

# 2023年策划方案咋写(通用5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。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 策划方案咋写篇一

一、活动概述： 长治大昌丰田 4s 店是一家经营丰田品牌全系列轿车的整车销售、零配件销售和售后维修服务的品牌 4s 店，为回报一年来所有的新老客户对本店的支持，借此一周年店庆之机会，特举办这次真情回馈活动。

四、活动目的：

(2) 促进产品销售；

五、活动说明：目前首先要解决的问题是：提高大昌丰田的知名度，解决客流量的问题，而客流量和销售量是成正比的，所以此次活动偏重于拓展客户关系，为以后的销售做准备。活动主要分为四个阶段：人员邀请期：根据人员需求：如媒体、丰田区域经理等相关人士，目标消费群：根据以前来店看车的用户资料群。根据长治公关协会群，也属于潜在消费群媒体造势期：利用上党晚报、电视台等相关媒体进一步宣传活动执行期：聚餐、晚会、展示、小礼品、资料包赠送后期跟踪期：进一步整理客户资料、回访。(活动 3 天后)

六、活动对象：老用户、潜在用户、政界领导

七、活动内容：

3、现场订车用户：送 vip 金卡会员/(可选择附件里的任何一款)

4、现场大奖：(见附件礼品)

## 八、前期准备：

(2)现场布置□a. 舞台搭建(以黑或银色的材料作为主色调)b. 氛围配合布置：外面门口：拱门(上面做字体：“大昌丰田 4s 店周年庆典”)大厅门口： ， 花环或气球搭建弓形入口并在上边安装霓虹灯字体 。 (大昌丰田 4s 店周年庆典)门口通道：铺红色地毯和和大厅通道连接。氢气球：配条幅c. 舞台设计以深色的地毯作为铺设，烘托特殊气氛□d. 背板以丰田的企业 logo 作为舞台背板，直接展现的企业实力及企业文化□e. 签到台装饰签到台侧面及台面，台面上放置鲜花和嘉宾签名簿，签到簿用于核对来宾到场情况□f. 佳宾通道设立晚会佳宾通道，佳宾通道：由两行花篮和红地毯铺就佳宾通道。在通道最后搭建小台阶□g. 桌椅摆放位置以全场观众都能看到舞台情况为宜□h. 餐饮：烧烤、啤酒i. 主持人 为了充分调动每一位来宾的情绪，达到轻松、活跃、紧凑的氛围□j. 摄像现场进行活动的摄像，记录整个活动的精彩部分，将录像资料留作以后的原始资料，以备在电视或影视广告中采用。

(3)活动现场氛围营造□a. 音乐第一篇章：创新飞跃以后重激昂的音乐作为衬乐，(例如□numb)寓意大昌丰田 4s 店辉煌的征程和不断创新的企业宗旨。第二篇章：科技灵感音乐以轻快柔和的轻音乐为主，使观众在静静的聆听中感受丰田企业信条与服务理念。第三篇章：激情感动背景音乐以动感欢快的音乐为主，营造会场热烈欢快的节日气氛。使每一位现场嘉宾都可以感受到丰田人的热情□b. 10 层高蛋糕塔专门定制 10 层高蛋糕塔，活动第三篇章“感动”高潮氛围时，现场推出蛋糕塔，邀请领导进行切蛋糕仪式，来宾共同举杯庆贺大昌丰田 4s 店周年庆典。

(5) 人员安排：

九、活动执行安排：活动预热期(庆典前 15 天) 拟订邀请嘉宾并发出邀请函和电话约定，邀请其参与庆典活动，同时对活动所有物料进行制作和确定，为活动的圆满成功做下充分的铺垫。活动执行期(庆典前 5 天) 活动执行期间，将所有物料及环节设定确认并执行，加强活动执行的把控性，这个期间并进行媒体及其他方式的宣传造势，活动高潮期(庆典当天)，在活动执行期间上演传播诚信企业形象语言的相关节目 建立与诚信客户的直观倾情联系。活动结束后由相关媒体对本次活动进行专题报道。

十、广告配合方式：前期媒体宣传：

十一、费用预算：广告宣传：现场布置：礼品：餐饮：晚会：

十二、效果评估： 短时间内扩大本次活动的影响，从而提高品牌知名度和经销商的影响力。 收集潜在用户的资料，建立潜在客户数据库。

## 策划方案咋写篇二

路演目的：

“中小企业融资路演汇”目的是更加高效的为中小企业提供投融资服务。通过路演方式，中小企业对创业、创新项目进行项目或企业介绍、业务介绍、公司亮点、市场分析、创始团队等客观资料进行展示。绿天使携手众多战略合作投资机构，以领投+跟投的模式为中小企业快速融到发展资金。

路演主题：绿天使创业园第三期中小企业融资路演汇

路演规模：60人

活动地点：海尔路188号 上实集团中心大厦一楼商务会客厅

主办单位：青岛绿天使孵化器有限公司

协办单位：

承办单位：

战略合作投资机构：

东方盛林、汇银资产

里程碑创投、联宇长恒、厚土创业投、

红土创业投资、融银黄海创业投资、

清晨资本、蓝海股权

共 1 页

活动流程：

现场布置：投影仪+宣传视频+会议桌椅+签到板+冷餐

共 2 页

一、路演活动的总体内容介绍

1、路演的概念

2、路演的战略意图

3、路演的目标

4、路演的策略

## 5、路演活动的具体情况介绍

### 二、路演活动的市场分析

#### 1、路演的市场环境分析

#### 2、全国性路演（巡展）活动的案例与分析

#### 3、主要路演城市的环境分析

### 三、路演的运作与管理

#### 1、组织架构图

#### 2、展示项目的情况

#### 3、路演的品牌推广操作

#### 4、媒体运作

#### 5、路演公关活动举例

#### 6、路演中的促销活动

#### 7、路演活动中的销售管理

#### 8、路演城市的评估

### 四、路演的活动操作手册

#### 1、路演的操作流程

#### 2、操作流程说明

### 一、路演活动的总体内容介绍

## 1、路演的概念

路演是在全国中心城市进行的关于品牌宣传活动和促销推广活动，具有非常重要的战略性和长期目标。

活动将采用包括新闻发布会、研讨会、座谈会、论坛和促销推介会等多种形式，使政府和相关部门了解×××项目的经济实力和项目的理念，为后期区域扩张奠定基础；使各中心城市的相关行业了解×××项目的经济实力、专业水平，为张扬品牌和后期合作奠定基础；使各中心城市的消费者了解×××项目，使之成为消费者的首选品牌，同时为后期进入中心城市市场作好准备。

在路演活动的过程中，通过一系列的公关活动和媒体的宣传，提升×××项目的品牌形象，提高×××项目的知名度，增强企业的竞争能力。经过行期一年的路演后，×××项目将在行业中突现出来。

## 2、路演的战略意图

路演的战略意图主要包括五个方面：

- 1) 树立起×××项目形象
- 2) 塑造×××项目品牌
- 3) 促进×××项目的销售

在路演的中心城市，将根据不同城市特质进行促销活动。通过活动聚集人气，推进展示，引起当地城市的关注，提高项目的知名度。

具体销售包含几个概念：

第一，通过展示活动与调查表格，了解该城市市场状况，为

后期扩张创造条件；

第二，通过促销活动（例如优惠价），在当地实现销售；

第三，通过信息传播，使得项目成为用户首选品牌；

第四，促进项目在当地的销售；

第五，促进代理销售商工作的开展。

### 3、路演目标

路演活动不是凭空产生的一项活动，它一方面企业要花费大量的资金和人力，另一方面，必须有着清晰的目标，这样才能产生意想不到的成果。

#### 1) 面对政府和行业主管部门

让政府和行业主管部门了解项目的经济实力，增加政府对项目进入城市后将给城市增加的价值，赢得良好的社会威望和形象，公司高层和当地政府实现顺利对接，对于重要的大城市创造企业高层和当地政府的沟通机会，促进投资时获得更多的优惠。

2) 获得所在城市同行的认知、认同，推广×××项目的运营模式；建立起在金融界和行业内相关企业的知名度，为后期成为合作伙伴奠定基础。

#### 3) 面对目标消费群

第一指标：路演所到之处人头攒动；

第二指标：很多人询问×××项目；

第三指标：有一定的客户积累（在过程中或未来某项目客户

登记表信息来源一栏中有，在路演中获知)

第四指标：产生一定的销售（多半会在后期体现）。

#### 4) 建立中长期全国的销售网络平台

通过路演，寻求各城市当地的代理商，建立中长期的全国销售网络平台，扩张和延伸销售触角，同时为后期把握全国市场建立良好的预警系统。

### 4、路演的策略

为了保证路演的成功，在整个活动的运作中，应该在城市选择、组织的设计、时间的把握、媒体的组合和整体的运作上有全局的、系统的、整体的策略。

#### 1) 城市选择的策略：

由于中国区域经济发展的不平衡，在空间上必须根据城市发展的水平（决定后期扩张的市场成熟度）、城市影响力和辐射力（品牌推广的价值）、市场购买力（未来可能的购买能力）、行业发展的水平（建立行业地位）、区域特征（同本项目的关联度）等方面选择城市。

考虑到路演资金的有限性，在城市的选择上分三个层次：大城市—中城市—小城市；

为了降低路演过程中的成本，在推广的空间采用以区域核心城市为中心，以相邻的中小城市为辐射半径，进行巡回式路演。

#### 2) 外包式的组织策略

考虑到人力和能力两方面的原因，路演的执行将采取外包式的组织模式，整合北京和路演城市的广告公司或公关公司或

媒体负责具体的执行。

### 3) 借势的时间和地点策略

为了使路演活动更为有效，在具体城市路演的时间和地点选择上，应该关注以下可以用以借势的机会点：

\*当地城市重大的与投资或行业相关的活动；

\*当地城市的重大会展活动；

\*当地城市的各种论坛；

\*当地城市在文化、体育、建筑等方面的比赛；

\*当地城市有影响力的其他活动；

### 4) 全国联动的媒体策略：

路演是一项品牌推广和张扬性的活动，因此所有的举动必须在实行全国性的媒体联动，通过围点打援、同频共振的手段，达到乘数效应。具体的运作策略：

建立北京、上海和广州三大媒体中心，以北京为重点。所有城市的路演必须在北京、上海和广州的媒体上进行联动，进行同步跟踪报道；北京的媒体中心还需要负责在全国性媒体上进行联动。

选择一家全国性的平面媒体和一家网络作为支持，进行联动；

每一个路演城市必须在主流媒体上进行联动，有条件的还需在能够辐射到的区域范围内的媒体联动。

### 5、路演活动的具体情况介绍

## 1) 活动总称

×××项目全国性品牌大路演

## 2) 活动周期:

××年××月??××年××月

## 4) 活动内容

举办全国性品牌路演新闻发布会，推出以论坛和座谈会为主的延伸性公关活动，进行以项目推介为主的促销活动，并辅之以品牌展示为主的展览展示活动。

5) 活动主办：××

6) 活动策划：××

7) 活动主协办：邀请××部、各城市相关政府部门、各地主要媒体单位、各地会展中心

8) 活动承办：广告或公关公司、各地受托操作公司、××网（网上路演）

## 9) 支持媒体

全程报道：××

其他媒体：××

10) 拟邀嘉宾：当地相关领导、房地产界代表、各界名流。

## 二、路演活动的市场分析

### 1、路演的市场环境分析

## 1) 外部环境:

\*国内市场发展的宏观环境

\*异地发展的势头

\*相关产业的兴起

## 2) 内部自身条件

## 2、全国性路演（巡展）活动的案例与分析

\*营销公关型:

xx年5月16日到7月10日，恒基伟业举行了“商务通掌上世界”在全国北至哈尔滨、南至广州、西南到达昆明、西北涉足乌鲁木齐24个主要城市的“个性风暴”战略的重大市场举措。微软、西门子、英特尔、雅虎中国、网易、chinabyte等IT巨鳄共同参与。

恒基伟业通过巡展（路演），不仅提升了企业的知名度、美誉度，更让消费者清醒地认识到“拥有一台适合自己个性的掌上电脑”并非遥不可及的梦想。

\*公关营销型

多媒体板卡制造商启亨股份有限公司与芯片制造商矽统科技公司举行的全国巡展活动：“真人扮雕塑”行为艺术表演是全国首例行为艺术与IT相结合的巡回演出。目的是宣传2家厂商共同打造的全球第一款agp8x图形加速卡——银麒麟xabre。在全国北京、沈阳、哈尔滨、郑州、长沙、广州、南京等10多个重点城市陆续开展。

活动体现两者的合作关系紧密，相互推广产品的战略远见性。

## \*城市营销型

在大连市政府房地产主管部门???大连市房地产开发管理办公室的策划、组织下，“住在大连”主题宣传和精品楼盘全国巡展活动已先后在哈尔滨、长春、南京、济南、北京等地进行。

通过推广楼盘来经营城市。

## \*项目联合型

华西都市报房地产编辑部策划之四川首届房地产大巡展???“好房天府行”活动。以“新世纪、买好房”为主题，组织成都20余家实力型房地产开发商，在四川省的二级城市巡展，旨在让成都房地产开发商进一步拓展全省市场，让全省消费者了解成都房地产市场，在成都开房商和全省二级城市消费者之间搭建起一座方便的交流平台。

## \*单打独斗型

被誉为上海第一豪宅的“上海世茂滨江花园”，在国内外许多城市包括北京、广州、香港、东京、新加坡等地进行推广，目的旨在向全世界宣传上海世茂滨江花园。

## 3、主要路演城市的环境分析

1) 北京

2) 上海

3) 广州

4) 重庆

5) 杭州

### 三、路演的运作与管理

#### 1、组织架构图

#### 2、策划公司主要工作内容

- 1) 主要职责是总体策划与指导、顾问跟进、公关协调。
- 2) 策划并配合路演系列活动。
- 3) 主打软广告的撰写
- 4) 配合甲方进行在北京的全国类媒体的媒体整合工作
- 5) 路演效果评估与总结

形成文本为：

《巡展（路演）系列活动总体策划方案》）

《各巡展城市的巡展活动专案策划方案》（分为各城市篇）

《巡展效果评估与总结报告》

《各城市巡展成果文集》

#### 3、展示项目的情况

#### 4、路演的品牌推广操作

- 1) 品牌的诉求与推广
- 2) 品牌推广策略
- 3) 路演诉求对象对应的主题与广告语

#### 4) 推广方式

\*媒体报道（平面、电视、广播、杂志）

\*dm广告（直邮）

\*所有销售网络的推广（所有销售场所的展示和业务人员和口传）

\*广播、电视广告的推广

\*所有可以添加内容的原有广告载体添加活动广告

#### 5、媒体运作

1) 全程合作媒体运作

2) 各地联合媒体运作

#### 6、路演公关活动举例：

1) 论坛

2) 公关活动

#### 7、路演中的促销活动

1) 促销策略：南北互动、相互映衬

2) 促销公关活动：

\*时间：路演期间

\*地点：路演所到地

\*活动方式：与路演同步进行

\*具体的操作：在路演过程中向来访者发放问券，针对项目的品牌提出调研问题。

## 8、路演活动中的销售管理

1) 在北京设立“联合营销中心”总部，其核心职能是：

\*全国销售管理中心

\*全国信息中心

\*全国展览展示管理中心

\*全国路演总指挥部

\*上海和广州设立分部

2) 路演销售管理

所有路演所需的资源和资料(material)汇集，由联合营销中心的路演管理部统一管理并进行资源整合，分配到三个分中心（北京、广州、上海）操作执行。

在各地的销售数据和统计、客户资源汇总到联合营销中心的路演管理部，由联合营销中心统一管理，整理分析，将资源分配到各大项目。

由联合营销中心的路演管理部督导各中心的操作实施过程，并及时评估调整。

## 9、路演城市的评估

路演活动评估对后期的路演管理过程非常重要。评估活动是

严格观察、衡量和监控整个路演活动的执行，并评定其成果。

路演的评估主要是在路演结束之后进行主要评估的内容分为三个部分：

- 1) 政府了解项目的状况
- 2) 行业和相关行业的状况——在当地获得认知、认同，模式被效仿，代理商、金融界和行业内相关企业愿意成为合作伙伴。
- 3) 面对目标消费群

#### 四、路演的活动操作手册

##### 1、路演的操作流程

##### 2、操作流程说明

###### 1) 方案的确认

###### 2) 资金预算的确认

由于目前不能确认路演城市的实际费用，只能根据经验进行判断，原则上按照小城市30万，中等城市50万，大城市100万的费用标准进行成本预算。

成本费用的主要构成：管理费、广告费、场地费、设施、资料(material)费、差旅、住宿费、策划费、监理费和其他费用。

###### 3) 根据预算的费用，确定城市和城市数量

根据企业的发展战略和预算资金，确认以北京、广州、上海和其他城市。

###### 4) 在北京选择一家广告公司

该广告公司负责设计、制作路演的全部资料(material)□设计展示空间和展示用具；并负责北京路演活动的具体实施。

具体的设计工作包括：活动基本广告元素的设计、广告推广策划及实施方案、相关活动操作计划、相关广告设计等。

具体路演资料(material)包括：销售资料(material)的准备、业务员销讲资料(material)

\*销售资料(material)□合同、收据、须知等)

\*展览展示器材、道具

\*媒体资料(material)□设计制作印刷宣传品等

\*具体展示设计包括：场地设计、展场广告材料（包括展场pop□指示等）。

5) 成立路演工作小组

6) 确认支持性的媒体

为了使得路演活动能够全国性互动，选择1-2家全国性的媒体进行支持，同时确定北京、上海和广州各媒体中心的配合媒体。

7) 在北京进行新闻发布会，是公关活动的重要组成部分。活动的首站仪式，广告公司负责会后各界信息反馈收集。

8) 工作小组成员到预路演城市考察

总结第一次活动经验和广告公司详细城市研究之后，路演工作小组确认北京之后的下一个活动城市。通过对城市的考察、调查，设计该城市路演活动的策划方案，同时考察负责具体

操作的当地公关活动公司。

9) 确定当地操作的公关公司

10) 操作公关公司的主要工作

选择当地合作的媒体，邀请当地行业的企业、相关政府领导。公关公司根据当地具体情况提供活动设计与计划。

11) 活动评估

根据第一次活动的费用情况进行成本核算，并进一步确定城市数，由路演工作小组成员开始布置和准备下一城市路演工作。

## 策划方案咋写篇三

面对当前严峻复杂的疫情形势，\_\_\_\_坚持科学防治、依法防治、精准防治，以“严细实”的态度实施严格管理，全面落实联防联控措施，目前对各项工作进行了梳理自查，现将有关工作自查情况汇报如下：

### 一、组织领导情况

疫情防控工作开展以来，\_\_\_\_成立了以党支部书记\_\_\_\_、经理\_\_\_\_为组长，其他副职领导为副组长，组室长及站长为成员的的疫情防控工作领导小组，负责督促管理区新型冠状病毒防控工作的开展，精准制定防控预案，严格落实防控措施，明确工作职责，确保\_\_\_\_职工家属的身心健康，积极将上级部署的防疫工作落到实处。

### 二、疫情防控工作情况

1、严格落实“两测温、两报告”制度。

自返岗复工以来，\_\_\_\_对在岗员工每日上午、下午两次测量体温，并填写体温台账，\_\_\_\_暂未发现在岗员工出现体温超过37.3的情况；居家或外出的员工及家属，每日上午、下午两次测量体温，并上报\_\_\_\_各组室或各站负责人处，自疫情以来，\_\_\_\_发现一例咳嗽及发烧员工，2月9日，\_\_\_\_职工\_\_\_\_咳嗽并感觉不适，她立刻向管理区进行汇报，\_\_\_\_及时向\_\_\_\_疫情防控指挥部和\_\_\_\_疫情防控办公室报告，并要求她自驾去滨海医院公共卫生科就诊，经过做胸部ct和血项检查，医生诊断为上呼吸道感染，她在家隔离观察期间，\_\_\_\_对其进行每日两次的体温监控，直至隔离期结束。隔离结束后，该同志通过在\_\_\_\_医院做胸部ct及血项检查合格后，开具了健康证明才返岗。

## 2、强化单位管控服务。

对1月份已外出回湖北过节的4名职工进行动态监控，关心他们的身体健康，并要求他们做好隔离，尽量不要外出；\_\_\_\_严格管控暂居省外员工、家属状况，要求一律不准返回，目前\_\_\_\_未有一例返回；暂居省内市外的人员必须按照《\_\_\_\_省内市外员工返程规定》要求，“一人一表一证一码”齐全后，经单位批准后方可返回，返回人员必须第一时间向所在社区居委会报告，并落实7天重点隔离观察措施，每日两次上报体温；\_\_\_\_办公大楼及各站实行门禁管理，办公大楼内安排值班人员，对进出人员及车辆严格审核，并进行测温及信息登记，每天两次做好消杀工作，严格落实防控措施；宿舍中午休息，\_\_\_\_实行一人一室，保证员工人身安全；该\_\_还对三巡车、办公场所及公共场所一天两次开展防疫消毒，\_\_\_\_上下进行了清洁扫除，并开展了内务管理大检查，记录内务问题12项，为夯实疫情防控打下了坚实基础。目前，\_\_\_\_不许干部员工出市出省，特殊情况需要请示单位并批准后，再办理健康通行码，才可通行。

## 3、强化宣贯并加强与社区防控的配合。

1月份，有\_\_名从疫区返回的职工家人，\_\_\_\_进行了严格管控，要求必须向\_\_\_\_报告情况并居家隔离，主动上报每日体温情况及身体状况，确保隔离病源，\_\_\_\_领导上门为他们送去了面粉、牛奶及消毒用品，嘱咐他们严格按照规定进行隔离，确保自身身体健康，不影响其他人的健康；\_\_\_\_及时宣贯干部员工积极主动配合单位、居委会、超市、药店等实施的体温检测、人员核查等措施；通知省内市外返程人员必须持有《健康申报表》、《健康通行卡》才可返回，回到市内后，必须进行为期7天的居家隔离，\_\_\_\_相关负责人做好体温检测及后勤保障服务工作，同时\_\_\_\_登记好个人信息，填写好流入人员各类台账。\_\_\_\_还要求干部员工及家属外出必须戴口罩，勤洗手、勤通风、勤消毒。平时尽可能不出门，做到不串门、不聚集、不聚餐、不聚众。

#### 4、进一步压实工作责任。

根据\_\_\_\_疫情防控安排，\_\_\_\_对所有人员自1月23日后的日常行动轨迹进行了地毯式的排查，先后建立填写了\_\_\_\_流出人员管理台账、流入人员管理台账、返程人员登记表、隔离人员体温备案表、员工信息表、员工健康状况一人一档表、疫情监控日报、返岗人员每日体温检测台账等，及时跟踪掌握员工流动情况及健康状况；防疫工作采取定人定责的管理方式，将防疫工作落实到人、责任到人，严格政治纪律，从人员统计、汇总、上报、服务，突出“严细实”作风，同时协助居委会、派出所落实好社区网格化管理，并组成应急处置队伍，采取灵活有效方式做好值守工作和突发事件处理；每天派出2名职工在\_\_\_\_路岗配合护卫大队、\_\_办事处值班人员做好协勤，排查进入\_\_\_\_的车辆和人员，做好疫情防控工作；积极做好职工家属和租住出租屋人员情况，全面掌握人员动态；工会积极开展职工参保90天防疫保险工作，做好防疫期间的防诈骗宣传工作，团委积极响应局团委组织的返家老职工志愿服务活动，确保老职工正常返家；在\_\_\_\_主页发放《远在异地的你，是\_\_\_\_深深的牵挂——致疫情期间暂不能返回的员工家属的公开信》及《致\_\_\_\_奋战在疫情防控一线干部员工的慰

问信》，及时接听暂居省外人员及省内市外人员的电话，及时沟通，做好心理疏导，确保员工队伍和谐稳定；在疫情调度会上，对\_\_\_\_和\_\_\_\_防疫检查中出现的共性和个性问题及时进行通报，并要求各单位进行整改落实，确保不出现此类问题。

## 策划方案咋写篇四

营业推广促销活动策划书是企业某一确定时间针对某项促销活动的整体运作和安排的计划性文书。

### 编写要点

营业推广促销活动策划书通常由促销目标、促销对象、广告表现、基本内容和预算分配等构成。

### 范文

#### x家电公司现场促销活动策划书

##### 一、期限

自x年x月x日起至x年x月x日止，为期3个月。

##### 二、目标

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销x公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

##### 三、目的

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购x产品，以达到促销效果。

(二)“接力大搬家”活动在a□b□c三地举行，借此活动将x进口家电，重点引向x国市场。

#### 四、对象

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买x公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：

1. 性能诉求：

真正世界第一！

x家电！

2.s.p.诉求：

买x产品，现在买！

赶上年货接力大搬家！

#### 五、广告表现

(一)为配合年度公司“x家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以x公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对

接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15"广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop□布旗、海报、宣传单、抽奖券。

## 六、举办“经销商说明会”

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做现场讲解，以获求充分协助。

## 七、广告活动内容

### (一)活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1. 圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。
2. 圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻；交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

### (二)活动地区

在x国a□b□c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

### (三)活动奖额

#### 1. “接力大搬家”幸运奖额

(1)a地200名□b地150名□c地150名，如下表：

表5-4 “接力大搬家” 幸运奖地域分布

区 别 次 别

a地 b地 c地

首次抽奖 100名 70名 70名

二次抽奖 100名 80名80名

合计200名150名150名

(2) 以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3) 每户10分钟，以接力方式进行。

## 2. “猜猜看” 活动奖额

(1) 完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2) 附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠x品牌家庭影院一套，超抽签决定。

### (四) 活动内容说明

1. 收件期间：自x年x月x日至x年x月x日，在a□b□c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于x月x日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15□cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

# 策划方案咋写篇五

“以书会友，相约龙睛；光棍之夜，告别单身”

## 二、活动背景

值此光棍节到来之际，我社团举办以“光棍节”为主题的社团活动，一方面想让小伙伴们体验大学的美好生活，感受“光棍节”的欢乐气氛；另一方面让小伙伴们交流感情，促进会员之间的了解，提高团队协作能力和凝聚力。

## 三、活动目的

增加本社团与其他社团之间的交流与联系；丰富小伙伴们的课余生活，让其体验大学的美好生活；增加小伙伴们之间的交流和了解，提高团队的协作能力和凝聚力，让小伙伴们在社团中得到应有的锻炼等。

## 四、活动对象

龙睛读书社全体成员及其他兄弟社团部分成员

## 五、活动时间、地点

时间：11月11日

地点：教学楼a楼

## 六、活动前期准备

- 1、社团内部做好宣传工作，向会员们征求活动意见及建议
- 2、会长、部长合理分配任务

3、做好活动之前的材料、设备及道具的准备工作

4、做好预案，确保活动的有序开展

1、携手共度难关

2、情牵龙睛

3、同一个龙睛，同一个家

八、活动细节

活动一：

“携手共度难关”

活动说明：

小伙伴们男女之间两俩组合，记忆书名，男生或女生转十圈后，如果能准确说出书名，则不需惩罚，如果说出书名错误，则两人相互背靠背夹气球绕班级一圈，期间不允许气球掉落，否则从头开始。

实施步骤：

1、活动前准备好大量气球和需要记忆的书籍，供游戏时使用

2、做好活动中男女队员之间的分配，组建好挑战队伍(可以男女速配或抽签决定)

3、结束活动

活动二：

“情牵龙睛”

活动说明：

光棍之夜，速配脱单。根据我社团的实际情况(女多男少)活动二实行相亲环节，但有所不同的是女生作为嘉宾，女生选取台上心仪的男生作为对象。男生也应争取女生能够选择自己，期间各部长也可帮助男生说服女嘉宾并且提问问题等。

实施步骤：

- 1、布置好相亲现场
- 2、安排好男女嘉宾，有序进行活动，并拍照留恋
- 3、现场观众提问，可以给与女嘉宾建议等
- 4、活动结束

活动三：

“同一个龙睛，同一个家”

活动说明：

由龙睛全体成员集体合唱歌曲(单身情歌)并录制mv留作纪念

实施步骤：

- 1、集体合唱歌曲
- 2、唱歌的同时录制mv并于班级里播放
- 3、活动结束

九、活动意义

让刚步入大学的小伙伴们体验了一个不一样的，丰富了他们的课后生活，体验了大学生活的丰富多彩，同时，也加强了同学之间交流与了解，增进同学们之间的友谊，有利于增强社团内部的凝聚力，是社团更加团结，促进社团发展。