活区c4楼前草坪

(四)活动对象：的全体会员、邀请的嘉宾以及有兴趣的路人

市场营销策划书|产品营销策划书|产品推广策划书|网络营销策划书

想了解更多策划书本站的资讯，请访问：策划书范文

热门标签:

上一篇：

下一篇：

延伸阅读

**营销活动策划**

2、提升淘宝店铺浏览量，吸纳新客源；

3、打造淘宝店铺的信誉度，提升顾客忠诚度；

20xx年5月10日（最好提前十天）20xx年5月20日（5。20日结束）

【例子】我爱你丝丝心动，共享甜蜜。

针对20到30岁的女性客户，以及想借此表白的男性用户。

我爱你丝丝心动，共享甜蜜特惠交流活动。

买家真人秀，分享美丽赢好礼！

1、分享即有奖：上传宝贝试穿的真人图，写下内心的感受，秀出你的美腿来。

（人人有奖）

2、幸运降临奖（每月1名）

3、忠诚客户奖（年终1名）

1、宣传重点时间：活动前2天；520后1天；

2、宣传手段：目标对象确定了，再用通过合适的途径传播，比如淘宝旺旺消息，签名档，宝贝题目，公告，qq，博客，微博，贴吧，帮派，论坛，微信等等。

1、货源问题：确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品要采取不同的促销方式，再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障。

3、顾客人群的确定：找对消费人群，针对性的制作促销方案。

**营销活动策划**

b.奖惩制度。

a.外场工作的流程。

a.点餐式ktv外场工作流程。

b.vip式ktv外场工作流程。

b.迎宾接待的工作流程。

c.总机的工作流程。

d.酒吧的工作流程。

e.厨房的工作流程。

f.保安的工作流程。

公关人员的工作流程。

h.保洁的工作流程。

i.制定包厢形式/区域/价格。

a.点餐式ktv之适用表格。

式ktv之适用表格。

a.点餐式服务人员的培训教材。

b.vip服务人员的培训教材。

c.楼面干部的培训材料。

a.dm广告制作。

d.公关活动。

e.广告宣传。

十.所有人员培训效果的验收及考核。

另外在制定营业现场开业管理进度表的同时还要制定ktv设备采购进场明细表。此两项工作应同时按照进度表的时间进行工作安排，否则对开业筹备时的工作进度会有很大的不便。下面本人就把需要采购的设备分几大类列出：

一.ci相关印刷物品的设计与发包。

二.各式基本表格的制作与印刷。

三.消耗品进货明细。

四.音响器材类。

五.电脑系统。

六.包厢硬件设备。

七.广告招牌。

八.厨房/吧台设备。

九.电话/监视录影设备。

十.员工食堂/更衣室设备。

十一.财务用品。

点歌系统。

根据现场占地7474.4平方米，三个楼面一共138间包厢来看，二、三楼可做为点餐式ktv的包厢，每层40间，共80间。四楼设定为vip包厢，共58间，将出品部(厨房、吧台)设立在三楼以便及时将餐点饮料送至楼面，二、四楼必须再设立副吧和安装菜梯，以便及时将餐点饮料送至楼面。包厢分布应简单明了，不宜过于复杂。如包厢较多可再按区域进行化分(a区、b区等等)，每个区域的包厢最好能够一目了然，这样有利于在经营时人员对区域的掌控和管理，亦可节约人员成本。

点餐式包厢的类型可根据现场情况分为大、中、小三种类型，也可根据经营情况加设迷你包厢和特大包厢，来满足各种不同层次和需要的消费群体。

ktv的管理相对不如酒店管理那样复杂、繁琐。ktv的管理比较讲究实效，从这方面来讲，台湾的ktv管理模式相对应该是最好、最完善的。从人员的前期培训到营业现场的日常管理都非常严谨有序，其中的人员培训对于ktv来说尤为重要，因为培训是营造现场管理氛围的基础，所以对于培训人员的要求相当的高，要具有相当专业的水平。

接着说一下点餐式ktv的经营理念，点餐式ktv的经营理念就是以较低的消费价格来、优质的服务、优良的视听效果和美味的食品来吸引并刺激顾客的消费能力，而使消费者能充分地占有营业空间，以谋得盈利。另外，开设点餐式ktv对于消费群体的定位相当关键，将直接影响到开业后的经营。

再说一下vip包厢的经营理念。首先vip包厢的客人无论是消费能力还是社会地位肯定比点餐式包厢的客人档次要高很多，所以迫使我们无论在硬件的装修，设备的投入，以及软件的服务上都要做到让客人有物超所值的感受。就以人员方面来讲，要做到挑选上的严格把关，如：形象气质;考核上岗等等。vip包厢服务人员需用女孩(最好是上海人)，另外该区可安排形象气质佳的模特跟客人进行交流，模特也需要经过公司培训才可上岗，并有专人负责。公司最好租一处集体宿舍，以便对这些人员的管理，因为他们应该是vip区生意好坏的关键。另外公司可在全国各地(如东北、四川等地)设立长期招聘点，使公司能有源源不断的新鲜血液。

其次针对两种不同的经营模式人员的工作流程也有所不同，对次制定出不同的奖惩制度，对vip区人员的工作态度及业绩表现实行重奖重罚的原则，以提高员工的积极性和良好的工作态度，使公司能够有一个稳步发展的过程。

关于营业额的前期预算。

由于目前上海娱乐业已经比较发达，不管是点餐式服务的ktv，还是vip形式的模式，在上海都有操作的比较好的知名店，所以作为一个初入上海的全新的娱乐场所，前期开业三个月应作到尽量让消费者知道这个品牌，可进行大量的优惠活动，吸引客人到我们店里来，这样他才会有比较，才有可能成为我们的忠实客户，并由他们介绍给朋友，吸引更多的客人。(顾客的口碑比任何广告的有效)。因此我认为前三个月每月能做到120-150万元左右，平均每天4-5万元左右。经过三个月的各方面磨合，不足的地方加以改进，三个月后营业额应稳步提升到每月200万左右，每天7万元左右。

**营销活动策划**

中秋节是中华民族的传统佳节，传递着民族深厚的文化，寄寓着人们美好的感情。中秋之夜，皓月当空，清辉洒满大地，赏月正当其时。

在20xx年中秋佳节即将来临之际，沙坡头以奇秀天下的沙漠风光，良好的休闲度假设施，和广东丹霞山、陕西华山等七家旅游景区一起被国内资深驴友推荐为“全国七大赏月圣地”。为了将这一网络事件成功地植入销售市场，借助沙坡头已有的品牌知名度和市场影响力，借势造势，精心打造沙坡头“沙漠赏月”的旅游品牌，让前来沙坡头旅游的游客置身于万籁俱寂的腾格里沙漠，吃月饼、烧烤，品美酒、佳酿，体验“一轮明月高悬头顶，只见浩瀚缥缈的银河……”绝妙意境，浮想联翩，流连忘返。景区策划系列主题营销活动，推出集项目娱乐、住宿、餐饮、休闲为一体的中秋节消费套餐，掀动“中秋节”参与热潮，带动本市及外地来卫旅游消费人群的消费热情，为十一黄金周旅游市场“井喷”提前预热造势，进一步树立沙坡头休闲度假旅游品牌。

梦幻腾格里，浪漫中秋夜

20xx年9月22日-24日

海市蜃楼

50—100人

(略)

1、举办酒吧演艺，邀请中卫市本土乐队2—3支激情献唱。

2、卡拉ok明星秀。

3、观海楼天文赏月。

4、酒吧化妆舞会。

5、欣赏炫丽沙漠焰火。

6、午夜浪漫x(通宵经典影片连放)。

7、活动现场举行抽奖，抽中者即可领取精美礼品一份。

80元套餐(1人)：

含冷餐、果盘、月饼一份，自酿黑啤一扎，景区观光车上下接送和沙漠巴士或自驾车(海市蜃楼—大漠人家的往返接送)，酒水、烧烤另计。

680元套餐(2人)：

含沙漠酒店(沙景房、天景房、沐浴星空房)住宿一晚(含早餐)，景区观光车往返、骆驼往返和沙海冲浪，同时享受80元套餐;酒水、烧烤另计。

凡在活动当日入住沙漠酒店的游客(未购套票者)可享受酒店7折优惠，并赠送早餐。

(一)票务销售

1、上门销售，由景区工作人员上门销售套票。

2、景区销售，接待部负责套票销售。

3、旅行社代售：沙坡头旅行社为活动票务代售点(每售出一张，旅行社按票面金额10%提成)。

(二)活动宣传

1、在景区门口放置广告牌(广告采用喷绘为主，条幅相结合的形式)。

2、中卫电视台字幕游播广告投放6天，每天黄金时段播出3次，中卫日报刊登四分之一版套红广告3期。

3、手机短信群发(目标客户群1000人)。

4、沙坡头网站、探险俱乐部网站首页设置游标广告，介绍活动时间，设置活动宣传专版。

5、印制中秋节活动宣传单页1000份。

1、景区门口、沙漠酒吧前悬挂横幅，悬挂灯笼，门口、电瓶车及海市蜃楼各放置喷绘展板。

2、沙漠酒吧悬挂“中秋、国庆”pop广告、气球等，酒吧及餐厅室外廊檐悬挂灯笼20个。

3、沙漠酒吧前设置拱门一个及中华柱2个。

4、篝火演艺台设置音箱、灯光等。

5、观海楼放置口径120mm折射天文望远镜二台。

(略)

**营销活动策划**

5.1-5.7。

圆梦钻石超值送。

1、圆梦钻石柜：设立“圆梦钻石柜”，即对部分钻饰和翡翠超值价销售，最低价达510元，圆顾客一个超值钻石梦。

2、爱心帽买就送：凡在“五一”期间购买xx珠宝钻饰或翡翠者即送xx珠宝爱心太阳帽，每天限送18顶爱心太阳帽，先到先得，送完即止。

(2)在各地电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的\'形式在电视台上做“圆梦钻石柜”、“爱心帽买就送”活动的意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

2、活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至xx珠宝推广总部品牌规划部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟伙伴。

1、“太阳帽费用：15元x18x5=1350元;。

2、宣传费用约3000元;。

3、x展架：85元;总计：1350+3000+85=4435元。

**营销活动策划**

浪漫相约，情定七夕。

x月x日——x月x日。

(2)活跃氛围，有效拓展新顾客，增加老顾客的粘性，扩大影响力和知名度;。

(3)增加人气，提升店面形象，刺激消费，拉动美容院业绩增长。

(1)活动当天，凡是情侣或夫妻进店消费满xx元，则可以免费得到美容院赠送的价值xx元的美容护肤项目卡，并且免费领取一份爱的礼物。

(2)举办一个情侣或夫妻甜美照收集活动，提前一周通过美容院微信公众平台或者邮箱收集浪漫爱的印记照片，活动期间从中抽出x对幸运浪漫儿，赠送美容院护理年卡一张。

(3)联合当地附近的各大商家、比如珠宝首饰、婚纱摄影店、化妆品店等联合冠名提供活动礼品。凡是活动期间在美容院内消费满xx元的\'顾客，均可以享受到周边商家优惠活动。

活动前一周时间，可以通过装扮美容院的内外氛围，拉横幅、贴海报、led广告灯、发传单、摆摊登记等方式做宣传;当然也可以通过网络在当地的生活栏目平台或者是美容院公众号、微博做活动的’宣传，调动大家参与的激情。

(1)促销活动的各种物料准备：鲜花、气球、横幅、海报、礼品、优惠卡等等;。

(2)美容师活动期间的话术培训，活动前的演练准备及心态培训等;。

(3)联合周边商家做活动，需要提前做好沟通准备等。

**营销活动策划**

线上活动依据其主要呈现的载体不同，可以分为两类：第一类是自有网站的营销活动；第二类是依托微博、论坛、sns网站、视频网站等其他平台的活动。本篇主要以第一类为主。

活动的创意，是整个活动的灵魂。

首先策划时间节点把控很重要，主要在节假日、产品销售的旺季、定期的优惠活动、还有应对竞争对手的活动等等。建议可以做一份活动排期表，不用太长，一个季度即可。

创意的来源有很多，最常用的是结合当下的热点事件，比如之前空间网的“雷人帮”活动，是结合了当时热播的《男人帮》电视剧；也可以将你要推的产品特质及人性的本质（如好色贪婪）相结合，我们推家纺用品时推出“谁在你上面谁在你下面”的活动；还有“感恩节一元挖宝”活动等。一个创意的产生，可以是一个人灵感的闪现，也可以是一堆人的头脑风暴。

创意的提案，主要确定两点：一是创意主题，二是活动的基本内容及时间点。提案通过后，开始进入活动执行全案阶段。

活动执行全案，通常由活动策划人员来完成，主要包括以下11个部分，但不限于此：

【活动目的】：两个方面，要么提升品牌知名度为主，要么提高销售为主。

【活动主题】：创意提案的主题。

【活动时间】：一个活动周期通常1周~4周。时间太长易使用户疲劳，尤其对于微博等快速传播媒体。而某些活动可以考虑到延续性而分期来做。

【活动内容】：用1-2句话将活动简单描述。

【活动细则】：语言描述要求准确、到位，切忌含糊，活动截止时间，奖品设置，如何发放等等。如果比较复杂，给用户描述一个场景，或者制作一个用户参与流程图，是用户一目了然。

【活动流程】：活动过程中各类人员如何参与到活动中来，是否符合条件、符合哪些条件，不同条件下，对用户行为有怎样的判断，还包括客服、意外情况的处理及反馈机制等。

【活动推广方案】：可以是专门的推广人员来完成，也可以是策划与推广人员共同协商完成。

【活动预算方案及效果预估】：主要涉及推广费用、礼品费用等，可在老板大体的预算范围内来做。如果是给客户做，可以做2-3套预算。根据各推广渠道，来预估一个相对保守的活动效果。

【活动执行时间安排】：确认活动制作、推广等各环节的负责人及完成时间点。

【风险及应对措施】：对可能存在的风险进行预估，准备应对措施。

【q&a客服文档】：制作一份q&a客服文档，活动开始前覆盖到客服人员。

（一个好的策划，除具备灵活创意的头脑外，还要具备良好的文笔、主动沟通的能力和超强的协调能力。）。

3、活动制作及上线活动全案通过后，即开始进行活动的制作了。第一类自有网站的营销活动通常需要一个完整的制作团队，包括策划、产品经理、设计师、制作师、技术人员、编辑人员。第二类依托其他平台的营销活动通常需要策划、设计师、编辑就可以了。以第一类营销活动为例来说：

策划（通常也是整个活动的项目经理）：在此阶段有三个任务：1）协助完成页面框架图，可以用visio（一款流程设计及简单的页面设计软件，比word好用）来完成，主要提供主题、互动按钮、礼品、产品等的一个展现思路。2）跟进制作过程，把控关键节点的需求及时间节奏。3）产品及礼品的确认。

产品经理：负责完成活动流程背后的逻辑实现，形成需求文档，与设计、制作、技术、编辑人员协调，把握整体的用户体验。设计师负责整体页面的设计，活动是否能第一时间抓住用户的眼球，80%的功力在于设计。设计页面确认完毕后交由制作师进行前段与后端的制作。随后交由技术人员进行相应程序的开发，网站编辑负责实现最终的页面展现及后期内容的维护。有时为节省时间，制作与技术、编辑可交叉进行。

所有制作工作完成，一定要经过项目组内及组外人员的多次测试，方可上线。

活动制作过程中有四点很重要：一是需求的确定，不能变来变去，耽误时间；二是时间节点的把控；三是及时确认各环节的完成情况，确保符合需求；四是上线前的测试，留出测试的时间。

可分为站内推广和站外推广。站内推广，需要确定好广告位置、投放时间。提前制作好广告图片。站外推广：可变换出简单的活动形式，进行微博、sns、论坛、软文的推广，还有资源置换、广告投放、edm、短信推广等。可与推广人员协商，共同制定推广排期表。

活动推广，可以不仅仅是市场营销一个部门的事，客服人员、ceo甚至公司的每一个人都可以参与进来。之前公司的一个活动，我们调动了公司20xx多名员工参与，每人一个id标识，依据推广效果给予奖励，效果出乎意料流量翻了近10倍。

5、活动效果跟踪及监测。

活动上线后，策划人员还需要及时跟进活动的效果。数据人员要及时反馈数据，包括总体的及各渠道的pv、uv、销量等等。推广人员也要根据数据的反馈及时进行推广的调整。

每次活动结束，都要进行活动总结，包括活动的总体效果、各个环节的成功点和失败点，为今后的活动做更好的准备。

以上是本人对线上营销活动策划与执行的一些思路及框架的心得，不一定适合每个企业，其中每个方面都可以再深入的探讨，欢迎大家一起来讨论。

**营销活动策划**

为了丰富同学们的课余生活，了解和体验到心理健康教育协会生日的\'气氛，结交新朋友，促进沟通，增进彼此感情，并且度过一个愉快而又有意义的生日晚会，我们心协办公室策划了此次活动。

生日party。

xx年3月15日晚。

咸嘉心理咨询室。

心理健康教育协会全体成员。

特色活动：吃蛋糕。

1、逢x，x的倍数，带有x的数字不能说，要以蹲一下来表示。

2、小九九游戏，挺好玩的！

3、开火车。

4、顶气球比赛。

5、寻宝大行动。

6、心心相印，我来比你来猜。

7、祝福传递。

1，请各位参与策划准备活动的同学发表感想。

2，邀请嘉宾讲话。

3，建议与期望。

1，办公室成员留下搞卫生。

2，各道具设备的归还。

最后，望各成员积极配合，齐心协力，团结协作，做好各项工作，促成本次活动的圆满成功！

**营销活动策划**

8月5日，20xx年淘宝双11双12嘉年华活动正式启动。(提前两个月卖家开始就预热了起来)。

8月15日—10月9日活动准备期。

9月10日—9月11日淘宝在杭州举办了卖家动员大会，针对此次双11双12大促进行动员。

9月10日—9月31日商家报名。

10月1日—10月30日商品报名。

11月1日—11月11日活动预热期。

11月12日正式售卖。

淘宝双十一主分会场报名条件与今年双十一类似。相比双十一的签到送彩票，收藏送红包，设置无线端，淘金币抵扣，大促承接页，五折包邮。双十一少了两条必要条件。

1)全场五折版包邮：活动商品要求当前一口价的5折，且需要低于近期30天的最低拍下价格(非最终成交价)。

2)1212购物卷全场通用：参加活动的商品设置可以使用双12购物卷(原双12红包)金额(5的倍数，200为上限)。而用户通过各类小游戏获得双12购物卷。在双12当天，商品活动价格可以再减去双12购物券的金额来购买该商品。

3)设置无线店铺及无线详情页：这点与双11的要求一致，从今年双十一42.6%的成交比例不难看出，无线端设置确实有很大必要。

4)大促承接页：主分会场链接到的页面，可以装修但不可以删除。

今年淘宝双十一pc端与无线端分会场有所区别。在pc端此次共将会有154个会场，其中1个主会场、23个分会场、130个行业分分会场。而无线端讲设置10个行业分会场。

其中pc段的分会场为：女装、男装、内衣、男女鞋、箱包/配件、美妆、珠宝配饰、母婴用品、童装童鞋玩具、百货宠物、家居、家装、数码、家电、手机、运动户外、汽车、食品、虚拟、全球购、淘金币、拍卖、聚划算。而无线端的10个分会场为：女装、男装、男女鞋、箱包配件、运动、食品、数码家电、家居百货、母婴及美妆。

双十一主分会场之间的轮播仍然采用的是双十一的赛马机制。不同会场间从低到高晋级，按会场从低到高晋级。其晋级顺序为：行业分分会场楼层—行业分会场楼层—行业分会场海景房—主会场楼层—主会场海景房。

其中，在预热期，以天为单位赛马，根据全店加购情况安排会场展示。而在双十一当天，以小时为单位赛马，根据全店成交情况，以及红包消耗总金额安排会场展示。

今年的淘宝双十一红包改名为1212购物券(原1212红包)，主要玩法是，通过淘宝网官方派发，集市卖家在单个商品上设置，可在商品1212当天价基础上再使用的红包金额。

例子：a商家a商品(已报名参加双十一活动商品)双十一当天价格为200元，商家设置该商品可用1212红包的金额为10元，若用户有100元的1212红包，那么该用户可以花10元1212红包及190元现金购买该商品。当然，卖家最终收到的款项也是190元。如果用户只有8元的双十一红包，则卖家最终将收到200-8=192元的款项。

也就是说卖家参与双十一的每个商品都需要设置其能使用的双十一红包金额(淘宝官方推荐是商品的20%以下，红包金额只能是5元及5元的倍数，且是200元以下)。而买家则主要通过完成官方的任务随即获得不同面额的1212红包。

本次双十一无线玩法除了传统淘宝无线各种渠道之外(见下图)，其中值得一提的店铺宝箱互动游戏。当用户浏览卖家在手机淘宝店的首页或者店铺承接页时，有一定概率出现宝箱，用户点击宝箱后，即可在卖家设置的宝箱中抽奖。宝箱可中的奖品有优惠劵，手机流量包，彩票等。(手机流量包：卖家出钱购买的手机流量包，用户抽中后可以自己用也可以转赠他人。)。

淘宝无线流量获取方式。

淘宝双十一大促承接页与双十一的要求基本一致，所有报名双十一的商家均可且必须设置大促承接页。主分会场的着陆页均为相应店铺的着陆页。卖家可以在店铺首页设置大促承接页大图以及大促承接页的背景图(主要是烘托双十一活动氛围)。

而大促承接页的可选模块为：店铺优惠模块、1212预售商品模块、1212促销宝贝模模块以及自定义内容区。以上四个模块为商家可以选择是否展示的(即商家可以编辑，修改及删除的模块)。而大促承接页还有热卖商品模块，将自动提取店铺热卖的40个单品，卖家只可以调整顺序而无法编辑及修改(即买家看到此处为该店铺的实际情况)。

值得注意的是大促承接页的pc端虽然将自动同步至无线端，但是自定义模块不会同步到无线端。

送礼：预热期间可以使用收藏有礼，提升商品权重。双十一活动当天可以购买金额最高的用户活动一份大礼，如送一部土豪金。

竞猜：竞猜活动也是淘宝卖家常用的方法，如新品上新后，可以发起销售价格竞猜，设置一个上下值，只要用户所猜价格在这个值范围内，即可享受5折的价格进行购买。

抽奖：抽奖促销也是淘宝卖家常用的方法，抽奖时要注意公开公正公平，奖品要对大家有吸引力，这样才会有更多的用户对促销活动感兴趣。

优惠劵：在消费者购买时，每消费一定数额或次数，给用户给优惠券，会促使用户下一次来你这里消费，当然也达到了促销的目的。从十月份到双十一预热阶段需要发放双十一当天使用的优惠劵，可以设置成三个等级，20元不限额丶50元丶100元限额使用。

不同的时间节点，使用的活动方式也是有一定的区别，比如，10月份和预热期间，除了满减，打折之外，优惠劵和试用比较符合这个阶段。

vip活动：vip活动有两大目的，一是新会员招募，二是老会员回馈，其实这两种方式的最终目的是带来新会员，激活老会员，沉淀忠实会员。在十月份和双十一预热期间，vip活动要不断是进行，如果会员基数比较大的店铺，除了新会员招募之外，重点应该放在老会员激活方面。

**营销活动策划**

中国婚纱影楼行业经历了20年的高速增长期，如今已经从低竞争、高利润行业转变成了一个高度竞争的低利润行业。房租成本年涨幅60%，每年，人员成本涨幅25%，器材、耗材成本年涨幅17%，礼品成本年涨幅33%，广告费用成本年涨幅12%，装修费用成本年涨幅16%…而，影楼套系单价年均涨幅仅为9%...影楼告急!

那钱去了哪里?因为影楼老板都在做活动搞促销抢单呢，降价都来不及，那会想到提价啊，更加不敢提价。应为他害怕提价会没生意做。其实并不然，你是在拒绝有潜力会花钱的消费者，你想有钱的消费者谁会去关注打折优惠啊。有网友爆料说温州一商家开出39万元天价儿童摄影套餐，引发影楼老板思索，人家影楼还定到顾客，这样的高价顾客照样会消费。

中国的影楼就是一个战国时代，百家逐利。在逐利竞争当中，影楼这个行业会重新洗牌，未来市场竞争将有一大批影楼会消亡。我先说说这些影楼是怎么消亡的。

从影楼发展现状分析

中国人口结构导致中国结婚人口逐年下降，造成量减——量减导致同地区影楼间相互抢客源(抢量)—— 抢量导致影楼底价促销，降低价位一降再降，加剧恶性竞争利润减少，成本提升——利润减少，成本提升导致苛刻地节约成本产品质量服务质量一降再降——导致客人对产品的价值产生怀疑(顾客认为影楼提供给它的产品不值多少钱，所以，顾客消费才降低——甚至还价)—— 导致影楼品牌下降，客单价一蹶不振。

最后经营疲惫关门大吉：

只有坚持品牌化经营，坚持产品价值真正为新人服务的影楼。才是这场浩劫中的胜利者。

从影楼未来发展趋势上分析：

从经营模式上分析影楼经营从单一的拍摄服务模式-----转变到结婚一条龙经营模式(现在很多影楼都在尝试婚庆服务项目)

目前影楼婚纱套系是可以涨价格，关键是你要有涨价的产品和理由，那叫师出有名。

国外摄影基地建设

举例说明，一家影楼3000元的婚纱照和6000元的婚纱照的区别：服装多了几套、照片多了几十张、相册多了2本，放大片多了3幅。试问，就算客人拍1万的套系，影楼也只能给顾客多些相册、放大片拿回家回家!但，更多的相册、放大片对于客户已经没有意义了!加上现在影楼间价格竞争激烈、产品同质化严重，产品本身仅有微小的表面的变动，而没有任何本质的革新，都最终导致了消费者揣着钱但不往影楼花的结果，许多老板望洋兴叹、束手无策!如何释放消费潜力?只有改变产品服务架构?推出产品的增值服务项目，成了现在经营者首先要考虑的问题!

全球热恋，有效的整合蜜月旅游和婚纱照的资源为一体，是影楼未来发展的趋势，2012年上海婚纱展，已经出现国外婚纱摄影拍摄的发展趋势，比如蜜月之巴厘岛(亚洲蜜月天堂)，日本冲绳岛拍摄等。比如，整合泰国旅游局、马来西亚旅游局成立国外摄影基地组委会推出泰国摄影基地、马来西亚摄影基地建设。这样先行一步，能够把自己的竞争对手逼向一侧，基本上适合全国大部分影楼的旅游婚纱需求。

让影楼消费者感受异国风情、浪漫蜜月的同时，在国外享受并留下终身难忘的婚纱照，把二者做了最完美的结合!而此举也成功的帮影楼解决了建设实景耗资巨大、外景拍摄景点雷同等问题，不但有效的释放了消费者的潜力，成倍的提高了影楼套系成本，也大大降低了影楼投入实景、外景的成本和风险!更有效的吸引了当地市场高端客户，做足了品牌提升和推广!

1、吸引市场高端客户

2、企业品牌提升、推广

3、获取倍增的套系利润

4、有效提高二销金额

5、当地影楼独家加盟，差异化的经营把对手逼向一侧

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com