

蛋糕节策划书 蛋糕店活动策划方案(实用8篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

蛋糕节策划书篇一

一、活动背景：

1. 新店开业，没有品牌基础
2. 复合式店面，烘焙、裱花、简餐、茶座
3. 地址处在地级市二类商圈内
4. 店铺面积较大，门头宽，预期销售额5000元----7000元/天

二、市场背景：

1. 消费者消费能力一般
2. 商圈内没有类似的复合店
3. 其它烘焙连锁店情况不明

三、活动目的：

- 1、建立###在消费者心中的品牌形象；
- 2、帮助消费者快速接受复合式店面，让消费者快速了解所有的服务内容；

3、拉升业绩到一定水平，检验整体产能、管理、服务水平和漏洞

4、了解消费者偏好和消费习惯，便于开店后的调整

四、活动对象：

1、中高层次收入家庭的家庭主妇、儿童、学生；

2、年轻类似白领、职员、商务人士

五、活动主题

超级美食、开业有礼

蛋糕——送给最重要的人(蛋糕和月饼的宣传广告语，可以用在包装盒上)

六、活动方式

1. 宣传——品牌形象建立过程中不可替代的做法

3. 会员卡或优惠券——抓住高端客户

七、活动时间和地点

20xx年x月x日

截止到x月x日(持续3天)

地点：###店

八、宣传

a□横幅5——10条

一、“超级美食、开业有礼——###休闲饼店登陆新余”5条

二、“###蛋糕——送给最重要的人”3条

三、“用舌尖去阅读###的时尚魅力”2条

将“一”悬挂在新余靠近店面的主干道上；将“二”与“一”配合悬挂2条，省一条在店堂门口周围悬挂；将“三”与“一”配合悬挂1条，省一条在店堂门口周围悬挂 以上条幅提前一天悬挂，共悬挂3天，开业后1天去掉。

b□促销宣传单张2000份

目的1：争取在周围1000米商圈内迅速传递开张信息，迅速让商圈内潜在客户，了

解本店是个什么店？有哪些服务？适合什么人？

目的2：促销手段，让顾客接触到我们的服务和产品。

c□提前1天，在新店的橱窗上张贴主推产品海报。

e□路演：请电声乐队或军乐队，在店铺门口上下午各两个小时的演出。

g□包下当地电视台点歌台频道每天1小时持续三天，在下午3—4点(时间选择也可以根据本频道的收视黄金时段确认)，给生日人点歌，文字信息事先准备好，歌曲目录要认真选择。

h□制做200张会员卡，折扣定为88折为宜。

以上活动需要当地政府职能部门支持，所以要预先准备。

九、现场促销

1. 找一款现烤产品：蛋挞或者肉松沙律包最合适，作较大力度促销，作pop推广海报，牺牲这个产品的较大部分利润，吸引顾客进店，提升人气。

2. 促销宣传单张的使用和回收

3. 答题卷的发放和使用回收

4. 茶水饮料部分的折扣促销

5. 会员卡发放

前期准备：

1) 路演人员寻找签合同3天前预约好，横幅、路演职能部门审批提前2周操作。

2) 印刷品提前10天准备，开业前3天全部到位

3) 提前4天确定产品出样，3天开始小批量试制产品，测试设备、准备物料模具；提前2天开始制作产品，囤积中长线产品量要是正常每天销售量的3倍。现场制作产品要囤积5天的原料。

4) 提前两天或三天对促销活动和常识、服务流程、礼仪、收银培训；

5) 提前3天采购部采购大量的拉花、气球、小饰物等小物件装饰店面；

6) 店面的收银员、工人、裱花师提前3天培训，店长要做好突发事件的准备；

8) 提前1天卫生全面清理，有店长负责；

9) 裱花工与生产工人必须熟悉现场操作，技术熟练。并且严格遵守现场卫生管理制度；

10) 开业时间最好定在星期五

十、中期操作

开业前准备：

(一)、开业前2天，

- 1、营业员散发宣传促销单张
- 2、开始卫生扫除工作，物品准备清点完毕
- 3、内部装饰件悬挂摆放完毕
- 4、裱花、现烤、收银、服务员培训

(二)、开业前1天

- 1、卫生扫除
- 2、继续发宣传单张
- 3、张贴海报、悬挂横幅
- 4、布置展柜内样品
- 5、开始上货：冻点、吐司、酥点、中点、盒装礼品等
- 6、确认路演人员到位情况、确认电台点歌
- 7、确认物料准备情况

8、准备制作现场品尝用大蛋糕

(三)、开业当天

1. 人员安排好定点定岗
2. 店长内外协调
3. 发放会员卡

突发事件的发生与处理：

现场突然出现物品短缺；

顾客误解促销活动内容；

顾客的投诉；

现烤产品的质量问题的；

现烤产品供应不足；

现场秩序的维护；

销售高峰期店面顾客过多，顾客、店面财务的安全问题 以上问题均有店长负责处理。

一、活动背景：

1. 新店开业，没有品牌基础
2. 地址处在地级市二类商圈内
3. 店铺面积较大，门头宽，预期销售额5000元----7000元/天

4. 店内服务项目包括自主diy

市场背景：

1. 消费者消费能力高，且以年轻人居多，对于糕点的接受程度高。
2. 商圈内没有类似的复合店
3. 西方文化越来越受人们所喜爱， 食品文化的进一步交流。

二、活动目的：

- 1、建立ihome在消费者心中的品牌形象；
- 2、帮助消费者快速diy式店面，让消费者快速了解所有的服务内容；
- 3、拉升业绩到一定水平，检验整体产能、管理、服务水平和漏洞
- 4、了解消费者偏好和消费习惯，便于开店后的调整

三、活动对象：

- 1、三峡大学的大学生；
- 2、东山花园邻近小区居民

四、活动主题

超级美食、开业有礼

ihome蛋糕——爱家的选择（蛋糕和月饼的宣传广告语，可

以用在包装盒上)

五、活动方式

1. 宣传——品牌形象建立过程中不可替代的做法
3. 会员卡或优惠券——抓住高端客户

六、活动时间和地点

2011年x月x日

截止到x月x日（持续3天）

地点□ihome店

七、宣传方式

a□横幅5——10条

- 一、“超级美食、开业有礼——ihome休闲饼店登陆城东大道” 5条
- 二、“ihome蛋糕——爱家的选择” 3条
- 三、“用舌尖去阅读ihome的时尚魅力” 2条

将“一”悬挂在城东大道靠近店面的主干道上；将“二”与“一”配合悬挂 1

以上条幅提前一天悬挂，共悬挂3天，开业后1天去掉。

b□促销宣传单张20000份

至少提前2天让店面营业员在新店附近，少量派发，主要针对周围的小区、周围小店铺、三峡大学和八中学生。

目的1：争取在周围1000米商圈内迅速传递开张信息，迅速让商圈内潜在客户，了解本店是个什么店？有哪些服务？适合什么人？目的2：促销手段，让顾客接触到我们的服务和产品。

c□提前1天，在新店的橱窗上张贴主推产品海报。

e□路演：请电声乐队或军乐队，在店铺门口上下午各两个小时的演出。

g□包下当地电视台点歌台频道每天1小时持续三天，在下午3—4点（时间选择也可以根据本频道的收视黄金时段确认），给生日人点歌，文字信息事先准备好，歌曲目录要认真选择。

h□制作200张会员卡，折扣定为88折为宜。

八、现场促销

1. 找一款现烤产品：蛋挞或者肉松沙律包最合适，作较大力度促销，作pop推广海报，牺牲这个产品的较大部分利润，吸引顾客进店，提升人气。

2. 现场蛋糕制作

项目方式：比赛

规则： 1. 每2-3人组成小组，以小组为参赛单位。

2. 每个参赛小组在2小时内完成蛋糕制作。

3. 比赛过程中允许要求蛋糕师指导以及其他组别人员协助。
4. 比赛通过无记名投票（所以制作者以及店内工作人员都比参与），选出一名优胜者

参考人员安排： 1. 每3组由一个人员负责指导蛋糕制作（个人建议如果人员不足的话，不要在此处过度降低要求，因为这是一个客户体验的过程，是蛋糕制作者对本公司的最直接体验，对于制作者的印象是很重要的环节,可用采取其他分店人员临时调整的'办法）

2. 活动主持人一名

3. 吃蛋糕比赛

比赛时间： 在人流量最多的时候，具体就是上午11点到12点
2

，下午4点到5点各举行一场。

比赛方式： 主持人现场选取5至8名选手，每位选手分一定大小的蛋糕，看哪一个选手先吃完，每轮选取2名优胜者，奖励本店会员卡一张。

4促销宣传单张的使用和回收

5答题卷的发放和使用回收

6茶水饮料部分的折扣促销

7会员卡发放

九 前期准备：

1) 路演人员寻找签合同3天前预约好，横幅、路演职能部门审

批提前2周操作。

2) 印刷品提前10天准备，开业前3天全部到位

3) 提前4天确定产品出样，3天开始小批量试制产品，测试设备、准备物料模具；提前2天开始制作产品，囤积中长线产品量要是正常每天销售量的3倍。现场制作产品要囤积5天的原料。

4) 提前两天或三天对促销活动和常识、服务流程、礼仪、收银培训；

5) 提前3天采购部采购大量的拉花、气球、小饰物等小物件装饰店面；

6) 店面的收银员、工人、裱花师提前3天培训，店长要做好突发事件的准备；

8) 提前1天卫生全面清理，有店长负责；

9) 裱花工与生产工人必须熟悉现场操作，技术熟练。并且严格遵守现场卫生管理制度；

10) 开业时间最好定在星期五

十 开业前准备：

一、开业前2天，

1、营业员散发宣传促销单张

2、开始卫生扫除工作，物品准备清点完毕

3、内部装饰件悬挂摆放完毕

4、裱花、现烤、收银、服务员培训

二、开业前1天

1、卫生扫除

2、继续发宣传单张

3、张贴海报、悬挂横幅

4、布置展柜内样品

5、开始上货：冻点、吐司、酥点、中点、盒装礼品等

6、确认 路演人员到位情况、确认电台点歌

7、确认物料准备情况

8、准备制作现场品尝用大蛋糕

三、开业当天

1. 人员安排好定点定岗

2. 店长内外协调

3. 发放会员卡

十一 突发事件的发生与处理

现场突然出现物品短缺；就近添补物品

顾客误解促销活动内容；向顾客耐心讲解，宣传此次促销内容 顾客的投诉；安排员工负责接待不满意的顾客，听取意见，并作出记录 ，能够解决的马上实施，不能的向店长报告，并

为顾客作出郑重承诺。

现烤产品的质量问題；向顾客解释其原因，并立即免费更换。
现烤产品供应不足；向顾客道歉，并增派人手满足供应（可提前寻找2-3人的兼职人员等候待命）

现场秩序的维护；对于店内的各关键要道实行专人负责，定点到人，实行个人负责制。

蛋糕节策划书篇二

自己动手，品尝自己做的蛋糕。增强学生的动手能力，丰富学生的课余生活。增进学生之间的交流。协调学生动手和团队合作能力，加强合作意识。

荆楚理工学院全体同学。

20xx年3月11号下午19：30到21：30

文园6栋学苑购物广场内

经济与管理学院学生会体育部、社团部

赞助方：艾尚烘焙diy蛋糕店；文园六栋购物广场

1、分别制作2张喷绘和一张展板，喷绘分别贴于学苑购物广场和b-1教学楼门前。展板放于b-1教学楼门侧。

2、并出2张横幅，内容为“爱上diy艾尚烘焙，爱上我的“非”蛋糕”分别与3月7日挂于学苑购物广场和b-1教学楼。

3、体育部于3月6日进行进班宣传报名截止日期为3月9日，每班5人为一组，班级内报名人数多于5人的班级进行抽签，抽

签盒由体育部制作。

1、开场表演

2、主持人开场介绍艾尚烘焙和diy的由来，同时由学生会成员向观众分发宣传单。

3、选手入场。（会计1至8班的桌号依次为1至8，电商1至3班依次为9、10、11，物流1至4班分别为12、13、14、15，市场营销1至2班分别为16、17，幸运观众为18。）

4、选出幸运观众，入场。

5. 20分钟内选手们自己构思diy图片，并阐述图片构思的来源。（穿插一个节目）

6、播放艾尚烘焙的幻灯片，主持人介绍diy

7、主持人对观众进行采访。（问题例如：对diy的看法、如果自己能制作的话想设计一个什么样的蛋糕、蛋糕最想送给谁。）

8、主持人根据宣传单对观众进行提问，回答正确的观众有机会获得由艾尚烘焙提供的打折卷一张。（问题例如：艾尚烘焙的地址、电话等。）

9、表演。

10、选手制作完蛋糕之后进行拉票，由该组的同学分发带笑脸的传单，每组选出一个模特进行走秀，展示该组蛋糕（模特可以不是队员，每组需要有人进行拉票）。

11、观众投票，观众将手中的笑脸给自己支持的组。

12、表演

13、投票完成，评选出最有人气奖的蛋糕。

13、现场的小惊喜生日party

14. 小寿星与参赛选手一起将蛋糕分给观众品尝。

15、主持人由本次的diy引出白色情人节，现场的情侣在3月14日凭艾尚烘焙传单经行diy创作可获得精美礼品一份。

1、18个蛋糕，制作蛋糕过程中的奶油、一次性刀叉、盘子，关于艾尚烘焙介绍的幻灯片，制作蛋糕、布丁、巧克力、饼干的8至5折的打折卷，传单。（由艾尚烘焙提供）

2、抽签盒一个，横幅2张，喷绘3张，桌布20张咨询台一个，笔记本电脑一台，笔，纸。（由学生会提供）

评选出：最具人气奖一名依据制作出来的蛋糕的造型、创意、味道，获得观众投票最多的一组。

奖品：艾尚烘焙蛋糕diy打折卷一张。

总负责：曾静

负责：欧阳森、邓昊旻、吴谄、宋礼玲

何星主持人：杨佩霖、郝陈丽

现场秩序：何星、陈亚威、江山、林保、周世建、柯稳、严丰
（一个人负责三个桌子周边的秩序）

现场布置：宋礼玲、刘容含、贺足、陈雪、王静怡、白洁、夏琪

传单分发：夏婵娟、刘薇

咨询台：吴谄、余雪

计算票数：宋礼玲、倪萍、王晓萍、汤金丹

计时：倪萍

拍照：余亮

场后清洁：全体在场的学生会成员

- 1、一切活动服从体育部安排。
- 2、注意现场安全问题，不能拿用具伤害他人。
- 3、门前三包，活动完后清洁桌子周围的清洁。
- 4、现场出现问题，不得私自处理，由体育部出面调解。

蛋糕以及配料

8寸

18个

1284元蛋糕材料费

18个

300元横幅

8米

2条

64元喷绘

3张

41元打折券

50张

17元一次性桌布及手套

若干

20元

总计：1726元（其中1284元，由赞助方出，442元由学院出）

蛋糕节策划书篇三

背景：目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

前景：目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

面包、蛋挞、冻品类（慕斯）、月饼、西饼一般产品

蛋糕、生日蛋糕diy产品

1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此

我们一定会使用最安全、健康的食材。

2、方便，我们要根据客户需求改进自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。

3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都必须尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。

4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的今天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

目前市场上面包店的不足

1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。

2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自己的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。

3、产品种类单一，口味单调。

4、广告宣传不足，客户认知度不高。

5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场

6、缺乏特色产品。

21、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又有趣，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算针对比较重要的原材料，与人合作，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，可以开发口味众多的不同单品，满足不同顾客的需求，并推出自己独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自己，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

diy□

情侣：共同制作的甜蜜感，一起分享快乐

其他：亲手制作蛋糕送人以表示心意

1、价格策略：针对产品的成本测算，合理定价。

2、产品策略：推陈出新，根据不同消费者的需求，开发出诸如低脂面包、营养面包、低糖面包等产品，满足不同口味和不同群体消费者的需求。

3、包装策略：以清新的风格为主，给购买者良好的购买体验。

4、促销策略：节假日店庆等开展促销活动，提高店铺的知名度和美誉。

5、外卖策略：3公里内免费送货，同时与单位或组织合作，发展代销商。

6、会员策略：开启会员卡制度，会员有折扣，给会员一点小优惠会让顾客感觉尝到甜头，增加购买率，增加品牌知名度。

diy□为家庭带来新颖的娱乐休闲方式，为情侣提供温馨浪漫

的环境，提高生活品味。

diy服务流程：

顾客需提前预约，在约定日期内至店内diy专区，由一名店员指导，顾客根据自己的需要选择蛋糕胚的形状和大小，然后自己动手，选择奶油或水果等原料，发挥自己的想像力，根据自己的需要做出蛋糕的样子，然后在店内包装好，带走。这样即满足了顾客的送礼形式，最主要的是表达了心意，一举两得。

资金需求：

- 1、店面租金：3万/年（30平米）横街中心小学附近
- 2、装修：1万
- 3、设备：2万
- 4、证件执照□20xx左右
- 5、工资：1名店长3万每年；3名店员共6万每年，总计9万/年。

装修和设备等是一次性投入，因此不计入年成本之内，粗略估计年固定成本在12万左右。

收入分析：

每日平均销售额500左右，月销售额3万，年销售额18万。

（12万由父母出资所得）

风险：

- 1、竞争对手开业多年，有一定的固定消费群。
- 2、蛋糕等产品属于高热量，女当今减肥当道的女性审美观念相冲突。
- 3、经济的发展虽然使人们对面包需求更大，但其他食品也在不断发展，热门的选择余地更多了。
- 4、新店刚开业，品牌知名度不高。

防范措施：

- 1、针对竞争对手的问题，相信本店凭借合理的价格和更优质的服务，一定能够赢得消费者的青睐，再加上我们活动的支持，足以赢得更多顾客的光顾。
- 2、针对女性爱美人士，我们研发推出了低脂面包等产品；对于要健康的客户，我们研发推出了营养面包；对于老年人，我们研发推出了低糖面包。针对不同客户群体，我们研发推出了不少单品，尽量满足不同消费者的需求。
- 3、虽然人们购买食品的选择越来越多，但面包的重要性依旧不减，并且我们开发研制了功能性食品比如早餐面包和下午茶餐点，尽可能多地让我们的面包和甜点进入人们的日常生活，变成人们不可或缺的一部分。
- 4、新店开业准备例如diy蛋糕大赛□diy巧克力拼图；新店开业促销活动等，相信随着活动力度的加大我们的品牌影响力增加。

篇二：蛋糕店企业计划书范文

伴随着经济的发展，激烈的竞争是不可避免的，“烦躁”、“郁闷”成了人们经常挂在嘴边的话语；与此同时，

现如今的孩子们缺少动手实践的机会；另外，“求异”的心理在大众尤其是年轻的学生群体占有不可或缺的地位。制作一个独一无二的蛋糕、糖果等食品，拥有一次非同寻常的亲自动手的过程，在小资、孩子、学生们的群体中拥有巨大的潜力！因此，为了缓解激烈竞争的压力，给孩子一个自己动手的条件，给年轻人一个独一无二的享受，我们的“diy食品连锁店”应运而生。考虑到我们大学生资金短缺的事实，决定打造个从小到大的产业，从简单的“diy蛋糕店”做起，打响自己的品牌，逐步扩大自己的产业，形成diy食品连锁一条龙。打造都市避风塘！

1、项目名称□diy蛋糕店——diy食品连锁店

2、项目宗旨：打造都市避风塘，引领年轻时尚！

3、项目宣言：我的蛋糕，我的young！

4、店面名称：

icake——diy蛋糕店

注释：

1□i——我，icake——我的蛋糕，就是diy蛋糕，自己动手制作，世上独一无二的蛋糕！

5、店面主题曲：

《甜甜的》——周杰伦

主要歌词：我轻轻的尝一口你说的爱我每天会在店里播放一定的时间。

6、宣传口号：

我的蛋糕，我的young!

注释□young有两个层面的意义，一方面，是我们面向年轻群体的体现，另一方面□young与“样”同音，即diy自己制作蛋糕，就有自己想要的样子！

7、店面商标：

注释：上边一个蜡烛，是字母“i”的变换，左边缺失一块的圆就是蛋糕也是字母“c”□与后面的“ake”连起来就是“cake”代表着蛋糕的意思，再和蜡烛在一起，就是我们蛋糕店的名字“icake”□

8、店面地址：

选择学校附近，靠近年轻人聚集区，且交通便利的地方。

（因为本项目主要的面对的对象就是年轻的群体，大家都会以简便优先的原则，且，学校因为其生源的不断更新性，致使能保证客源的持久性，所以选择学校附近的地段）。

三个备选方案：

1、海淀五道口华联附近临街旺铺出租

面积：45平米

房源信息：临主街，有上下水，动力电。消费人群以年轻人为主，人流量大，消费能力强。本店适合经营餐饮等行业。

3、魏公村临街餐饮旺铺出租

女生对蛋糕的依赖远大于男生，因此，我们的蛋糕店会添加更多的女生元素，以吸引更多的顾客。

2、蛋糕的用途：

市场上蛋糕的种类基本能满足大众的需求，虽然对diy蛋糕会产生一定的冲击，但是，从另一方面讲，市场上已有的经验以及模型，我们可以直接借鉴使用。

4□diy方式态度

男生比女生更为理性，女生讲究的是浪漫情调，而男生则更为实际，因此，我们会从女生着重下手，开发我们的产业。

6、蛋糕的价位：

8、蛋糕的形状：

卫生安全、材料储备是大家主要担心的话题。所以，我们会在办下卫生许可证的前提下，增加消毒设备，并及时更新材料，以保证材料的新鲜。

10、制作环境

大家还是喜欢优雅的环境，所以，我们在不同的风格还是会以静雅舒适的风格为主。

11、制作蛋糕的伴侣：

来店里的恋人居多。所以，我们要创造一个温馨浪漫的情调来吸引更多的情侣来本店。

12□diy蛋糕店的频率：

时效性决定我们选择地址的重要性。因此，我们选择在学校附近，因为学校每年都有新生的加入，所以，可以说，我们的生源是源源不断的。

13、宣传渠道：

大部分同学选择的是“朋友推荐”。因此，重视回头客就必不可少，营造良好氛围，并创立推荐好友优惠的制度，我们的diy蛋糕店必定会不胫而走！

2、网络调查：

（注：为了扩大投票的覆盖面积，我们采取多渠道，多人量的发布投票方式，现只截屏其中的一部分，统计表由全部总体数据制成。）

1、关注人群性别

年轻群体主要是我们的对象，主要集中在大学生以及中小學生。

3、关注者意愿：

我们的diy蛋糕店还是很有发展前景的。

蛋糕节策划书篇四

爱在佳源感恩父亲diy蛋糕创意秀

6月15日星期天

桐琴佳源中心广场售楼处

- 1、通过举办父亲节暖场活动，促进项目产品成交。
- 2、增加售楼处人气，让项目形成话题，增大区域影响力。
- 3、通过口碑宣传，促进老带新客户成交，增加对项目的信心。

4、促进蓄客量，为项目产品积累客户，促进客户之间的相互交流。

5、促进剩余住宅、商铺产品的成交量。

2、此次父亲节diy蛋糕与甜品店合作举办，商家提供所有蛋糕制作物料，包括现场教学指导。

3、整个制作过程有专业师傅指导，最后制作出来的蛋糕不做评选、不分等级，作为节日礼物送给所有父亲。

4、在签到时设置一道祝福墙（可用售楼处画架制作祝福墙，孩子祝福写完后可将祝福墙搬到舞台边上），上面挂上祝福卡片，让孩子写下对父亲的祝福，在蛋糕制作过程中主持人可一一取下来念，然后找到相应家庭，将卡片送给其父亲，最后装进蛋糕盒一起带回家。

5、在正式制作蛋糕diy前做心有灵犀活动。

6、在蛋糕制作过程中穿插念祝福、有奖问答游戏环节（参与互动的客户均有礼品相送），增加与客户之间的互动，促进整个活动的氛围。

为了保证活动的举办能够达到预期的效果，有效的促进项目产品成交，将对所有客户进行筛选，有目的的去举办此次父亲节diy蛋糕活动；所有参与客户按照以下顺序进行筛选：

1、有带过新客户（且新客户已经成交）的住宅/商铺老客户。

2、有带过新客户（新客户未成交，正在考虑）的住宅/商铺老客户。

1、心有灵犀：现场邀请10对父子/父女参加互动，参加的父子/父女分别一个比划一个猜（可由他们自行协商哪个比划哪

个猜），每对给5道题，时间限制3分钟，最后10对父子/父女里以最终猜出的时间最短的5对为赢，输的5对将接受惩罚。

2、由现场大屏幕提供词汇。

3、比划者跟猜词者对立而站，猜词者必须背对大屏幕，比划者可用任何方式表演出来，也可提醒猜词者任何有关词汇的语句，但是不能使用谐音，不能使用地方语言直接解说。否则猜的这个词作废（若有猜不出的可选择过，但是每对只有pass二次）。

答对5道题用时较短的一组为胜。

胜利的一方，每对父子/父女可获得雨伞一把；

失败的一方需要接受惩罚，惩罚为挤爆15个气球（5对家庭自由组合，两两背对而站，将吹起来的气球放在他们中间，两人一起配合直到将气球挤爆，一共需要挤爆15个气球），同时每人可获得纸巾1盒。

2、有奖问答：提前准备好10~20个问题，均为项目信息，提问现场客户，回答正确可获得礼品1份（雨伞）。

蛋糕节策划书篇五

活动时间：

活动主题：合家团圆渡中秋，龙腾虎耀迎国庆

活动范围□x商场商城及八一店□x商场购物广场、北园店

活动内容：

中秋活动：【超市中秋档期dm海报同步跟进】

华信店中秋同步跟进

活动主题：月饼+红酒x商场携您度中秋

(黄金、珠宝、化妆品、大家电等特殊品类不参加活动)

活动时间：

活动简述：因为商场现有品牌自行举行的折扣[x商场不承担费用，所以广告宣传上突出“现有折扣上再送”，顾客心理感受是不一样的，可以在不承担费用的基础上取得顾客认为比较实惠的活动力度，同时突出了中秋送月饼红酒活动，比较温馨，贴切节日特色。)活动内容：

在所有品牌现有折扣上

当日现金消费满200元，可凭购物发票或小票再获赠“温馨月饼”一块。(单独包装，价值约8元)

当日现金消费满500元，可凭购物发票或小票再获赠“亲情月饼”礼盒一份。(价值约40元)

当日现金消费满1000元，可凭购物发票或小票再获赠“月饼红酒”套装礼盒一份。(价值约80元)

各店按照赠礼价值自行同月饼厂家协商，定制礼品，活动结束后，按照实际赠送数量结款，费用原则上同参加品牌各承担50%。

“月圆中秋，情浓x商场”中秋礼品节

中秋节期间，在各门店划出专门区域，开辟中秋商品系列展销区，展销商品品类包括：月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品，方便顾客在该区域进行选购。

月饼、酒类、礼盒等中秋节日系列商品展销的商品品类等由各门店自行挑选组织，地点可选在超市或超市外的公共区域。

蛋糕节策划书篇六

今年我们的辅导员实行了新的带班管理制度，将我们班分成了五人一组的8小组（除去班委），并且班级内的活动将由组内成员全权负责，班委协调帮助。本次diy蛋糕活动是由文娱委员考虑策划，丰富班级课下生活，加强同学情感交流的一次集体活动。

培养同学们的动手能力以及团队协作能力，增加同学之间的互动与交流。

1、活动总负责

文娱委员：叶冬冬

2、活动策划

d2小组：潘林亚、朱欣、刘瑞琪、宋蕤、张桂雄

3、活动地点

九华厅二楼

4、活动时间

xx年3月29日下午2:20

5、参加人员

注会2班全体同学

1、准备：活动前找蛋糕店协商，预定8寸布丁10个，奶油三桶，果膏四种

2、分组：班级在原有抓阄分的小组基础上，将班委编进去，并且让每组都分配到一个男生。分组情况如下：

第一队：何家乐李波吴小艳干梦婷梅海燕胡月

第二队：云芬韦忠霞幸清萍郭凤萍梅凌

第三队：秦典刘娟王丽雄解红霞谢冬冬

第四队：李娅娅覃锦吴雨霏刘傲雪华金华

第五队：丁兰李晓满褚玲玲舒俊周昊鲲

第六队：周婷婷王青张丹子聂晓李大文

第七队：刘洁曾凡芸欧阳婷婷钱翠刘维星

第八队：潘林亚朱欣刘瑞琪叶冬冬宋蕤

第九队：陈静谊徐莹华熊倩王卉张桂雄

第十队：张婵媛兰巍陈文娣吴丽吴天晴

3、活动过程

将准备好的材料分发到每一小组，各个小组有四十分钟的时间完成各自的diy蛋糕，同学们可以随意发挥想象，对蛋糕进行装饰。当然还可以自带水果。

4、评优

提前做好全部同学的`学号签，现场自愿报名，由报名的同学

抽取10名同学来进行评选，每个人拥有三票，在规定时间内将票摆在中意的蛋糕前，票数得到前三位的蛋糕小组获得奖励。

1、各位同学要做好卫生工作，保证卫生的进行蛋糕的制作。各成员之间要加强合作意识，做之前要协调好成员的想法，共同完成蛋糕的制作。

2、做好活动后，清理现场。

3、有关人员提前到场布置场地，及时对蛋糕的装饰工作进行指导，保证活动办得快，紧，稳。

蛋糕节策划书篇七

(一) 月饼市场分析

广州市场消费水平较高，全市总人口超过20xx万人，消费潜力巨大，这为月饼的销售提供了良好的基础。每到中秋，本地月饼与外地月饼展开激烈的市场竞争，近几年媒体对月饼市场的评论与部分不法月饼商家的曝光，月饼消费更趋于理智，使得月饼的整体销售有下滑趋势，但仍有很大的利润空间。月饼种类的构成形式由传统的形式，逐渐向多元化新品种发展，向休闲化，情趣化方向发展。

(二) 市场竞争状况分析

1、本地竞争

本地主要竞争对手是同为蛋糕行业的广州酒家、莲香楼等。在促销手段上多为在节前的宣传创新的包装，推陈出新的口味，多增设临时卖点。或临近节日前几天的打折或买二送一这些变相降价的促销方式，但均不能造成本质上一些刺激消费者选择本品牌的强势理由。

2、外地月饼

外地月饼主要通过商超销售，通过品牌和创新包装及口味争得消费者。

总的来说，消费者对月饼的品牌忠诚度很低，越来越追求经济实惠，绿色健康为主。各月饼生产厂商基本不存在的绝对优势地位去稳获市场份额。

(三) 消费者分析

1、月饼购买者的用途有65.1%的人用于送礼。

2、团体消费，部分单位会在中秋为员工赠送月饼，所以单位客户是发展团购的重点。这部分消费者需要的是高价值感的产品，即有高档的包装。

3、个体消费者，越来越注重月饼的品质保证。由于消费水平和认识程度的不同，有的消费者主选品牌月饼(品质保证，这部份群体占到了30%)，有的消费者主要是通过价格的比较进行选购(这部份群体占到了60%)有的消费者还会因外包装的新奇等冲动式的购买(这部份群体占到了10%)。

(一) 当今月饼的功能特点分析

1、传统习惯

有51%的人认为吃月饼会增加节日气氛，而且是几千年留下的传统，应该保持。

2、联络感情

有42%的人买月饼馈赠亲朋，联络感情。

众月饼商家在宣传自己的品牌时多是借着思乡或中秋文化来

进行包装及宣传，这种大众化的宣传方式，并不能使一品牌突显出来。应根据品牌的. 核心优势，在对外宣传推广时走差异化的战略，才能使消费者眼前一亮，取得深刻的记忆，进而打动消费。

(二)销售分析

大众购买月饼的途径多为超市和本地蛋糕店。广州的中大型超市4家(好又多、百佳、万佳、家乐福等), 并还有中型超市, 及其它小型超市区同建立起了月饼宠大的销售网络。企业自身的连锁机构, 这样的销售网络将企业自己的月饼推向市场终端。

总结: 大的环境给将给月饼消费带来很大的市场, 但要将中高端的月饼有效的推向市场, 还是必要采取一些营销方式来获得消费者的追从与认可, 才能打开热销的局面。

(1) 食品安全性作宣传重点消除人们对月饼卫生的疑虑, 对品牌产生信赖。方式: 促销活动+软文。

(2) 宣传企业形象, 突出产品特色更新颖的馅料, 满足大众的好奇心, 刺激尝试性购买。方式: 宣传画册+店面吊旗+海报。

(3) 以公关活动营销作为亮点创新营销, 加深品牌影响力, 与更多的健康保健食品相互绑定销售。比如岗州春虫草。

方式: 促销活动

(一)20xx年的月饼市场的营销目标

月饼市场的营销目标为短期目标扩大广州市场的占有额。

(二)20xx年的市场战略

根据自身特点，针对优质细分人群占领月饼消费的中高端市场。

(一)目的：扩大知名度，抓住更多潜在消费者。利用岗州春虫草2万余消费群体与月饼本身市场相绑定促销。

(二)对象行为分析

本次策划的目标对象是大众消费中有一定品质要求的这部分消费者，他们看中的是月饼的口味与食品安全，相于价格敏感度较低。中高价位利于塑造产品的档次，高价格下的利润空间为后期促销留有余地，而高价格的前提是要附于产品高的价值感。本次策划活动就是要将高价值感传达给潜在消费群，进而产生消费。

(三)贯穿三个阶段的活动主题：今年中秋月饼企业和你约会。

1、上市前期公关活动月饼品月

意义：产品推广会在月饼上市之初让一部分重点客户感受到该企业月饼的品质，对月饼有一个全面深刻的了解，以致产生后期的口碑效应。

邀请参与推广会的群体：

a□老客户：作为是与老客户的一种交流和坚定老客户选购月饼。

邀请方式：在9月21至31十天内在店内进行老客户的报名征集，对报名的客户进行抽奖，幸运客户参加推广会。老客户的参与人数平均每个店产生二名。

b□发展团购单位的领导：团购市场量大利润高，对中高档次的月饼推广是很重要的目标客户群。

邀请方式：在9月21至31十天内制作邀请函，拟定团购单位名单，由营销人员负责投送重点客户单位，事后电话确定其领导来否。

c□推广会当天邀请的新闻媒体有晚报社、日报社，及电视台记者，利于对此项活动进行宣传报道。

地点：（既有档次又不失轻松的交流场所）

时间□xx

人数□xx

形式：以冷餐会的形式，为来宾免费提供冷饮和小吃，主要以月饼品尝为主，或者可以附加其他类保健品，最好是保健音品辅佐。主持人介绍月饼今年的新技术新品种，嘉宾与商家的互动。

（四）捆绑销售。岗州春虫草与月饼一起销售。采用买月饼送虫草或者买虫草送月饼的方式进行捆绑促销。虫草本身的营养价值越来越得到人们的认识和首肯，它的地位和东海堂自身的名气，都是吸引消费者的巨大优势。

活动费用：媒体推广、场地选择、月饼提供等等费用。

蛋糕节策划书篇八

春节期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确，以下是“春节”，希望能够帮助的到您！

店庆活动为期三天，为了保证店庆期间的产品供应，蛋糕店根据自身情况分别从产品数量和种类两方面做准备。

店庆期间大力度的优惠活动必然带动销售量的剧增，根据饼

干等糕点类食品存储时间长的特征，三味奇提前10天开始下单子，生产此类产品，以保证供应量。

客户多选择经济实惠型产品，根据这个情况，在准备产品时把糕点类、吐司类和现烤类产品的比例各占二分之一，以适应客户的消费需求。

在宣传推广方面，蛋糕店分别从店面海报、吊旗、店面设计、宣传页等方面进行推广宣传，根据此次活动设计了“温暖一冬，只因有你”为主题的海报，海报详尽介绍了此次活动的优惠内容，并悬挂于店内醒目位置，不仅介绍店庆内容也起到烘托气氛的作用。对于店内的设计，在橱窗位置布置了可爱的毛绒玩具，营造出温馨的氛围；在进店处摆放了优惠活动赠送的礼品，吸引客户了解店内优惠活动。

在宣传页派发这项推广上，也要颇费心思。为了防止派发时间过早人们遗忘，宣传页的派发在活动前的2—3天开始，并遵循由远及近的原则，在派发的最后时间主抓附近客户群，沿街店面等固定人群。

在人员安排之前首先对店内人员进行培训，让其详细熟知本店的活动内容。并能精确运用话术表达。针对人员安排，专人负责专岗。新员工可以负责相对简单的面包岗，业务熟练的老员工负责蛋糕岗、会员卡卡品销售。为了更好的烘托气氛，安排专人负责店内广播宣传，顾客在店面附近即可通过音响了解店内的活动。

此次具体的活动方案主要从买一赠一、代金券、会员充值等方面吸引客户消费。

1. 现金消费面包西点满30元返20元代金券，多买多送；
2. 生日蛋糕现金购买或预订均可享受买一赠一活动；

3. 会员充值优惠，除多送金额以外，更有精致口杯、卡通公仔等礼品赠送。以此稳定客源，增加销售量。