

# 2023年联通卡套餐详细介绍 联通宽带促销活动方案(通用5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

## 联通卡套餐详细介绍篇一

1. 北方长福将于12月x日—12月x日在北京昌平市中心联通展厅与联通联手进行福特汽车展示介绍促销活动。同时在新的一年来临之际福特汽车给人们带来“新的体验心的关怀”。

2. 目前福特汽车属于品牌稳固阶段，在全世界更有良好的口碑，在中国众多汽车品牌竞争时期福特汽车正在逐步的稳固其在汽车市场的地位。

3. 北方长福在昌平市中心最繁华地带在联通展厅联合展出，可以吸引更多的受众群体，让更多的人了解福特汽车的优越性。

4. 活动时间可为期为四天，受众人群以互动的形势了解了福特汽车、产生了兴趣，更会到距离昌平最近的北方长福店亲自去咨询，这样就会使活动有很大的延续的可能。

## 二. 活动目的

1. 活动展出地在昌平市中心的联通展厅，大批联通的用户以及更多的人群会亲临现场参加活动。

2. 福特汽车与联通世界风联合展出推广可谓强强联手，可在昌平创造轰动效应，创造销售高峰。

3. 这种特有的联合展出活动给各种受众群体耳目一新的感觉，能给与汽车、手机市场强烈的冲击。

4. 利用竞争对手疲于应付的时机，为20xx年度传播规划的制定和实施争取时间。

三. 活动时间□20xx年12月x日—20xx年12月x日共天

四. 活动范围：北京市昌平市中心联通展厅，覆盖整个昌平地区

五. 活动主题：“新的体验心的关怀”福特联通联合促销活动

六. 目标消费群体：

北方长福届时展出三款车型：嘉年华，蒙迪欧，翼虎

2. 面向的人群是普通家庭、中产阶级，目前无车的家庭，该款车的小巧史上的外观，超低的油耗将会将吸引不少的考虑买车的家庭继承了“福特世界车旗舰”的威名，长安福特推出的蒙迪欧2.5v6旗舰为在成功道路上不懈追求的尊贵客户度身打造，其强大动力、精良底盘以及多项独有的尊荣配置，充分体现福特的“精致造车”艺术，直接剑指中高级轿车高端市场。此款车属于中高档汽车范围，蒙迪欧是北方长福作为市场攻坚的利器，蒙迪欧消费人群集中在30—45岁年龄段，主要以政府、私营企业主为对象，同时，银行、保险□it等行业的成功人士也是它的主要目标客户。

“翼虎”是一款典型的城市suv,它100%承袭了全球最大suv制造商福特(ford)的纯正血统，结合欧洲先进suv生产工艺，以其精致气派的外观、豪华的内饰、宽大的内部空间及先进的装备，强劲的动力性能和完善的安全设计展出时会给人们带来“心无界，路无限”的真实体验。目前面临众多汽车制造厂商盲目的生产suv汽车，只注重外形模仿国外的车型，同时更

多的人们开始注重汽车的品牌，质量，环保，外观以及内在品质。福特汽车是世界顶级汽车制造商，这款“翼虎”也是冲击国内suv汽车市场的利器。suv越野车是众多追求时尚的人们选择，也是有车一族第二辆汽车的选择范围。

昌平地区有大片的新兴小区住宅，公寓，别墅

如：碧水庄园，龙城花园，王府公寓，九台庄园等

### 3.

总而言之，消费的人群很广泛，选择的汽车档次也会不同，家用经济型，豪华型。suv越野车这三种车型是人们关注的车型。北方长福即将展出的这三款车型可以说是面向了更广的消费人群，供不同的群体有了不同的选择，也会吸引更多的人群。与此同时联通“世界风”以及“新用户预交使用费-租机”活动也正在举行，活动也会吸引大批的联通用户来参加。

## 七. 活动整体构想

活动以“新的体验心的关怀”为主题，通过整个活动表现福特在20xx年到来之际给广大消费者新的关怀新的体验。

在整个活动之前，以软文方式，对活动进行整体概括。明确福特“新的体验心的关怀”活动主题。请北方长福高层领导以及联通领导简要讲话，诉求主题。

讲话内容（略）

活动可进行几大项目（供参考）

?北方长福可以制作有奖调查问卷

1. 内容可以根据北方长福希望了解到的汽车市场具体动态以

及需求自行撰写。

2. 调查问卷应为参与者现场填写，北方长福现场收回以供及时更具体了解到人们对汽车市场的心理动态和想法。

3. 调查问卷为有奖调查，这样可以调动更多的人群参与北方长福调查活动。问卷抽奖时间应在几小时后，有利于下面的活动继续进行，另外可以留住更多人群参与下面的活动。

此活动项目产生结果：

北方长处福地处城北昌平回龙观八达岭高速路西侧的欧德宝国际汽车城内，活动地点在昌平最繁华地带联通营业厅，会有大批汽车爱好者以及大批联通用户参与到活动之中，也会有很多有兴趣的人群参与北方长福的调查问卷活动，这样北方长福可以更详细地了解到消费者的看法以及感受，更全面地了解市场，以便作出相应的政策。

需要的物资：

2. 回收问卷箱1-2个

3. 群众填写问卷时所用的笔（50支），桌子（5张），椅子（5把-10把）

4. 群众填写问卷时必要的工作指导人员（5名左右）

5. 福特礼品（印有北方长福标志的笔记本，印有福特logo的笔，福特钥匙扣，小车模，精致画册等）

?主持人主持活动，互动形势

车辆简要介绍，常识性的讲解福特汽车的历史。

2. 主持人以提问抢答的形势提出问题，群众举手抢答，答对者当场送福特或者联通精美礼品。

3. 问题内容可以是以下几个方面：

(1) 关于福特汽车的常识性知识，北方长福的服务等

(2) 嘉年华，蒙迪欧，翼虎三款展出车型的数据之类

(3) 福特世界范围品牌问题，福特名列全球品牌第几？沃尔沃属不

属于福特旗下？等等简单的问题，

(5) 订嘉年华送哪款手机？订蒙迪欧送哪款？订翼虎送哪款？

具体问题内容略

此活动项目产生结果：

抢答有礼活动会大大调动在场人群的积极性、参与性，气氛随之活跃，在场人们在回答问题的同时会对福特展出的车型更加了解，对北方长福的服务系统也会有新的认识；另外也会对联通的新活动，世界风双模手机有更多了解和认识。此外福特“新的体验心的关怀”的活动主体也会得到深化。

需要的物资：

1. 主持人一到两名，可以找北方长福气质良好，有经验的工作人员。

2. 相关现场问题的资料，福特和联通活动资料问题。

3. 现场电路，音响扩音器材，小型舞台，等

## ?展出车辆具体展示

1. 展出车辆开始展示，参与活动的人群与展出车辆最近距离接触，可以亲身坐在展出车上感觉福特车其舒适性。

料。

相关展出车的宣传单页资料。

此项活动产生的结果：

顾客与参展车辆近距离接触，亲自体验福特汽车的舒适性，拉进了北方

长福与顾客之间的距离，同时顾客提出的问题在现场服务人员也能及时地回答，使顾客的问题信息也得到了最快速的反馈。大屏幕的的现场宣传，三款车在国内外获得的各种奖项，也使三款车型得到了最大的展示余地。

需要的物资：

1. 三款即将展出的车型。
2. 大屏幕视频播放器具（最少一台，也可以每款车单配一台）声形并茂。
3. 工作讲解人员，每车最少一名。

目录

活动背景

现下中国的通讯市场已然形成移动、电信、联通三足鼎立的状况，随着人们需求的不断扩张市场也日益饱和。因此我们需要经一部开拓市场，扩大公司收益。

## 活动目的

## 市场分析

- 1、联通虽然就不同的人群定制了不同的套餐，但是推出套餐的间隙小、数量大以至于大部分消费者没有发现适合自己的套餐，也就没有消费的欲望。
- 2、联通推出的大部分套餐和移动、电信即时推出的套餐大同小异。3、联通没有在自己所特有的亮点上做足宣传。
- 4、就张掖而言，农业人口所占的比重较大，对中低档手机也有更大的需求。
- 5、农村中的外出人口较多，需要像联通这种全国无漫游的优惠。

## 活动主题

## 活动流程活动前

- 1、针对299、399的手机各做一张宣传单

（大致内容：原价299的智能手机现价299，一次性到账话费299，每月再送33，一家买两部500，每部所送话费不变连号而且两部手机互打免费。可以先拿手机年底交钱，等于只给自己交299的话费，联通免费就获得联通299的手机终生的使用权。联通手机全国拨打0.15元，全国被叫免费。）

- 2、到各个乡镇看看他们都有什么方面的投资（资金额度小的），如果没有也可以给通过他们卖出去的手机的提成。3、对参与活动的联通业务员进行业务培训。

## 活动中

1、将此时的各种优惠给愿意合作的乡镇干部讲解清楚，让他们充分了解以后给自己所辖区域内的群众讲解。2、工作人员跟随，如若群众有什么疑问可以当面解答。3、工作人员把当时预定手机的消费者做个基本的信息收集，在活动的最后一天发放手机活动后将活动中所出售手机的后期保障做好。

（如：当时到账299、月返现33，以及手机的质量问题等）

## 活动总结

3、通过手机的售后以及及时的返送话费在农村树立了良好的企业形象

策划人：林莉娜

时间□20xx.03.06

20xx年4月28日-----5月5日。四、活动方式

营业厅厅店外及进社区摆点，开展“体验式”营销活动。

## 五、本次“5.1”促销活动组织机构保障

1、丰达通讯营业厅及迪信通营业厅由手机厂商支持举办“买手机送话送费、送礼品”活动，荣县维强通讯营业厅以“体验式”营销活动为主。

3、在厅店外及社区摆点区域设立“有奖游戏”，过关有奖。如：猜谜语、投篮、投飞标、联通业务知识有奖问答等活动。

4、代理商促销活动时间安排

5□

直销促销组活动时间安排

（见下表）

中国联通分公司20xx年4月26日

天猫旗舰店“周年庆”感恩回馈专场促销活动方案

一、活动主题：

“周年庆”感恩回馈

—订流量，还有6g大片免费看

二、活动时间：

20xx年x月x日0时—x月x日24时

三、活动内容：

以店铺周年庆感恩促销为切入点，以流量产品（省内1.5g□省内1.2g□省内900m□省内450m□省内120m□折价促销，订购流量更可获得6g视频（封顶）免费看为宣传点，通过自媒体团队炒作出“买流量，还能免费看6g大片”等吸引人眼球的话题，吸引顾客到xx联通天猫店参与活动。

5、流量包充值到账时间在12小时内到账；

6、用户可通过“联通手机营业厅”查询流量使用情况。

四、办理方式：

通过xx联通天猫旗舰店订购，联系客服办理。

五、业务受理：

根据用户提供的充值号码，通过流量充值卡为用户充值wo+新视界视频流量通过后台直接办理开通，非实名用户无法赠送wo+视频。

## 六、宣传安排

1□

xx联通微博信息发布：

添加天猫店链接，提升引流效果。2、

xx联通官方微信信息发布：

a□在活动前，在店内首焦上挂促销活动海报，并在旺旺设置自动推荐，主动向进店用户宣传活动信息，营造销售氛围□b□在活动开始前1天，针对所有老用户旺旺账号和本地商家旺旺账号推送活动信息，扩大活动宣传面。

--

## 联通卡套餐详细介绍篇二

--

1. 北方长福将于12月\_日—12月\_日在北京昌平市中心联通展厅与联通联手进行福特汽车展示介绍促销活动。同时在新的一年来临之际福特汽车给人们带来“新的体验心的关怀”。

2. 目前福特汽车属于品牌稳固阶段，在全世界更有良好的口碑，在中国众多汽车品牌竞争时期福特汽车正在逐步的稳固其在汽车市场的地位。

3. 北方长福在昌平市中心最繁华地带在联通展厅联合展出，

可以吸引更多的受众群体，让更多的人了解福特汽车的优越性。

4. 活动时间可为期为四天，受众人群以互动的形势了解了福特汽车、产生了兴趣，更会到距离昌平最近的北方长福店亲自去咨询，这样就会使活动有很大的延续的可能。

## 二. 活动目的

1. 活动展出地在昌平市中心的联通展厅，大批联通的用户以及更多的人群会亲临现场参加活动。

2. 福特汽车与联通世界风联合展出推广可谓强强联手，可在昌平创造轰动效应，创造销售高峰。

3. 这种特有的联合展出活动给各种受众群体耳目一新的感觉，能给与汽车、手机市场强烈的冲击。

4. 利用竞争对手疲于应付的时机，为\_年度传播规划的制定和实施争取时间。

三. 活动时间：\_年12月\_日—\_年12月\_日共\_\_天

四. 活动范围：北京市昌平市中心联通展厅，覆盖整个昌平地区

五. 活动主题：“新的体验心的关怀”福特联通联合促销活动

六. 目标消费群体：

北方长福届时展出三款车型：嘉年华，蒙迪欧，翼虎

2. 面向的人群是普通家庭、中产阶级，目前无车的家庭，该款车小巧史上的外观，超低的油耗将会吸引不少的考虑买车的家庭继承了“福特世界车旗舰”的威名，长安福特推

出的蒙迪欧2.5v6旗舰为在成功道路上不懈追求的尊贵客户度身打造，其强大动力、精良底盘以及多项独有的尊荣配置，充分体现福特的“精致造车”艺术，直接剑指中高级轿车高端市场。此款车属于中高档汽车范围，蒙迪欧是北方长福作为市场攻坚的利器，蒙迪欧消费人群集中在30-45岁年龄段，主要以政府、私营企业主为对象，同时，银行、保险、IT等行业成功人士也是它的主要目标客户。

“翼虎”是一款典型的城市suv,它100%承袭了全球最大suv制造商福特(ford)的纯正血统，结合欧洲先进suv生产工艺，以其精致气派的外观、豪华的内饰、宽大的内部空间及先进的装备，强劲的动力性能和完善的安全设计展出时会给人们带来“心无界，路无限”的真实体验。目前面临众多汽车制造厂商盲目的生产suv汽车，只注重外形模仿国外的车型，同时更多的人开始注重汽车的品牌，质量，环保，外观以及内在品质。福特汽车是世界顶级汽车制造商，这款“翼虎”也是冲击国内suv汽车市场的利器。suv越野车是众多追求时尚的人们的选择，也是有车一族第二辆汽车的选择范围。

昌平地区有大片的新兴小区住宅，公寓，别墅

如：碧水庄园，龙城花园，王府公寓，九台庄园等

3.

总而言之，消费的人群很广泛，选择的汽车档次也会不同，家用经济型，豪华型、suv越野车这三种车型是人们关注的车型。北方长福即将展出的这三款车型可以说是面向了更广的消费人群，供不同的群体有了不同的选择，也会吸引更多的人群。与此同时联通“世界风”以及“新用户预交使用费-租机”活动也正在举行，活动也会吸引大批的联通用户来参加。

七. 活动整体构想

活动以“新的体验心的关怀”为主题，通过整个活动表现福特在\_年到来之际给广大消费者新的关怀新的体验。

在整个活动之前，以软文方式，对活动进行整体概括。明确福特“新的体验心的关怀”活动主题。请北方长福高层领导以及联通领导简要讲话，诉求主题。

讲话内容(略??)

活动可进行几大项目(供参考)

?北方长福可以制作有奖调查问卷

1. 内容可以根据北方长福希望了解到的汽车市场具体动态以及需求自行撰写。
2. 调查问卷应为参与者现场填写，北方长福现场收回以供及时更具体了解到人们对汽车市场的心理动态和想法。
3. 调查问卷为有奖调查，这样可以调动更多的人群参与北方长福调查活动。问卷抽奖时间应在几小时后，有利于下面的活动继续进行，另外可以留住更多人群参与下面的活动。

此活动项目产生结果：

北方长处福地处城北昌平回龙观八达岭高速路西侧的欧德宝国际汽车城内，活动地点在昌平最繁华地带联通营业厅，会有大批汽车爱好者以及大批联通用户参与到活动之中，也会有很多有兴趣的人群参与北方长福的调查问卷活动，这样北方长福可以更详细地了解到消费者的看法以及感受，更全面地了解市场，以便作出相应的政策。

需要的物资：

2. 回收问卷箱1-2个

3. 群众填写问卷时所用的笔(50支)，桌子(5张)，椅子(5把-10把)

4. 群众填写问卷时必要的工作指导人员(5名左右)

5. 福特礼品(印有北方长福标志的笔记本，印有福特logo的笔，福特钥匙扣，小车模，精致画册等??)

?主持人主持活动，互动形势

车辆简要介绍，常识性的讲解福特汽车的历史。

2. 主持人以提问抢答的形势提出问题，群众举手抢答，答对者当场送福特或者联通精美礼品。

3. 问题内容可以是以下几个方面：

(1) 福特汽车的常识性知识，北方长福的服务等??

(2) 嘉年华，蒙迪欧，翼虎三款展出车型的数据之类

(3) 福特世界范围品牌问题，福特名列全球品牌第几?沃尔沃属不

属于福特旗下?等等简单的问题，

(5) 订嘉年华送哪款手机?订蒙迪欧送哪款?订翼虎送哪款?

具体问题内容略??

此活动项目产生结果：

抢答有礼活动会大大调动在场人群的积极性、参与性，气氛随之活跃，在场人们在回答问题的同时会对福特展出的车型更加了解，对北方长福的服务系统也会有新的认识;另外也会

对联通的新活动，世界风双模手机有更多了解和认识。此外福特“新的体验心的关怀”的活动主体也会得到深化。

需要的物资：

1. 主持人一到两名，可以找北方长福气质良好，有经验的工作人员。
2. 相关现场问题的资料，福特和联通活动资料问题。
3. 现场电路，音响扩音器材，小型舞台等。

?展出车辆具体展示

1. 展出车辆开始展示，参与活动的人群与展出车辆最近距离接触，可以亲身坐在展出车上感觉福特车其舒适性。

料。

相关展出车的宣传单页资料。

此项活动产生的结果：

顾客与参展车辆近距离接触，亲自体验福特汽车的舒适性，拉近了北方

长福与顾客之间的距离，同时顾客提出的问题在现场服务人员也能及时地回答，使顾客的问题信息也得到了最快速的反馈。大屏幕的的现场宣传，三款车在国内外获得的各种奖项，也使三款车型得到了最大的展示余地。

需要的物资：

1. 三款即将展出的车型。

2. 大屏幕视频播放器具(最少一台，也可以每款车单配一台)声形并茂。

3. 工作讲解人员，每车最少一名。

## 联通卡套餐详细介绍篇三

为带动流量销售和流量释放规模增长，把握天猫店\_\_月\_\_日开业周年庆契机，拟决定在\_\_联通天猫旗舰店开展“周年庆”感恩回馈专场促销活动，具体活动方案如下：

一、活动主题：

“周年庆”感恩回馈

—订流量，还有6g大片免费看

二、活动时间：

\_年\_月\_日0时—\_月\_日24时

三、活动内容：

以店铺周年庆感恩促销为切入点，以流量产品(省内1.5g□省内1.2g□省内900m□省内450m□省内120m)折价促销，订购流量更可获得6g视频(封顶)免费看为宣传点，通过自媒体团队炒作出“买流量，还能免费看6g大片”等吸引人眼球的话题，吸引顾客到\_\_联通天猫店参与活动。

3、流量包有效期6个月(不含当月)，使用有效时间截止\_年10月31日；

5、流量包充值到账时间在12小时内到账；

6、用户可通过“联通手机营业厅”查询流量使用情况。

四、办理方式：

通过\_\_联通天猫旗舰店订购，联系客服办理。

五、业务受理：

根据用户提供的充值号码，通过流量充值卡为用户充值wo+新视界视频流量通过后台直接办理开通，非实名用户无法赠送wo+视频。

六、宣传安排

添加天猫店链接，提升引流效果。

a□在活动前，在店内首焦上挂促销活动海报，并在旺旺设置自动推荐，主动向进店用户宣传活动信息，营造销售氛围；b□在活动开始前1天，针对所有老用户旺旺账号和本地商家旺旺账号推送活动信息，扩大活动宣传面。

## 联通卡套餐详细介绍篇四

为提升中国联通荣县分公司形象，充分利用“节假日”宣传的黄金时机，荣县分公司召开全体员工会议，反复讨论，制定以下宣传促销活动方案。

一、 活动目的

提升我公司3g业务品牌形象，促进3g□宽带及2g业务的发展量，实现增量的同时，增加出帐收入。

二、 活动思路

\_年4月28日-----5月5日。

#### 四、 活动方式

营业厅厅店外及进社区摆点，开展“体验式”营销活动。

#### 五、 本次“5.1”促销活动组织机构保障

成立促销活动领导小组：组长：\_\_；副组长：\_\_；执行组长：（1、代理商促销小组组长：\_\_；2、直销促销组小组组长：\_\_）；车辆保障：\_\_；成员：\_\_。

#### 六、 促销活物料准备

1、背景墙（内容：以3g元素为主，突出“沃的手机，您做主，玩出精彩，体验高品质生活”

2、 红地毯

3、 礼品（牙刷、牙膏、盆子、手机挂件等）

4、 体验机内置游戏（由渠道人员内置）

#### 七、 活动内容

1、 丰达通讯营业厅及迪信通营业厅由手机厂商支持举办“买手机送话送费、送礼品”活动，荣县维强通讯营业厅以“体验式”营销活动为主。

2、 乡镇活动由网格渠道人员主持，开展“体验式”营销活动，并以进店有礼吸引用户

3、 在厅店外及社区摆点区域设立“有奖游戏”，过关有奖。如：猜谜语、投篮、投飞标、联通业务知识有奖问答等活动。

4、代理商促销活动时间安排

5、直销促销组活动时间安排

## 联通卡套餐详细介绍篇五

### (1) 背景

联通公司在大学通讯市场的竞争十

4---红

销售部:胡敏余凯李容林新亮

公关部:戴婧云

康萍

刘梦阳段立锋

人事部:潘金霞

孟珊珊

梁佩业

杨雪

### 二环境分析

技术环境：坚持从市场为导向，以效益为中心，统一规划网络建设，合理利用社会力量，保持持续、健康、快速发展，努力为社会提供综合、便利、有特色的网络服务，依托cdma网络优势。

## 6---析..3活动主题..3活动流程

### ..4活动

### 总结

### ..5

## 活动背景

现下中国的通讯市场已然形成移动、电信、联通三足鼎立的状况，随着人们需求的不断扩张市场也日益饱和。因此我们需要经一部开拓市场，扩大公司收益。

## 市场分析

### 1、联通虽然就不同的人群定制了

8---送33，一家买两部500，每部所送话费不变连号而且两部手机互打免费。可以先拿手机年底交钱，等于只给自己交299的话费，联通免费就获得联通299的手机终生的使用权。联通手机全国拨打元，全国被叫免费。)

### 2、到各个乡镇看看他们都有什么方面的投资（资金额度小的），如

果没有也可以给通过他们卖出去的手机的提成。3、对参与活动的联通业务员进行业务培训。

## 活动中

### 1、将此时的各种优惠给愿意合作的乡镇干部讲解清楚，让他们充

动的最后一天发放手机

活动后

将活动中所出售手机的后期保障做

10---

八、财务预算????????15

九、总结????????16

附录

前言

近些年，人们的收入持续增长，社会技术不断发展完善，移动通信成为现代社会通信主流，有着优秀品质的联通公司又是当今中国通信业三巨头之一，鉴于此，我团队特做出了此份《联通移动类通信业务营销策划书》，希望通过我们的努力能够扩大联通移动通信业务（为求方便，以下简称联通）在学生市场甚至是全国市场的份额。

一. 市场调研

调研一：

问卷调查

12---

在外务工人员，95%以上家庭条件不够富裕，相隔千里，无钱传情，成为他们主要甚至唯一的方式！经济、实用的通信业务必为他们首选。

以上两类具有强烈的消费意愿和消费能力，且群体庞大。

运营商方面：联通公布的08年财报显示，联通08年实现营业收入亿元，净利润约为亿元，比上年增长%。

gsm短信业务使用量达到亿条，比上年增长%。炫铃业务用户净增万户，达到4, 万户，用户渗透率从上年的%上升到%。本地电话用户数达到10, 万户。

可见，联通正越来越受到社会的欢

14---