

2023年酒店回馈客户活动方案 回馈客户 活动方案(优质5篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前做好一份方案，方案属于计划类文书的一种。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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。

酒店回馈客户活动方案篇一

2、加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力；

4、增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

二、活动主题:中秋月·邻里情——·天中豪园中秋节感恩答谢酒会

三、活动时间:9月12日(周五，农历八月十三日)下午5:00-8:35

四、活动地点:天龙酒店宴会厅(须要可容纳250人就餐，配套音响、话筒设备齐全)

五、活动参与人员

1、认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户

2、天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者(文字+摄影)

3、**公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

六、参与方式

1、客户:由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、媒体:由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注:制作出邀请券放置营销中心,共分三联,凭第一联入场,第二联抽大奖,第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人(一张最多3人参加),总人数控制在180-230人左右。

七、活动形式:自助冷餐酒会+互动游戏+表演+抽奖+隐性项目推介

八、活动内容及流程

时间

节目安排

备注说明

5:00

客户陆续到场并签到

安排背景音乐,同时发放项目最新的折页,来宾签字将采取在签字板签字的形式,同时为签字的来宾在签字板前照相留念,既可以增加此次酒会的重要性,又可以体现人性的归属感。此签字板在本次活动过后可裱起来放在销售中心作为纪念,以展示项目的社区和谐氛围。来宾签字后同时将抽奖卷放进抽奖箱。

6:00

开场演员演唱《花好月圆》

掀起现场之节日气氛。

6:05

主持人致开场欢迎词

6:08

****公司代表及客户代表致辞**

邀请一位客户代表本次酒会的来宾与开发商共同致辞，在增进双方共识的同时突出发展商对客户的尊重；客户代表及发言由发展商安排。

6:10

主持人公布活动主要内容

主要概述有奖互动游戏及抽奖之信息。

6:15

节目表演

豫剧及流行曲等共2首，推高现场气氛。

6:25

****公司代表讲话，宣布冷餐会开始并祝酒**

介绍片区及项目未来远景描述，表达对客户支持的感谢。

6:30

歌舞表演

音乐演奏表演、歌曲演唱等共5个表演，让主办方与客户在愉快中交流及进餐。可邀请客户即兴表演。

6:50

互动游戏

中秋有奖猜谜。

7:10

国基公司代表讲话及第一轮砸奖

讲述承建商资质、项目工程质量及工程进度。抽奖3份，被抽中人员上台砸奖(模仿央视砸金蛋游戏)，国基代表颁奖。

7:25

互动游戏

中秋有奖猜谜以及项目知识问答。

7:45

趣味表演及歌舞表演

各一个表演，增加现场欢笑声。

8:00

规划设计院代表讲话及第二轮砸奖

讲述建筑设计理念，所能提供给居住者的优越品质生活。抽奖5份，规则同前次，设计院代表颁奖。

8:15

独唱

2首，第一首演员独唱，第二首可邀请现场观众共同即兴表演。

8:25

**公司代表介绍最新销售政策，第三轮砸奖

宣布项目最新优惠政策。抽奖8份，规则同前次，代表颁奖。

8:35

共同歌唱《朋友》，活动结束，客户领取礼品

由主持人及演员领歌，在欢乐中结束活动。

备注：

餐饮费标准：建议为80元/人，总费用预计为 $200 \times 80 = 16000$ 元(需要最后与酒店方面落实)

酒店回馈客户活动方案篇二

2、 加强项目的形象宣传，及项目品牌的影响力；

4、 增进项目圈子的凝聚力，答谢客户支持。

中秋月·邻里情——**·天中豪园中秋节感恩答谢酒会

9月12日(周五, 农历八月十三日)下午5:00-8:35

天龙酒店宴会厅(须要可容纳250人就餐, 配套音响、话筒设备齐全)

- 1、 认筹客户及部分诚意度极高的未认筹客户
- 2、 天中晚报、驻马店日报、驻马店房地产信息网、驻马店电视台等媒体记者(文字 + 摄影)
- 3、 **公司、国基公司、设计院及德邻公司代表

1、 客户:由销售组以电话通知的形式邀请客户到营销中心领取邀请券。

2、 媒体:由开发商以电话以及发邀请函形式邀请。

备注:制作出邀请券放置营销中心, 共分三联, 凭第一联入场, 第二联抽大奖, 第三联领取月饼礼品。每张邀请券限带2人(一张最多3人参加), 总人数控制在180-230人左右。

自助冷餐酒会 + 互动游戏 + 表演 + 抽奖 + 隐性项目推介

时 间

节目安排

备注说明

5:00

客户陆续到场并签到

安排背景音乐，同时发放项目最新的折页，来宾签字将采取在签字板签字的形式，同时为签字的来宾在签字板前照相留念，既可以增加此次酒会的重要性，又可以体现人性的归属感。此签字板在本次活动过后可裱起来放在销售中心作为纪念，以展示项目的社区和谐氛围。来宾签字后同时将抽奖卷放进抽奖箱。

6:00

开场演员演唱《花好月圆》

掀起现场之节日气氛。

6:05

主持人致开场欢迎词

6:08

**公司代表及客户代表致辞

邀请一位客户代表本次酒会的来宾与开发商共同致辞，在增进双方共识的同时突出发展商对客户的尊重；客户代表及发言由发展商安排。

6:10

主持人公布活动主要内容

主要概述有奖互动游戏及抽奖之信息。

6:15

节目表演

豫剧及流行曲等共2首，推高现场气氛。

6:25

**公司代表讲话，宣布冷餐会开始并祝酒

介绍片区及项目未来远景描述，表达对客户支持的感谢。

6:30

歌舞表演

音乐演奏表演、歌曲演唱等共5个表演，让主办方与客户在愉快中交流及进餐。可邀请客户即兴表演。

6:50

互动游戏

中秋有奖猜谜。

7:10

国基公司代表讲话及第一轮砸奖

讲述承建商资质、项目工程质量及工程进度。抽奖3份，被抽中人员上台砸奖(模仿央视砸金蛋游戏)，国基代表颁奖。

7:25

互动游戏

中秋有奖猜谜以及项目知识问答。

7:45

趣味表演及歌舞表演

各一个表演，增加现场欢笑声。

8:00

规划设计院代表讲话及第二轮砸奖

讲述建筑设计理念，所能提供给居住者的优越品质生活。抽奖5份，规则同前次，设计院代表颁奖。

8:15

独唱

2首，第一首演员独唱，第二首可邀请现场观众共同即兴表演。

8:25

**公司代表介绍最新销售政策，第三轮砸奖

宣布项目最新优惠政策。抽奖8份，规则同前次，**代表颁奖。

8:35

共同歌唱《朋友》，活动结束，客户领取礼品

由主持人及演员领歌，在欢乐中结束活动。

备注：

餐饮费标准：建议为80元/人，总费用预计为 $200 \times 80 = 16000$

元(需要最后与酒店方面落实)

酒店回馈客户活动方案篇三

本次活动以“xx”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

20xx年9月x日-9月x日。

以中秋佳节为引爆点，以事业企业单位为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进银保产品等宣传。

活动主要包括以下内容：

(一)“xx”优惠促销赠礼活动。

为鼓励意向客户购买产品，促进银保保费规模的迅速增长，同时保持和提升邮政保险的竞争优势，特开展以下优惠促销赠礼活动：

2.“xx”活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二)“金秋营销.产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“金秋营销.产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有：

1. 营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页(近期下发)，以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

2. 网点柜员统一佩戴工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3. 活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

(三)“xx”社区活动。

1. 扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

2. 抓住中秋节的有利时机开展“金秋营销.产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

活动期间，各行应在汽车经销市场、家电批发市场、住房装修市场等商业社区加强对汽车消费信贷以及我行各项个人消费信贷业务的宣传和营销。加强对高中端客户的营销力度，推进集团客户购车服务合作；同时加强与人保财险公司以及汽车经销商的沟通合作，加大对集团客户资源的拓展力度，促进个人汽车贷款业务稳步增长。

在活动期间，各行要加快业务受理的效率和审批速度，在规范操作的基础上力求为客户提供便捷高效的服务。

(四)“xx”活动。

以本次活动为切入点，通过建立客户回访制度、了解客户节日需求，充分利用合作单位的服务功能向客户提供全方位贵宾增值服务；同时抓住高端客户“xx”期间有闲暇考虑个人或家

庭的财务规划问题的有利时机，向高端客户推介个人理财业务，进一步提高乐当家理财服务的吸引力。主要内容有：

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在x月份实现以下目标：

1. 客户新增超过历史同期水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高；
3. 自助设备存取款及其他代理业务交易量比x月份增长x%□

酒店回馈客户活动方案篇四

【最美清江，我为清江画廊代言】门票回馈粉丝活动。

二、参与方式

至12月31日，转发本微博+话题+@3位好友，清江画廊风景区200张门票等你拿！

三、粉丝评选办法

清江画廊门票2张(不含船票)。

四、门票赠送方式

- 1、粉丝评选截止后，景区微博管理员会在微博平台公布幸运获奖粉丝名单；
- 2、幸运粉丝请私信联系微博管理员或拨打咨询电话留下真实姓名和联系方式；
- 3、景区官方平台会为幸运粉丝发送获奖短信；

4、幸运粉丝凭短信和身份证等有效证件到景区散客窗口获取门票。

五、其他

日至9日为统一为获奖粉丝发送短信时间，所赠门票20xx年全年使用有效。

咨询电话：806

六、本活动最终解释权归湖北清江画廊旅游开发有限公司所有

酒店回馈客户活动方案篇五

活动主题：引导老客户介绍新客户来我司购车，可享受售后588元的代金券(可到售后购买任意产品和服务)。

活动背景：1. 由于售后服务站刚起步，保有客户较少，营业额产值

低，所以要提升售后老客户的会厂率。

2. 快临近年尾，为了促进年底销量的冲刺，更需要提升老客户的转介绍率，以售后代金券的形式，来反馈给老客户。

3. 为了提升老客户的满意度和忠诚度，为年底销量冲刺做强有力的动力。

操作细则：

1. 介绍人首先必须是长城老客户，以当事人的行驶证作为依据。

2. 介绍人必须有介绍新客户来我店购车，并产生购车交易的新客户，以新客户的姓名，车型，车架号，到我司财务部存档，最后由财务部汇总同意领用。

3. 广宣方面：

(1) 统一以短信群发的方式通知长城老客户告知此活动。

(2) 通过当地的一些汽车网(如汽车之家，太平洋汽车网[51qc汽车网，05967车市等)和新浪微博，长城车友汇qq群，发新闻通知。

(3) 物料准备方面：制作x展架，摆于展厅和售后服务站休息区。

该活动政策与销售员让利政策无冲突，属临时另增激励政策.

活动时间从20xx年11月21日至20xx年3月31日止

猜你感兴趣