

# 活动营销方案撰写流程(汇总10篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 活动营销方案撰写流程篇一

本方案所指客户包括存款客户、贷款客户，客户类别包括个人客户和对公客户，业务涉及贷款、贴现、承兑、开销户、存取款、转账结算□pos机等业务。

指导思想：信用社的长远发展要以“效益”为中心，在正确处理近期与远期关系的基础上，制订切合实际的发展策略，尽快建立一个以效益为纽带，以业务的持续、稳步增长为目标，以充分员工的主观能动性为目的的资金营销和运作方案，迅速开展工作，为信用社圆满完成上级下达的任务指标和信用社长远发展而努力。

工作思路：以客户为中心，通过对存款和贷款进行结构分析，细分客户，量化激励，全员营销。工作中充分授权，配比费用、存款重视账户开立、贷款重视信贷关系的确立，维护好存量客户、开拓新的黄金客户，客户经理以大量的时间走出去，充分了解客户，迅速熟悉客户社交圈，进而赢得客户，占领市场。

服务理念：纵线关注全流程服务，横线关注全方位服务，把差错化为惊喜、把平淡化为满意、把高兴化为眷恋，跟踪到位，横道边，纵到底，把阶段性行为变成高效的、有灵性的持续服务。

信贷是收入之源，是立社之基。

## 一、个人客户

### 1、纯农区的农户

对纯农区的农户继续实行“五户联保”的形式，金额单户10万元，并在合适的村促成农民专业合作社、和农民信用共同体等农村经济组织的产生，改变农村金融体系缺乏独立承担民事责任且有一定组织性的贷款主体的现象。

### 2、城中村村民

对城中村村民贷款继续实行“五户联保”的形式，金额单户30万元，大力推广，资料中有村委的介绍信，并要求在我部办理贷款的客户数达到五户的，城中村委会在我部开立结算账户。且由五户以上的客户组成信用共同体，统一评级定信用等级，信用共同体全体客户同意可以推荐其他村民加入享受统一的优惠利率，贷款金额，若信用共同体中村民有一户出现逾期、欠息等违约行为，则统一下调信用共同体中所有成员的信用级次。不仅可以加深信用社和所扶持村民所在村委的天然联系，而且还可以实现营销链的外延，并且对贷款资产的质量起到积极有效的防范作用。具体参照商户通贷款操作。

### 3、社区居民

由于社区居民零散，且不具有很强的组织性，因此对社区居民贷款一律采取抵押的方式进行，金额以评估价值并参照市场价确定合理的抵押率来定。

### 4、个体工商户

对于在同一市场里的个体工商户，采取两户商户保证担保加

市场担保的方式进行，最高不得突破200万元。对不在同一市场或市场难以提供担保的且由五户以上的个体工商户组成信用共同体，统一评级定信用等级，由信用共同体所有成员向商户提供无限连带责任的保证担保，授信金额核定为50万元，全体成员同意可以推荐其他商户加入享受统一的优惠利率，授信额度，若信用共同体中有一户商户出现逾期、欠息等违约行为，则统一下调信用共同体中所有成员的信用级次，并由所有成员来偿还贷款本息。从而实现营销链的外延，节约人力成本，并对贷款资产的质量起到积极有效的防范作用。具体参照商户通贷款操作。

## 5、城市白领(含信用社职工)

参照《白领通》执行

## 6、微小企业老板

把控风险口外延，加强和以在省联社备案的担保公司的合作，采取担保公司总授信，老板贷款，担保公司担保的方式开展业务。

## 二、企业客户

### 1、存量贷款

客户经理必须维护好存量客户，作为基本工资的发放考核指标，在存量贷款未发生重大变化时，予以积极办理、并尽快熟悉客户上下游客户及社会关系，实现全方位合作。

### 2、品牌(自然增长)营销贷款

### 3、营销贷款(主要是指由明确的单位职工作为营销人的贷款)

(1)全员营销，具体分营销人、客户经理(主调查人为客户经

理和协助调查人为其他客户经理)，注：营销人不参与调查。

(2)核定营销金额：信用社负责人总额度5000万元，单户不超过500万元；信用社主任助理3000万元、单户不超过300万元；各科室科长1000万元、单户不超过100万元，副科长700万元，单户不超过70万元；信用社客户经理700万元、单户不超过50万元；信用社其他员工和机关员工300万元，单户不超过30万元。

### (3) 操作流程

按照利息收入的5%给营销人提取奖励费用，奖励费用进入专户管理，并登记台账，在贷款本息全部收回时兑现。

若贷款进入收回再贷程序，则奖励费用兑现20%，余额和收回再贷的奖励费用一并入专户管理，在贷款彻底收回时全部给予兑现。

若贷款出现风险，则奖励费用全部用来弥补损失，调查人、审查人、贷审会成员、分管主任、主任尽职尽责，由营销人负责偿还和并承担贷款营销责任。

参考其他银行利率定价及费用奖励模式：12%的年利率中，包含了资金筹资成本、管理、营销及人工费用大约为7%；考虑到商业风险，必须要有2%左右的风险加价；此外还有1%的一般准备计提。同时加上合理利润1.4%，并考虑当地银行市场竞争状况，按照0.6%的比例计提奖励费用即利息收入的5%。

### (4) 贷款期限、利率及还款方式

贷款期限以短期贷款(1年以内)为主，贷款利率执行联社贷款的现行利率，还款采取按月结息到期还本的方式。

## 4、票据业务

主任助理主抓，利用掌握的客户资源，安排专人办理，重新完善贴现手续，合规操作，日均余额2个亿，循环操作，保证合法有效、到期兑付。

### 三、人员安排及流程时限

#### 1、信用社全部信贷人员均为客户经理

#### 2、流程时限

依据市办对信用社贷款职责的确定，客户经理负责贷款流程中受理和调查两个环节，初步确定接收资料到正式受理，所有贷款期限均为为3天，完成初审，达到准入条件、并满足客户需求后方可正式受理。

调查时限要求：根据贷款金额来确定，具体为：50万以下贷款均在3个工作日办完，50万-100万贷款在5个工作日办完，100万-500万贷款均在6个工作日办完、500万元以上贷款在8个工作日内完成。调查质量要求：调查方案必须详实，做到心中有数。

“存款是立社之本”，是资金运营、创造效益的基本保障。主动营销存款成为了“立社”的关键之举。

#### 1、存款营销流程和重点的确定

本方案所指存款营销包括存款客户账户和客户日均存款余额及客户业务发生额的营销。随着银监局对金融企业存贷比的监管要求的变化，存贷比中存款量以日均余额来监管，所以我部存款客户的营销理念必须迅速转变，并结合我部实际，存款营销以吸引存款大户在我部开户为重点，营销流程为：开户(账户营销)----日常结算(结算便利)----月底余额。

#### 2. 全员营销任务的确定：为培养具有强烈生存意识的现代商

业银行员工的氛围，凡是在我部员工都要有吸储任务，员工(大堂经理、信贷外勤人员、岗位负责人、主任除外)最低基数为每季存款净增50万元。

### 3、存款营销专业团队任务的确定：

存款的组织是一个系统工程,根据每位员工的自身实际(形象、口才、人脉、能力、耐力等)和岗位特点,信用社实行全员参与但各有侧重的存款营销办法,由信贷外勤人员和岗位负责人组成信用社存款营销团队,并结合信贷收益(发放贷款的收益水平增量存款上存的收益水平),运用资金上应优先考虑信贷投放,主要侧重于零(低)风险贷款商品和个体、私营企业临时性贷款,从而实现存贷齐头并进,达到利益最大化。存款营销团队员工营销存款每季新增保证1000万元,负责人每季新增3000万元,主任助理每季新增1500万元。

4、存量存款任务：商业银行经营是以效益为中心,存量一块毕竟同样产生效益。忽视存量存款,会严重挫伤员工的工作积极性。加强对原有存款业务的发生和巩固工作,对存款营销团队中从事专门存量存款客户维护工作的员工任务为每季新增存款50万元。

5、新业务：发展某种新业务,一般短期内不会产生多少可观的存款额,或许从长远看有利于存款的稳步增长。考虑“考核报酬的即期性与部分新业务带来存款的远期性”的关系时,避免失去存款新的增长点。目前对专门从事系统性的代收代付业务的员工存款每季新增50万元。

### 5、存款业务分析例会的确定

为避免出现“鞭打快牛”和“懒牛卧车槽”及“挖空心思凑数据”的情况,每月召开一次存款营销分析会,根据任务的完成情况,每位员工社会关系、个人精力、个人素质、甚至个人形象等情况,具体分析制定下个季度的任务目标。

6. 考核办法：凡是吸收的存款，一律存在联社信用社，月末由信用社安排专人建帐。在年终对超过基数的存款，按照账户的每日存款余额的千分之一进行统一考核奖励。

利用唯物辩证法的观点和思路开展工作，诠释好“熙熙攘攘皆为利来、家有梧桐树引得凤凰来、酒香也怕巷子深”这三句话，经营风险、融通资金、提升服务、加快营销、实现双赢。

实用的营销活动方案本站锦六篇

实用的营销活动方案本站锦四篇

实用的营销活动方案范文合集七篇

实用的营销活动方案范文汇总六篇

实用的营销活动方案本站合九篇

实用的营销活动方案本站合五篇

实用的营销活动方案汇总八篇

## 活动营销方案撰写流程篇二

低价风暴，全民疯抢。

20xx年11月9日—20xx年11月11日

(一)活动一：全场5折，终极狂欢(20xx年11月11日)

20xx年11月11日10时起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城！

(注：务必使全场参与活动，以达到集群效应。)

(二)活动二：购物有礼，幸运随行(20xx年11月9日—11月11日)

凡活动期间在xx购物的顾客，单张水单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌服装一套价值1111元

二等奖2名xx服装店购物卡一张价值111元

三等奖6名真空保温杯一个价值60元

四等奖20名心相印卷纸一提价值30元

参与奖20xx名精美礼品一份价值2元

(注：抽奖为即开即对型刮刮卡，礼品以实物呈现。)

(三)活动三：一个人的节日，双倍的甜蜜(20xx年11月11日)

购物满11元+1元赠2个棒棒糖(2元/个，200份)

购物满111元+11元赠2盒巧克力(25元/盒，40份)

(甜蜜有限，礼品送完为止。)

1、抽奖刮刮卡预计成本1000元，奖品成本8000元，总计9000元；

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本1500元；

3、海报及广告宣传费用5000元；

此次活动预计总体费用15500元。

(注：活动7000元可由商家分摊，活动前期将分摊费用与商家谈判敲定，方便活动顺利开展。)

- 1、广告投放，采用报纸提前3—5天投放2期；
- 2、大型外立面广告宣传及超市dm单相结合，做到醒目，吸引顾客；
- 3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度；
- 4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围。

## 活动营销方案撰写流程篇三

在节假日可以开展活动，譬如十月一日。10月1日是伟大祖国成立周年的大喜日子，我们可开展“迎国庆，返点让利大优惠”行动，凡在国庆期间包月卡打9折，包季卡8.5折，并送4次治疗，包半年卡7.5折，并送8次治疗，包年卡打7折，并送12次治疗，并且凭月卡购护肤品9折，凭季卡购护肤品8折。消费者当月消费满1000元，即可获得贵宾卡一张，凭此卡购买产品全年打6.5折。

“短信”现在可说是炙手可热，从一种人际传播工具迅速飙升为营销新贵，商家看中的是短信覆盖面大、信息接受率高、感情色彩浓厚、费用较低、执行简单等特点。在目前的商业活动中，短信广泛应用于与客户联络感情、预约、发送促销信息等。据了解，人们对短信促销还是比较认可，特别是看到非常正规、能给自己带来优惠、有亲和力关于促销活动的文字，感觉自然不错。加上短信促销字数少、商家少，正所谓“物以稀为贵”，因此对促销活动的内容记忆深刻。而且建议在理发店管理软件里发，这样，既方便，也实惠，更加增

添了美发店的档次。

人人都想中奖，而且是中得越多越好。特别是女性，对中奖的欲望更强烈。在此，我们把人们的中奖欲望用于我们理发店当中。在北京有一家就是成功的抓住了这点，他的操作方法很简单，每当顾客在我们美容美发店消费20元。则赠送顾客一注价值2元的体育彩票。依此类推，顾客消费每增加20元，则多加一注。有一次，有一位顾客在这家理发店消费了300元，这家理发店老板当场就给这位顾客买了15注体育彩票，结果，这位顾客中了二等奖，奖金为14780元。该顾客中奖后，消息迅速地传遍了方圆2公里。从此，来这家美容美发店的顾客也就越来越多了。

### step1□对顾客进行详细的分类

一般来说，没有兴趣的顾客对于美容院发传单宣传很是反感，因为其一在于美容美发店盲目的宣根本没有把理发店的特色体现出来，其二在于有些发传单的人是为了应付工作，随便几张一起塞进顾客手中，这种被迫接受会令顾客对美容美发店的印象大打折扣。对于进店消费的顾客，要根据顾客的消费习惯和消费能力进行不同的分类，针对不同人群推出不同套餐，会达到事半功倍的效果。如针对学生可以推出校园卡套餐，针对周围居民可以推出居民优惠套餐，而针对白领等可以推出高档套餐。随着时代愈来愈趋向个性化的消费，开店的人更需要与时俱进。有针对性的宣传和服务才是招揽顾客的关键。

### step2□给自己一个明确的定位

理发店老板在开店之前应该有一个明确的定位，究竟是坐等收钱还是投入在理发店的经营中去，做老板并不是一味地依靠员工，而是有自己的一套管理体系，让员工信服。首先老板应以身作则，招揽顾客，在保证客流量的同时还可以带动员工的积极性，看谁的业务完成的高，调动员工的积极性和

责任感。

营销活动方案

关于营销活动方案范文汇编五篇

【精选】营销方案范文汇编九篇

精选营销活动方案范文合集七篇

会议营销活动方案

## 活动营销方案撰写流程篇四

xx年“五一”黄金周期间，百货事业部的19成员企业共实现销售19088万元，相对去年同期9961万元，增长92%。其中，1日至3日的销售额为9231万元，相对去年同期5098万元，增长81%；4日至6日的销售额为7704万元，相对去年同期3868万元，增长99%；7日预计销售2153万元。

在百联集团成立一周年之际，由百联集团百货事业部组织的主题为“xx新款时尚生活”的营销活动于“五一”黄金周在各门店展开。百货事业部各成员企业也紧紧抓住“五一”黄金周的销售机遇，各自推出了一系列的营销活动，使销售呈上升态势。

东方商厦推出了符合东方营销定位和特色的“缤纷五月、魅力东方、时尚前沿”主题营销活动，通过各商场组织的形式多样、丰富多彩的节日营销活动，聚集人气，使东方始终位于引领时尚生活的前沿，在提升企业形象的同时促进了销售。7天销售同比增长34%，其中前三天服装类销售同比增长87.57%，数码相机销售同比增长194.07%。

市百一店适时推出主题为“燃情五月夏花灿烂”的营销活动，

把实惠给顾客。燃情五月狂想曲之倾情折扣篇使顾客在节日期间购买不同的商品满200元就能当场抵扣30、40、60的现金；燃情五月狂想曲之炫彩赠礼篇，使顾客在节日的规定时段内购物达一定金额，就可得到对奖券，幸运者可领取手机1部；燃情五月狂想曲之心动特卖篇，节日期间各商场组织特价商品，每天限量发售；燃情五月狂想曲之商场活动篇，节日期间各商场组织各种促销活动；夏花灿烂第一朵，市百一店化妆文化秀。各类促销活动使今年的节日销售喜人，商店1-6日销售3402万元，同比上升117.24%。其中男鞋上升206.99%，女鞋上升216.84%，化妆品上升387.56%，男装上升368.65%，女装上升375.52%。

第一八佰伴黄金周推出了“缤纷五月，精彩有礼”主题营销活动，服饰商品满200送50券。活动期间**1楼**东方书城销售同比上升幅度最大，达到了462.5%；8楼儿童商场、9楼小吃广场、10楼娱乐城因去年是受“非典”影响最大的楼面，所以本期的销售同比得到了尽情反弹；2楼、3楼、4楼由于同比去年增加了营业面积，所以销售同比也大幅上升。从5月1日至6日的销售实绩排行榜上中，手机60万元的销售独占鳌头，其次是肯德基销售44.45万元，第三为名表城销售额为42.43万元。

市百一店东楼本次黄金周组织了“臻彩风尚”五一营销活动，活动内容包括：购物赠券，满300元送50元；“黄金周优惠”特别申请活动**vip**专享、互动。活动期间，化妆品销售同比上升134.73%；鞋类销售同比148.63%；包袋销售同比上升264.26%；女装销售同比上升222.74%；男装销售同比上升183.57%；床上用品销售同比上升201.29%；运动100销售同比上升96.18%。

第一百货松江店促销活动接二连三，5月1日至3日赠券跳级大放送：“满200送30、满300送50、满500送90”；4日至7日回报老顾客持贵宾卡顾客再送20元赠券。

东方美莎针对黄金周从4/30至5/7开展主题营销活动—“激情五月，欢乐购物”。以满300送60、购物抽奖、新品折扣、特价酬宾为促销手段，同时在广场举办维纳斯婚纱摄影展吸引人气，并加强宣传力度，使黄金周销售增幅明显。

华联商厦南东店举办“随薪所悦大放送”，满200元送100元抵用券，有效激活购买人气，为假日经济推波助澜。销售额比去年同期上升148%，比前年同期上升18%。从商厦大类商品销售热点看，各种当令女装、男装销售见旺，黄金饰品和化妆品销售明显上升。

华联商厦中联店隆重推出“庆五.一、奉真情、献最美”的购物赠券、送礼促销活动，在构筑好中联温馨家园服务特色的同时，与广大百姓共建起了诚信平台。

关于营销活动方案范文锦集五篇

营销活动方案

元旦营销活动方案

营销活动策划方案

会议营销活动方案

营销活动策划方案

节日营销活动方案

营销活动方案模板

**活动营销方案撰写流程篇五**

为加深大学生对职业生涯规划和自我营销的认识，提高大学

生求职自我营销意识，提升我校大学生就业能力，特开展本次大学生自我营销大赛。为做好本次活动的报名组织工作，现将有关事宜通知如下：

营销自我，赢在起点

主办单位□xx师范大学学生就业工作处

承办单位□xx师范大学外国语学院

共青团xx师范大学外国语学院委员会

xx师范大学全日制本科生、研究生

#### 四、活动时间及地点

初赛:即日起至11月23日，各学院自行举办院内初赛，并推选出一名选手参加决赛。

决赛时间□20xx年12月2日

地点：大学生活动中心五楼

（一）初赛流程

（二）决赛流程

1、主持人开场。

2、嘉宾致辞。

3、个人展示环节。每位选手5分钟风采展示，形式不限。

（离结束时间还有30秒时举牌提醒，时间到时响铃提醒。）  
随后老师进行现场提问。

4、自我思辨环节。限时1分钟，选手根据自己未来的规划，运用两个相对的营销学理论进行自我思辨。（时间到时会响铃提醒）。

（营销学理论：木桶理论与核心竞争力、共生营销与差异化营销、羊群效应和果子效应、品牌形象论和定位理论、长尾理论和二八法则等）

5、评委点评，工作人员统计分数及排名。

6、宣布比赛结果及颁奖。

7、尾声（合影留念）。

### （一）报名要求：

各学院自行举办院内初赛，并推选出一名选手参加决赛。并于11月24日（周五）12：00前将推荐材料发送至邮箱（命名方式：学院+年级+姓名，主题为xx师范大学第二届大学生自我营销大赛。）每位参赛者及学院比赛负责人需及时加入比赛工作群（群号：565470827），便于直接接收重要通知。参赛者需仔细阅读活动要求及评分细则（详见附件二）。

### （二）材料要求：

推荐材料包括报名表（附件一）、自我营销策划、决赛展示ppt和人生生活照一张。

自我营销策划内容可以围绕以下五方面展开：

#### 1、自我认知

个人综合能力展示，包括知识、能力、技能等，科学、全面地认识自我，可使用swot分析方法，也可使用相应人才测评

工具进行测量。

## 2、价值挖掘

计划建立并提升个人的核心竞争力，激发潜能或让某一方面更具竞争力。

## 3、自我定价

正确认知个人价值所在，自己对自身价值与市场定位进行赋值。

## 4、营销渠道

找到符合自身特点和实际情况的渠道来获取相关职业的信息、展示自身闪光点 and 营销自己。可采用影子访谈的方式，采访优秀毕业生，其他途径亦可。

## 5、自我促销

多方面、多平台展示自我；独到新颖的展示渠道、展示方法；多因素分析，制定职业规划并进行自我营销。

一等奖二名——奖品

二等奖四名——奖品

三等奖八名——奖品

其余参赛选手获优秀奖——亦颁发纪念品

所有获奖选手均颁发荣誉证书。

营销活动策划方案

会议营销活动方案

营销活动策划方案

节日营销活动方案

元旦营销活动方案

珠宝营销活动策划方案

酒店营销活动策划方案

餐饮营销活动策划方案

精选营销活动方案范文锦集六篇

银行营销活动策划方案

## 活动营销方案撰写流程篇六

为加深大学生对职业生涯规划和自我营销的认识，提高大学生求职自我营销意识，提升我校大学生就业能力，特开展本次大学生自我营销大赛。为做好本次活动的报名组织工作，现将有关事宜通知如下：

营销自我，赢在起点

主办单位□xx师范大学学生就业工作处

承办单位□xx师范大学外国语学院

共青团xx师范大学外国语学院委员会

xx师范大学全日制本科生、研究生

#### 四、活动时间及地点

初赛:即日起至11月23日,各学院自行举办院内初赛,并推选出一名选手参加决赛。

决赛时间□20xx年12月2日

地点:大学生活动中心五楼

##### (一) 初赛流程

##### (二) 决赛流程

1、主持人开场。

2、嘉宾致辞。

3、个人展示环节。每位选手5分钟风采展示,形式不限。

(离结束时间还有30秒时举牌提醒,时间到时响铃提醒。)  
随后老师进行现场提问。

4、自我思辨环节。限时1分钟,选手根据自己未来的规划,运用两个相对的营销学理论进行自我思辨。(时间到时会响铃提醒)。

(营销学理论:木桶理论与核心竞争力、共生营销与差异化营销、羊群效应和果子效应、品牌形象论和定位理论、长尾理论和二八法则等)

5、评委点评,工作人员统计分数及排名。

6、宣布比赛结果及颁奖。

7、尾声(合影留念)。

## （一）报名要求：

各学院自行举办院内初赛，并推选出一名选手参加决赛。并于11月24日（周五）12：00前将推荐材料发送至邮箱（命名方式：学院+年级+姓名，主题为xx师范大学第二届大学生自我营销大赛。）每位参赛者及学院比赛负责人需及时加入比赛工作群（群号：565470827），便于直接接收重要通知。参赛者需仔细阅读活动要求及评分细则（详见附件二）。

## （二）材料要求：

推荐材料包括报名表（附件一）、自我营销策划、决赛展示ppt和人生活照一张。

自我营销策划内容可以围绕以下五方面展开：

### 1、自我认知

个人综合能力展示，包括知识、能力、技能等，科学、全面地认识自我，可使用swot分析方法，也可使用相应人才测评工具进行测量。

### 2、价值挖掘

计划建立并提升个人的核心竞争力，激发潜能或让某一方面更具竞争力。

### 3、自我定价

正确认知个人价值所在，自己对自身价值与市场定位进行赋值。

### 4、营销渠道

找到符合自身特点和实际情况的渠道来获取相关职业的信息、展示自身闪光点 and 营销自己。可采用影子访谈的方式，采访优秀毕业生，其他途径亦可。

## 5、自我促销

多方面、多平台展示自我；独到新颖的展示渠道、展示方法；多因素分析，制定职业规划并进行自我营销。

一等奖二名——奖品

二等奖四名——奖品

三等奖八名——奖品

其余参赛选手获优秀奖——亦颁发纪念品

所有获奖选手均颁发荣誉证书。

关于营销活动方案范文锦集五篇

关于营销方案范文锦集十篇

营销活动方案

营销活动策划方案

营销活动策划方案

节日营销活动方案

营销活动方案模板

会议营销活动方案

# 活动营销方案撰写流程篇七

为了提高员工企业归属感，增强酒店员工凝聚力，鼓舞酒店员工士气，丰富员工业余生活，经酒店研究决定，于20xx年1月20日举行第一届员工新春联欢会。

一、主题：

放飞梦想期望无限(活动前背景音乐“超越梦想汪正正”)

二、活动时间：

20xx年1月20日14点(根据预订情景决定，时间二小时以内)

三、活动地点：酒店

四、参与对象：

酒店全体人员

五、活动主持人：

六、活动流程

第1个环节：携手风雨同程(背景音乐提议采用西安总经理年会背景音乐)

本环节主要资料：展示酒店(可介绍酒店或酒店未来的发展方向)新春寄语(员工入场时投入已经准备好的抽奖箱中，每个员工为自我、家人、朋友或公司写下一句祝福，号码由行政部提前发放到员工手中，以便于最终抽奖，)公司高层致词(执行董事黄永中先生、总经理赵润森先生)大型歌舞节目一个介绍酒店的员工情景(20xx年度酒店感动人物暨优秀员工事迹，提议参照感动中国的颁奖程序，有颁奖词、颁奖嘉宾

及影像资料)

第2个环节：感动时刻温情常在(背景音乐“感动韩红、不能没有你那英”)

本环节主要资料：庆祝近期时间员工生日回顾酒店筹开军训培训影像资料节目两个

第3个环节：青春无限梦想飞扬(背景音乐“想唱就唱”)

本环节主要资料：春节style□衣食住行玩。节目三个互动游戏(团结协作型“因为有你，我的世界更精彩”)

第4个环节：活力荡漾畅想明天(背景音乐“我相信”)

本环节主要资料：传递欢乐心境(现场传动一支话筒，由主持人随意叫停，如话筒在谁手里，由他说出对酒店想要说的话，并参加现场抽奖，现场堆放数个气球，里面有不一样的奖品，也可能是惩罚等)放飞期望(抽奖，由现场的观众抽取6名幸运者，一等奖1名，二等2名，三等奖3名)

七、活动准备工作：

行政部：主要负责本次活动规划、预算、组织、协调各部门

培训部：协助行政部完成本次活动，对活动整体策划、节目选定、化妆费、服装费等发生的相关活动费用报帐工作。

工程部：活动当天14：00前完成音响灯光调试，2个无线麦克风、2个有线麦克风、2个麦克风架，负责活动现场背景音乐和员工节目音乐播放。

餐饮部：负责活动当天14：00前场地布置完毕(绿色植物、彩带等)。

## 活动营销方案撰写流程篇八

金秋佳节是中国传统的节日，每年这个时候，月饼成了馈赠亲友，表达祝福的最佳礼品，可是由于很多原因，如加班、临时有事、面子问题、要送的人数太多亲自赠送很麻烦等，人们即使很想也只能放弃这份祝福。现今地区各大超市都几乎实行一贯的打折降价或加送其余礼品等促销活动，顾客已经对此失去兴趣。直接面对面的馈赠对于有些人很难表达其情感。

中秋送礼不用愁，\*\*大使帮你亲自送到家。（\*\*商场中秋大使为你亲自送上对亲友的祝福，为你解决送礼忧愁）

因各种原因无法对亲友进行馈赠的人群。

- 1、通过此活动增加月饼销售利润，并增加其销售额。
- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。
- 5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。
- 6、增加企业竞争手段，做出差异。

1、时间：\*月\*日---中秋前一天

2、地点：活动仅限深圳市区

3、活动准备：

a□安排一定量的运输车与“中秋大使”。

b□驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减少时间消耗，提高运送效率。

c□对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。

d□对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。

e□联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，最好能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。

2)精确性：短信广告最大的特性就是直达接收者手机，“一对一”传递信息，强制性阅读，时效性强，100%阅读率!在媒介与人接触的有限时间中，能提高人与广告的接触频率。

3)瞬时轰动效应强：它具有其它任何一个广告媒体无法比拟的瞬时轰动效果。

4)低成本：短信广告的发布费用非常低廉，与传统媒体动辄上十万甚至上百万的广告

费用相比，短信广告的成本几乎可以忽略不计。而通过短信平台提交短信广告，比直接用手机发短信息更便宜，大大降低了广告主的广告发布成本。

短信群发能以其速度快、精确性、瞬时轰动性快速而有效的抢占到市场先机，能将公司产品促销活动信息及促销产品通过短信的形式群发到广大用户的手机，可以达到事半功倍的效果。时还可以发布会员通知，内部员工通知，供应商通知，进行客户、会员回访。另外正值中秋国庆佳节之际，利用短信群发平台发送一些文字祝福信息，于无形中可提升了企业

亲和力，这可是长治久远之道啊。短信群发公司，在此我只推荐深圳市君贤科技发展有限公司。

1、顾客购买礼品后要按其要求进行包装，并询问并登记要求运送的详细地址和最佳运送时间段，最好能够让顾客提供其联系电话和收礼人的联系电话以方便赠送时有特殊情况可以取得联系。

2、“中秋大使”的言行代表着商场的荣誉，必须对“大使”进行严格挑选，形象和语言亲和力方面必须良好，而且对于可能遇到的问题必须对“大使”进行教育。

3、为避免一些问题，此活动的运送品只能限制在中秋礼品上，不能涉及现金，在包装时必须对礼品进行检查，不能存在现金。

4、由于可能会出现客户拒收等情况，在活动宣传时应予以说明，并说明出现此情况商场把原礼品联系退回与顾客。

5、出现拒收或客户不在等情况时，“大使”必须尽快与商场负责人取得联系，告知情况后继续进行下个任务，由商场有关人员联系顾客或受礼人进行询问解决。

6、所送礼品必须为商场所购产品，购买人必须留下真实联系号码和姓名，如因所留号码有误造成返还不到时，7日后商场有对货品进行处理的权利，这点应在宣传或者活动开展时说明。

7、卡片中的自写赠言是顾客对于受礼人最真挚的祝愿，是情感的坦然流露，因此卡片的挑选一定要注重其外观精美和里面的文字内涵。如果在月饼售价做调整，卡片也可改为台历等，当然里面要有商场的有关介绍啦。做宣传嘛。

注明一些商品不参加抢购，并在现场用海报告示。

\*此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还30%付款金额的做法，凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金额。

注：超市可以推出中秋节每日商品特价，每日推出两至三样特低价商品，通过特低价商品来带动其他商品的销售，这些特低价商品最好是跟中秋节有一定联系，跟其他商场相比，这些商品在价格上要具有绝对竞争优势。

购物满200元，凭购物小票可现场拍5寸照片一张，以作留念，现拍现取。

时间：中秋节当天)

地点：商场门口广场

协办：某某影楼或某某胶卷公司

操作说明：

\*可现场布置一个场景，或搭建一个亭，营造出中秋古韵，或布置成一个现代团圆喜庆场景。

\*最好是将商场名称拍进去，以后看到照片就能想起商场。

对于很多顾客来说，月饼都是要买的，各个商场的月饼种类、价格都差不多，因为一般顾客选择就近购买，那样比较方便。如何让顾客更方便，怎样吸引顾客从其他商场来本商场购买呢，就需要推出有特色的服务措施。

1. 月饼电话订购：提前半个月在报纸上、商场布告栏、商场海报上公布月饼订购电话，凡购买月饼满100元以上，直接送货上门，单位集体购买可享有九折优惠。

2. 月饼定做：跟厂家合作推出月饼定做服务，公布定做电话、

具体定做方式。顾客的口味需求毕竟不同，也有一些特殊顾客会有一些特殊的要求，月饼定做既是商场服务内容的一种拓展，也体现了商家从细节处为顾客着想。

3. 月饼代送、代寄：凡在市区的，直接代送到家；凡是外地的，通过邮局等快递方式邮寄到家。此项服务可以加收一定的服务费，如加收10元。生活在都市中忙碌的人们，也许您有种种原因，无法亲自将礼品送给您的家人、长辈、朋友，商场将为您代劳，将您的礼品转交给他们，并送上真挚的祝福。

其他活动简要：

1. 中秋餐饮大餐：中秋节除了吃月饼外，一家人还要一起吃团圆餐，商场超市可以跟餐饮业互动，跟某餐饮大酒店合作，推出购物满300元送八折优惠券，或购物满多少，抽奖赠送免费餐饮券。

关于营销活动方案范文锦集五篇

营销活动方案

营销活动方案模板

元旦营销活动方案

营销活动策划方案

节日营销活动方案

营销活动策划方案

## 活动营销方案撰写流程篇九

金秋佳节是中国传统的节日，每年这个时候，月饼成了馈赠

亲友，表达祝福的最佳礼品，可是由于很多原因，如加班、临时有事、面子问题、要送的人数太多亲自赠送很麻烦等，人们即使很想也只能放弃这份祝福。现今地区各大超市都几乎实行一贯的打折降价或加送其余礼品等促销活动，顾客已经对此失去兴趣。直接面对面的馈赠对于有些人很难表达其情感。

中秋送礼不用愁，\*\*大使帮你亲自送到家。（\*\*商场中秋大使为你亲自送上对亲友的祝福，为你解决送礼忧愁）

因各种原因无法对亲友进行馈赠的人群。

- 1、通过此活动增加月饼销售利润，并增加其销售额。
- 2、通过中秋大使送礼时的良好言行感染客户，提升企业形象。
- 3、为顾客提供便利，吸引更多的顾客群。
- 4、为顾客传达情感。
- 5、以此活动为基本，可延伸到其它节日中使用，如圣诞或元旦等。
- 6、增加企业竞争手段，做出差异。

1、时间：\*月\*日---中秋前一天

2、地点：活动仅限深圳市区

3、活动准备：

a□安排一定量的运输车与“中秋大使”。

b□驾驶员必须熟悉城区行车路线，要求尽量在运送过程中减

少时间消耗，提高运送效率。

c□对“中秋大使”进行语言与动作的教育，并学习遇到问题的处理方法。

d□对月饼售价进行适当改进，尽量提高总体利润额。

e□联系卡片经销商，购买一定数量的精美卡片，最好能根据赠送对象不同而分类的卡片，如：情人卡、亲人卡、朋友卡等。

2)精确性：短信广告最大的特性就是直达接收者手机，“一对一”传递信息，强制性阅读，时效性强，100%阅读率!在媒介与人接触的有限时间中，能提高人与广告的接触频率。

3)瞬时轰动效应强：它具有其它任何一个广告媒体无法比拟的瞬时轰动效果。

4)低成本：短信广告的发布费用非常低廉，与传统媒体动辄上十万甚至上百万的广告

费用相比，短信广告的成本几乎可以忽略不计。而通过短信平台提交短信广告，比直接用手机发短信息更便宜，大大降低了广告主的广告发布成本。

短信群发能以其速度快、精确性、瞬时轰动性快速而有效的抢占到市场先机，能将公司产品促销活动信息及促销产品通过短信的形式群发到广大用户的手机，可以达到事半功倍的效果。时还可以发布会员通知，内部员工通知，供应商通知，进行客户、会员回访。另外正值中秋国庆佳节之际，利用短信群发平台发送一些文字祝福信息，于无形中可提升了企业亲和力，这可是长治久远之道啊。短信群发公司，在此我只推荐深圳市君贤科技发展有限公司。

1、顾客购买礼品后要按其要求进行包装，并询问并登记要求运送的详细地址和最佳运送时间段，最好能够让顾客提供其联系电话和收礼人的联系电话以方便赠送时有特殊情况可以取得联系。

2、“中秋大使”的言行代表着商场的荣誉，必须对“大使”进行严格挑选，形象和语言亲和力方面必须良好，而且对于可能遇到的问题必须对“大使”进行教育。

3、为避免一些问题，此活动的运送品只能限制在中秋礼品上，不能涉及现金，在包装时必须对礼品进行检查，不能存在现金。

4、由于可能会出现客户拒收等情况，在活动宣传时应予以说明，并说明出现此情况商场把原礼品联系退回与顾客。

5、出现拒收或客户不在等情况时，“大使”必须尽快与商场负责人取得联系，告知情况后继续进行下个任务，由商场有关人员联系顾客或受礼人进行询问解决。

6、所送礼品必须为商场所购产品，购买人必须留下真实联系号码和姓名，如因所留号码有误造成返还不到时，7日后商场有对货品进行处理的权利，这点应在宣传或者活动开展时说明。

7、卡片中的自写赠言是顾客对于受礼人最真挚的祝愿，是情感的坦然流露，因此卡片的挑选一定要注重其外观精美和里面的文字内涵。如果在月饼售价做调整，卡片也可改为台历等，当然里面要有商场的有关介绍啦。做宣传嘛。

注明一些商品不参加抢购，并在现场用海报告示。

\*此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还30%付款金额的做法，凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金

额。

注：超市可以推出中秋节每日商品特价，每日推出两至三样特低价商品，通过特低价商品来带动其他商品的销售，这些特低价商品最好是跟中秋节有一定联系，跟其他商场相比，这些商品在价格上要具有绝对竞争优势。

购物满200元，凭购物小票可现场拍5寸照片一张，以作留念，现拍现取。

时间：中秋节当天)

地点：商场门口广场

协办：某某影楼或某某胶卷公司

操作说明：

\*可现场布置一个场景，或搭建一个亭，营造出中秋古韵，或布置成一个现代团圆喜庆场景。

\*最好是将商场名称拍进去，以后看到照片就能想起商场。

对于很多顾客来说，月饼都是要买的，各个商场的月饼种类、价格都差不多，因为一般顾客选择就近购买，那样比较方便。如何让顾客更方便，怎样吸引顾客从其他商场来本商场购买呢，就需要推出有特色的服务措施。

1. 月饼电话订购：提前半个月在报纸上、商场布告栏、商场海报上公布月饼订购电话，凡购买月饼满100元以上，直接送货上门，单位集体购买可享有九折优惠。

2. 月饼定做：跟厂家合作推出月饼定做服务，公布定做电话、具体定做方式。顾客的口味需求毕竟不同，也有一些特殊顾客会有一些特殊的要求，月饼定做既是商场服务内容的一种

拓展，也体现了商家从细节处为顾客着想。

3. 月饼代送、代寄：凡在市区的，直接代送到家；凡是外地的，通过邮局等快递方式邮寄到家。此项服务可以加收一定的服务费，如加收10元。生活在都市中忙碌的人们，也许您有种种原因，无法亲自将礼品送给您的家人、长辈、朋友，商场将为您代劳，将您的礼品转交给他们，并送上真挚的祝福。

其他活动简要：

1. 中秋餐饮大餐：中秋节除了吃月饼外，一家人还要一起吃团圆餐，商场超市可以跟餐饮业互动，跟某餐饮大酒店合作，推出购物满300元送八折优惠券，或购物满多少，抽奖赠送免费餐饮券。

精选营销活动方案范文锦集六篇

营销活动策划方案

营销活动策划方案

节日营销活动方案

营销活动方案模板

会议营销活动方案

元旦营销活动方案

酒店营销活动策划方案

银行中秋活动营销方案

餐饮营销活动策划方案

# 活动营销方案撰写流程篇十

## 一活动主题：

名称为：“情满xxxx周年大庆典”。意在通过系列活动提升品牌影响力，全新的角度展示名流的形象风采。

## 二活动的定位：

通过一系列活动的组合，以‘情’字为切入点，巩固目标顾客群，让顾客切实感受到名流的品质、便利、实惠。

## 三活动的流程：

活动时间□20xx年8月21——23号『3天』

活动布置：1一楼店面上方巨幅悬挂

2门口彩虹门悬挂，张挂条幅

3店内气球、拉花装饰『走廊、前台、超市、高空等等』

4店庆期间门口礼仪人员穿礼服宾迎问好。

5店内地面椭圆喷幅，内容为□“xxktv一岁了”色彩以醒目喜庆为主。

活动店庆内容：“一赠二送三抽奖”

一赠：店庆期间所有来宾均有小纪念品赠送。

二送：店庆期间所有啤酒买六赠一、买十赠二，多买多增。

三抽奖：所有消费满200元均可参加抽奖。

奖品为一等奖1名二等奖2名三等奖3名四等奖10---20名奖品与酒商协商：【项链、提包、mp3、mp4、雨伞、老板杯、茶杯、皮带、领带、钱包、毛公仔、纪念品等等。

大致为一等奖白金项链或白金戒指。

二等奖精美时尚男女提包。

三等奖精美雨伞一把或纪念杯一套。

四等奖小毛公仔一个等等等……

活动筹备：1、彩虹门一个2、条幅一条内容：“情满xx周年大店庆”约10米左右3、店面巨幅三楼到一楼内容：喜迎店庆情满名流4、气球5包5、彩带3大包6、椭圆喷幅一条【类似钱柜店庆】7、易拉宝一张、金典娱乐璀璨名流xx一周年有礼了一赠二送三抽奖等等。

四活动费用约20xx元左右。

店庆宣传卡片单内容：

xx会所迎店庆送清凉

xx一岁有“礼”了

梦想就是快乐歌唱就是回忆

1、凡消费的顾客均有纪念品赠送，所有消费满200元的顾客均可到前台领取赠酒卡一张。

2、所有啤酒买六增一买十赠二多买多送所有点洋酒的朋友均免房费送果盘（商务房以下）

3、店庆期间每晚举行大型抽奖活动奖奖有礼

每晚一等奖一名

二等奖两名

三等奖三名

四等奖二十名

意外的惊喜大奖随时降砸到你的身上享受抽奖的乐趣。

岁月如歌歌的海洋家的温暖

用歌声宣泄快乐与悲伤

用歌声享受生活与梦想

金典娱乐璀璨名流

店庆宣传卡内容

本店拥有最终解释权

xx会所一岁啦

我店庆我送礼隆庆盛宴疯狂周年店庆激情好礼从天降

店庆时间：8月21至23日之间

1、凡消费的顾客均有精美纪念品赠送，所有消费满200元的顾客均可到前台领取赠酒卡一张、。

2、所有啤酒买六赠一、买十赠二、多买多赠。

所有点洋酒的朋友均免房费送果盘（商务房以下）

3、店庆期间每晚举行大型抽奖活动奖奖有礼

每晚一等奖一名

二等奖两名

三等奖三名

四等奖二十名

意外的惊喜大奖随时可能降砸到你的身上享受抽奖的乐趣

周年締就辉煌开创美好未来小小的舞台有你更精彩唱出生命最亮点

余霞黄昏夜不得不k歌

放飞你的歌声一起k歌吧！！！！

本店拥有最终解释权

营销活动方案

关于营销活动方案范文汇编五篇

关于营销活动方案范文汇编九篇

精选营销活动方案范文合集七篇

营销活动策划方案

营销活动策划方案

节日营销活动方案

营销活动方案模板

会议营销活动方案