

2023年珠宝营销策划方案论文(精选7篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。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。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

珠宝营销策划方案论文篇一

xx珠宝代代相传

20xx年6月11日---20xx年7月3日

(1) 珍珠月精品珍珠展

在珍珠月期间□xx金店各大珍珠品牌联手推出精品珍珠展，届时各色、各类、各型、各样高档珍珠将齐现精品珍珠展。

(2) 珍珠月珍珠养殖展

在珍珠月期间，将推出珍珠养殖箱及珍珠的文化，让顾客与珍珠零距离接触。

(1) 珍珠月尊贵会员价

a□在珍珠月期间，各大珍珠品牌联手推出持会员卡6.5折基础再打8.5折。

b□珍珠品牌推出会员商品，会员商品需持会员卡购买。

c□各大珍珠品牌将推出各自的特色活动。

(2) 珍珠月珍珠墙

在珍珠月期间， 马利亚纳品牌将推出珍珠墙活动， 各种精品珍珠荟萃。

(3) 珍珠月现场开蚌取珠

在珍珠月期间， 只要在xx购物满80元即可在马利亚纳珍珠领取新鲜活蚌一只， 当场开蚌取珠。 每颗珍珠抵30元现金， 可在开蚌柜台换购商品。

(1) 珍珠月期间， 推出珍珠作坊， 现场加工穿制珍珠饰品。

(2) 珍珠月期间珍珠作坊将免费为新老顾客提供免费串珠服务。

(1) 24k黄金同庆价， 黄金兑换免收加工费。

(2) 明牌铂金送‘实’礼电话充值送到底

在珍珠月期间购买明牌铂金饰品满500元送50元电话充值卡；满1000元送100元电话充值卡。

(3) 珍珠月其它珠宝首饰献贺礼

在珍珠月期间， 其它珠宝首饰有各种优惠活动。

珠宝营销策划方案论文篇二

劲爆五一、全方位的. 疯狂盛宴。

造人气， 吸引客人的眼球， 促进店面的销售和业绩。 营造一个激情， 幸福、 欢乐、 祥和的节假日。 从而打造金叶珠宝在广大客人心中的品牌！

20年xx月xx日至xx月xx日

一、“劲爆”

2、“寻宝”主题活动。本店将在店面设立冰点价元钻戒，等你发现，

3、凡是在主题活动期间购物都有好礼送。

主题活动期间，凭当日电脑g享受一次抽奖主题活动，奖品分为特等奖。名为“一生一世”钻戒一枚。一等奖。精品首饰皮盒或情侣杯。二等奖。金叶保温杯或真情金叶。

二、“劲爆”

1、凡主题活动期间购买钻石满元，赠送元a货玉佩。

2、购买钻石满元，送黄金编织戒指和a货玉佩。

3、佩购买钻石满元，送黄金编织手链和a货玉。

4、购买钻石满元，送黄金编织手链和编织戒指。

5、购买钻石满元，送元钻石吊坠。

三、劲爆

凡在主题活动期间内，为关爱“五一”客人，凡51年出生，51周岁，身份证中有51(连号)，手机号有51(连号)，51当天购买首饰，可加一次抽奖。

珠宝营销策划方案论文篇三

心存感恩，爱在行动

为回馈广大新老顾客，本店值此感恩节来临之际特举办一系列活动，以提高产品销量，取得预期目标利润。

藕塘职教园在校大学生

爱迪尔珠宝无锡商院模拟店

活动一：真情感恩礼

活动期间，消费者凭宣传单进店即可领取小礼品一份。数量有限，送完为止。

活动二：感恩连好运

活动期间，凡在本店消费满一百即可参加抽奖活动（中奖率100%），惊喜多多，预购从速。

活动三：实惠感恩心

活动期间，凡一次性消费满168元即可享受8.8折优惠；满268即可享受8折优惠，买的越多折扣越多。

（1）活动前三天印制好活动宣传单，并安排人员在人群流动性强的场所进行分发。

（2）活动前一天准备好活动所用道具（小礼品、抽奖箱、奖品、会员卡等）。

（3）活动前，人员安排要到位，做到责任到人（产品销售人员，收银人员，负责抽奖人员，礼品、奖品分发人员等）

（2）活动期间，控制人流量保护好顾客人生财产安全，防止发生意外事件。

（1）宣传单（共1000份）100元

(2) 小礼品、奖品费300元

共计：400元

珠宝营销策划方案论文篇四

6月10日-6月18日

：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“端午节”期间购买珠宝钻饰或翡翠者即送珠宝爱心太阳帽，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： $15元 \times 18 \times 5 = 1350元$ ；

2. 宣传费用约3000元；

3.x展架：85元；

总计：1350+3000+85=4435元。

珠宝营销策划方案论文篇五

“七夕”作为中国情人节，消费者购买欲远低于西方情人节，适婚人群、热恋情侣可能选择在“七夕”购买黄金/铂金/钻石饰品告白或求婚；新金珠宝借此机会可主推对饰类产品，用“买饰品送礼品”+“限时限量限价”的方式配合常规促销政策展开活动，同时在报纸上进行硬广、软文宣传，通过以点带面、点面结合扩大活动影响，增强品牌知名度、美誉度。

活动时间

20__年8月23日。

活动内容

1、诱人价格疯狂秒杀

活动当天每逢整点即推出1款适宜七夕主题的黄金/铂金/钻石对饰饰品，以惊爆价格限量发售5对。

2、全场购物满额即送

活动当天全场购物满20__元者即可凭购物小票获赠珍珠手链1份/巧克力1份/红玫瑰1支。

3、明星产品精挑细选

精选黄金/铂金/钻石类项链、手链、吊坠、耳坠等女性饰品及情侣对戒，通过报广、店内物料及销售人员进行推荐。

4、常规促销同样精彩

黄金立减50元/克；铂金立减80元/克；珠宝饰品8.5折。

宣传配合

1、媒体宣传

20__年8月22日《楚天都市报》/《武汉晚报》5-8版黑白1/3报广；

20__年8月23日《楚天都市报》/《武汉晚报》600字软文。

2、店内宣传

_展架、柜台pop□玻璃贴。

珠宝营销策划方案论文篇六

xx年12月25日——xx年2月13日

××珠宝全国各地专卖店/柜

恒久钻石见证美满婚姻

随着××珠宝形象代言人、著名影星蒋雯丽主演的电视剧《中国式离婚》的热播，人们对婚姻方面的讨论越来越多，这些讨论最终都集中到婚姻的宽容和信任的问题上，人们普遍认为婚姻不能持久的原因在于双方不够信任和宽容。

钻石是恒久的，将钻石的恒久与婚姻的恒久联系起来就构成我们新款——“信守”系列钻饰的情感主题，同时也构成此次促销活动的情感诉求点，我们是用带有恒久情感内涵的××钻石以签约的’形式保障人们婚姻的长久，我们通过“恒久”这一宣传点将钻石和婚姻联系起来，逐步形成与国际接轨的钻石消费文化，对行业的销售方式和消费文化也是一个创举，在消费者心中及珠宝行业中扩大××珠宝的知名度和美誉度，提高××珠宝的品牌情感附加值。

(1) 三年之约：

我们签约的形式担保凡购买××珠宝“信守”系列新款钻饰的顾客在以后的三年时间内爱情甜蜜、婚姻美满，我们将和顾客一起信守美满婚姻的“三年之约”。

如果顾客在购买后三年内离婚，凭离婚证即可原款退还（在钻饰无损情况下）；

注：离婚证日期在购买之日后的离婚证才可作为退款凭证，且经××珠宝全国加盟店/柜在顾客居住地的民政部门调查确认后才可获退款（在购买前协议离婚者不在退款范围之内）。

(2) 牵手十年：

凡签约后十年仍然相依相守的夫妻将会获得××珠宝送出的精美婚庆纪念首饰，而且会在婚庆纪念日获得××珠宝的祝福及精美礼物，还可经常参加××珠宝举办的各种联谊活动等等。

□2)xx年12月23日□xx年1月1日（元旦□□xx年1月15日（周六□□xx年1月29日（周六□□xx年2月5日（周六）在当地发行量的日报或晚报刊登活动宣传广告(1/8版-1/4版)，扩大活动的覆盖面和影响力，主题是“××珠宝恒久钻石保障婚姻”

(3) 活动期间不定期在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活动意义、参与细则、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

珠宝营销策划方案论文篇七

我最喜欢的`定情信物

6月10日—6月18日

端午节大团购

6月10日—6月18日凡购买钻饰或翡翠即优惠100元

(素金不参与优惠活动)

(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“关爱‘端午节’幸运者”、“好运与日俱增”活动的意义、参与细则、各地专卖店/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、宣传费用约3000元；

2□xx展架：85元；

3、总计：3000+85=3085元。