

牙科地推方案 荐地推推广方案(优秀5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

牙科地推方案篇一

为了配合招商中心开展招商活动，企宣中心也在11月份举办了一次“爱我园区·缤纷11月”的系列主题活动，活动内容包括：第三届中国民间藏玉精品展、首届广东省“赛玉”大会、时尚电影节、佛山市第三届白领人才招聘会等等。通过举办各类型的活动，提升创意园的社会知名度。同时也在各种活动中，穿插各种招商信息。例如，在玉器展中设置招商宣传摊位，派人在现场派发宣传资料等，这些都对园区的品牌宣传、招商宣传有着积极的推动作用。

为了维护老客户关系，了解老客户的需求，同时也为了推广创意园的品牌，推动“老客户带新客户”的招商策略，从11月份开始招商中心联合企宣中心在园区内开展了老客户关系维护活动，主要从园区客户调研、招商口号征集、全面招商激励等三个环节来开展。

（一）园区客户调研活动

园区客户调研从企业老总和园区白领两个角度着手。一方面通过定向邀请或者通过登门拜访约见企业老总，开展企业高管深度访谈活动；另一方面，设置调查问卷，针对园区白领人员开展公开问卷调查活动。问卷内容见附件1。

目前，公开问卷调查活动已经结束，问卷统计、结果分析还

在紧急进行中，11月15日将会提交详细客户调研报告。

（二）招商口号征集

为了让园区人员更加了解佛山创意产业园未来的规划和发展，推动两园区的招商进程，我们将启动“佛山创意产业园招商口号有奖征集活动”，鼓励全园区人员共同参与佛山创意产业园的招商工作中去。

招商口号征集活动时间为11月10日至11月21日，详细内容见附件2

（三）全民招商激励互动

为了更快的推动园区招商的进程，鼓励园区人员共同参与园区招商活动，我们将要启动一个“全民招商、签约有奖”的招商激励活动。招商激励方案见附件3。

为了让更多的人了解佛山创意产业园的招商信息，招商中心决定投放短信平台广告。（短信平台投放方式）

短信内容如下：

（一）佛山创意产业园短信内容初稿

（二）南风古灶文化创意园短信内容初稿

相关内容

户外广告牌也是招商宣传的重要渠道之一。为此，我们根据董事长提出的“冬天来了，创意园为您准备了过冬的房子”招商口号，结合目前招商进程的广告诉求，对户外广告牌进行了重新设计。目前，“冬天来了”户外广告牌设计初稿已经设计完毕，如果审核通过，将会在近期更新在创意园3号楼三面翻户外广告上。户外广告牌设计初稿见附件4。

为了推动园区的招商进程，招商中心除了开展各种宣传渠道，举办各类型营销活动以外，也从自身人员培训和招商技巧提高的角度来推动招商进程：

（一）内部培训

为了提高佛山创意产业园招商队伍的个人素质和招商技巧，招商中心近期加大了对招商人员的内部岗位培训力度，除了每周一定期召开部门会议以外，也经常组织部门人员开展内部培训，学习各种招商技巧、经营案例等。

（二）鼓励招商队伍“走出去”

为了让招商队伍更加熟悉市场、了解客户，招商中心鼓励大家采取“走出去”策略，经常到达各大写字楼、专业卖场、目标客户潜在地等地方“扫楼”、“踩点”。在“扫楼”、“踩点”的过程中，招商队伍除了派发宣传资料以外，还会跟客户进行交流、开展客户调研。这样有利于让招商中心更加了解市场和客户的情况，方便开展更加有效的招商策略。

牙科地推方案篇二

《飞天圣诞merry christmas□□xxxx酒店是以娱乐为龙头的娱乐性酒店，活动主题一定要具新意、创造性，内容独特、怪异。

12月8日至1月1日

二楼拉斯维加斯俱乐部、三楼体乐酒吧

(注：由酒商提供活动所需费用赞助)

b□策划部设计圣诞卡，由娱乐部派发。部分较为重要或与本

酒店有长期消费协议的客户，（每张圣诞卡附送免ktv房租券或者2元现金代用券壹张、具体客人名单由罗总统计上缴总办批阅后由业务部负责派发。附送新年台历，圣诞、新年活动的具体内容）增加与客人的沟通和交流，增进客人来江都消费的欲望。此券有效期为12月18至次年1月1日）（12月24、25、26、31、元月1日除外）。

c□12月24、25日平安夜收取门票（价格未定）元/人（圣诞礼品包一份）

d□圣诞福星评选活动：

时间：12月24日12：00；

地点：三楼体乐酒吧；

此次评选圣诞福星活动可促进客人购买啤酒的高潮，建议设置大奖，增加吸引力；

e□赠券：（23年12月18至24元月1日）（12月24、25、26、31、元月1日除外）。

凡客人在ktv消费满6元（含6元）以上赠指定啤酒半打+圣诞礼品包、新年台历一份；

凡客人在ktv消费满8元（含8元）以上赠指定啤酒一打+圣诞礼品包、新年台历一份；

以上现金代用券有效期为自发券之日起15天有效；

f□2425日特邀圣诞嘉宾表演助兴，现场派发圣诞礼品；

g□欢乐圣诞游艺活动

时间：12月24日

地点：二楼美女吧

h□圣诞倒记时：

日当晚12：00前5分钟由司仪主持现场倒记时；

倒记时1秒所有的服务员带动客人进入高潮，同司仪一起大声倒数1秒，挑动现场气氛；

i□圣诞大抽奖(指定啤酒公司赞助奖品)

时间：12月25日晚12：00

地点：拉斯维加斯俱乐部大厅；

二楼咨客台处设抽奖箱一个，设凡客人购买指定啤酒一打即可获抽奖壹张(以次类推)；

奖品设置：(奖品未定)

k□元旦化妆舞会(最佳化妆、舞蹈奖评选活动)：

时间：12月31日；

地点：二楼拉斯维加斯俱乐部；

在二楼门口设置面具售卖点：

评选奖项：

(1)一等奖(最佳舞蹈) 卡拉ok大房免费券壹张+2元现金代用券壹张+啤酒一打

(2) 二等奖(最佳化妆) 卡拉ok中房免费券壹张+1元现金代用券+啤酒半打

(3) 三等奖(最佳搞笑) 2元现金代用券+啤酒半打

l□新年倒记时:

(1) 31日当晚12: 00前5分钟由司仪主持现场倒记时;

m□节目部分:

(1) 三楼大厅节目编排圣诞节节目和舞蹈, 带动圣诞气氛;

(2) 圣诞当日二、三楼大厅背景音乐以圣诞音乐为主;

(3) 圣诞当日歌手以圣诞歌曲为主, 向客人抛洒圣诞礼品;

(4) 圣诞佳宾主要以圣诞祝福、搞笑为主;

(1) 停车场外围树上挂满漫天星, 酒店门口绿化带挂满漫天星(12月1日之前);

(2) 酒店正面外墙圣诞宣传喷绘两幅, 两边外墙悬挂酒店活动条幅8条:

(5) 电梯口摆放高1.8米高泡沫圣诞老人一个四周围满圣诞花;

(6) 一楼到二楼的楼梯口用圣诞草制作一个圣诞拱门, 楼梯扶手上围满圣诞草;

(8) 门口小食档制作奶油圣诞饼屋风景图一组(西厨负责制作);

(16) 员工娱乐室2米高圣诞树一棵, 挂满漫天星, 树下堆满圣

诞礼品包，办公室墙上悬挂圣诞老人图片。

牙科地推方案篇三

首先就是比较直接有效的在一些小区进行开业庆典的前期宣传：

怎么做开业的宣传呢？具体操作：

(1) 在开业的前两星期内，建立专门的宣传小组，与顾客形成一对一的宣传来寻找和跟踪顾客，同时了解她们的需求和情况，最终在将顾客引导到开业庆典的现场。

(2) 将宣传小组划分好的同时所在的小区楼盘也要分好哪个宣传组负责哪个区域，这样展开竞争后会有更大的效果。

(3) 开业庆典小区入户宣传内容：公司的简要情况、产品、开业优惠活动详细介绍以及顾客的信息和意愿、邀请入店。

(1) 开业庆典的具体时间、地点、广告语、联系方式等等。

(2) 新店开业活动中的促销优惠活动。

(3) 企一些企业的信息和企业文化。

(4) 一些开业抽奖活动的具体参加细节和礼品信息。

这样的话直接，范围广，客户群体也比较明确，而且看来之后她们也很乐意参加此次的新店开业庆典活动。

牙科地推方案篇四

此产品选在餐饮点推广，也就是通常所说的饭店、餐厅；现分析优劣势，详细了解市场需求，才能更好的发展推广。

1. 产品为法国进口，属高品质产品，从食品卫生方面来说，符合市场需求；

3. 目前的餐饮点，提供的较多的是白酒和啤酒，红酒只有长城、张裕等传统的牌子，种类也是凤毛麟角，选择面小；给此产品提供了相当大的空间。

1. 产品的品牌目前在消费者心目中的认知形象非常模糊，几乎为零；

2. 产品价位稍显偏高，这也是消费者抉择的一个关键；

3. 消费者大部分对红酒的认知都只停留在知道它对身体有好处；至于为什么对身体有好处，有哪些好处不甚了解。

鉴于以上情况，我们需要对消费者进行信息传播，为消费者灌输红酒的概念，引领纯正的红酒消费习惯。确定产品定位，突出优势，明确消费群体；使潜在客户对产品认识有一个由“不知—知名—了解—心动—行动”的发展过程。

此次推广活动的目的是：迅速提供品牌知名度，增加新品试用机会。具体方式有：广告宣传、产品上市发布会、各类促销、公关活动等。

1. 在餐饮点显眼位置张贴精心设计的pop产品海报；及树立立式宣传海报。

2. 在餐饮点入口、洗手间口、演出台上铺设印有产品名称及广告语的地毯或防滑垫；

3. 在餐饮点酒水展示柜上争取好的摆放位置；

6. 每个餐桌上放置一个特制的酒水牌，让消费者一眼就可以看到。（）并为酒店提供印有产品标示的开瓶器、高脚杯等，

潜移默化的让产品深入人心。

由于产品对于市场来说，是个全新的，消费者一无所知的东西；建议在餐饮点举行一场产品上市发布会，也可称作品酒会；介绍一下红酒的知识，红酒对身体的好处等，引导消费者购买。

1. 品酒会请帖，邀请媒体、客户等社会各界的朋友，并由餐饮点配合邀请酒店的长期客户等。

2. 布置同餐饮点商议，可在餐饮点入口处架设气球拱门、氦气球、贺联等庆典用品；从入口处一直到舞台铺设红地毯，酒店正门设一有产品标示的大型背板，礼仪小姐欢迎来宾的光临并引领其签到，来宾签到后走红毯入场；场内放精心制作的音乐并配以介绍产品的音频或视频。餐桌上放置来宾的名牌。

3. 主持人宣布酒会开始，放冷光焰火。主持人介绍此次活动的目的，并引出开场节目以提高气氛。主持人以问答的方式跟台下嘉宾互动（主要是提问一些关于红酒的知识），回答问题的嘉宾会有小礼品相送；以此为契机，告诉大家，他们对红酒的认识是不正确或者不全面的，继而由主持人引出产品代表给大家讲解红酒知识。红酒知识介绍完后，由主持人介绍下一个节目，由模特以情景剧的方式为产品做广告；而后由礼仪小姐邀请嘉宾一起开启我们的产品，供大家品尝。主持人邀请大家再次欣赏精彩节目，把就会推向高潮，并对现场来宾进行抽奖。（奖品为本产品及其相应附属品，如印有产品标示的开瓶器、高脚杯等）。主持人宣布本次活动圆满成功，开始宴会。散场后每位来宾都将领到一份纪念品。（用订制的产品手提袋，内装产品画册，红酒保健方法，小纪念品，从开瓶器，红酒造型的打火机等）。

各类促销：消费者消费关键还要看一个性价比，占小便宜的心理人皆有之。鉴于此，我们推出多种促销手段。

1. 价格促销：是最常见、最直接的促销方式之一，是以降低产品销售价格（分为直接降价和间接降价），让利于消费者的促销。如特价、折扣、优惠券等。可灵活的掌握，产品上架的首月内优惠多少，或者买一瓶产品可得一张第二天生效的用餐优惠券等。

2. 赠品促销：在产品以外根据购买数量或金额，赠本产品或赠其它产品或服务的促销方式。如买二送一、加量不加价、买产品增开瓶器、买产品赠专用红酒杯等。

3. 奖励促销：以确定性的物质或精神奖励激发消费者消费热情的促销方式，如开箱有奖、刮刮卡、集中抽奖等。可为每瓶销售出的产品都编一个序号，挂个牌子；在每天的统一时间集中对今天售出的产品进行抽奖，奖品分设一二三等；（如本产品一瓶、就餐折扣卡、代金券、果篮、开瓶器、打火机、酒杯、购物袋等）。

公关活动：可推出各种文艺演出，机智游戏，有奖问答等，调动消费者了解产品的积极性。并针对一些特殊节日，可进行主题节目。如11月14日，是世界糖尿病日，可专门做红酒对糖尿病人的保健作用的专题。

文艺演出主要以唱歌、舞蹈、器乐演奏、模特红酒展示为主；可根据周一至周日，循环进行，保证消费者的新鲜感。舞台上铺订制地毯，舞台后方做产品背板，让消费者在看演出的同时，自然能够看到我们产品的标示。

机智游戏、有奖问答等都由主持人带领大家互动，以促进大家了解产品，刺激消费。

每周四：文艺演出，同周一；

1. 主持人请一位报名的消费者上台，背对观众站立；

3. 主持人对台上消费者提问，待其回答问题后，不符合条件的人坐下；

8. 当只剩下最后一位女士站立时，主持人结束提问，请选手转过来，欣赏自己心中的完美女人。

9. 主持人请美女上台，与选手并肩站立，给与祝福，并发放纪念品，如双方有意，可自留联系方式。

每周六：红酒知识问答，由主持人向大家介绍有关红酒的知识，并提前告诉大家，要仔细听，一会提问，答上来的有奖品。如像大家介绍怎样识别红酒，怎样的红酒才是好的，外观该怎样，口感该怎样；讲解完后请消费者品尝，并讲述一下自己的尝后感；让消费者开口说产品怎么样，并有奖品。

每周天：文艺演出，同周一。

牙科地推方案篇五

塑胶项目的推广，项目部任务很重。项目部要及时掌握项目的运行情况，对于项目中出现的问题及时地发现，及时地解决。对于项目中可能会出现的问题，要备有预案。对于项目的进展情况绘出趋势图，利于下一步工作开展。

塑胶项目在进展过程中，对于项目的达成情况，做出分析，对于需要改善的环节提出合理的依据，并依据项目运行情况提出验证，并针对验证情况作出趋势图。

塑胶项目涉及到具体的细节项目，对于死掉或终止的项目进行具体地分析，对于项目死掉或是终止的原因进行分析，提出改善的措施，并对措施进行验证，绘出合理的趋势图。

塑胶项目在作交样合格率分析，对于其中存在的问题进行分析，提出改善的意见，制定方案，并对方案和意见进行验证，

绘出合理的趋势图进行说明。

在做打样成本分析时，对于打样成本的情况进行具体地分析，对于其中存在的问题提出改善的意见，并对于可行的方案进行验证，绘出发展趋势图。

塑胶项目的执行，会发生无效工时。对于无效工时要做及时的分析，提出可行方案，对方案进行合理地验证，绘出工时利用的.趋势图加以验证。

工模部是技术含量高的部门，我们项目进度大多是由工模部决定。所以，工模部的管理很重要。

工模部在进行物料成本分析时，找出“合理地利用物料，有效地利用成本”的措施，对于可改善的措施进行验证，绘出趋势图加以说明。

工模部人才济济，在进行人力成本分析时，要合理地利用人力资源，提出人力资源改善的措施，并对改善措施进行验证，给出验证趋势图，说明人力资源措施的合理性。

工模部的外发模具是很重要的一个环节，在对其成本进行分析时，对于可改善的部分提出应对的措施，并对这些措施提出验证，依据验证绘出趋势图。

工模部中修模费用是一个很大的支出，在对其进行成本分析时，要合理地利用模具，有效地利用成本，提出可改善的措施并加以验证，并绘出可行的趋势图以备参考。

工模部的工时利用是决定进度的条件，要避免无效工时的使用。在对存在的无效工时进行分析时，要对无效工时的原因提出解决的办法，制定可行的改善措施，依据工模部的实际工作情况验证，绘出趋势图。

塑胶项目主要依托生产部门进行生产，每个人都是塑胶生产的主力军，也是公司的主要生产力量。

生产部的生产总值是公司的生产值，由每个人的产值构成的。在对人均产值进行分析时，对于可提高人均产值的改善措施进行可行地验证，并对验证情况绘出趋势图。

生产部的工时避免无效工时的存在，对于存在的无效工时，生产部门要做出具体地分析，提出改善的措施，对于改善措施进行验证，并绘出趋势图。

生产部的超耗部分给生产部的资源利用带来很大的阻碍，生产部门要尽量减少超耗，对于超耗部分提出改善措施，并依据实际生产情况进行验证，依据趋势图提出合理的工作方法。

生产部的内部物料要合理地记录数据，并对数据进行分析，提出可行性的改善措施，并绘出趋势图加以分析，找出合适的工作方式支持生产部的生产。

激烈的市场竞争容不得我们有丝毫的懈怠，各部门要依据自身的特点制定工作计划，支持公司的总体发展，大家集思广益，各尽其能，为公司的发展搞好团结，促进公司长足进步。