二手网吧经营活动方案设计(实用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？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

二手网吧经营活动方案设计篇一

一、总体概念：

为了配合乡村基对提出的“乡村基，你的膳食专家”这一口号，推出“四季养生”这一概念系列快餐。从中医食疗角度出发，以农历四季为时段间隔，针对每季的气候特点及人体特征，每季推出相应的特色养生系列快餐2至4套。每季系列以套餐为主，辅之以相应的甜品，汤及小吃。产品着重突出其“气节养生，吃出健康”的主题。弱化其快餐形式。

二、新产品目标市场：

新产品目标市场包括两块，一块是乡村基的现有市场包括上班族、学生等。另一块是通过这一养生系列想要吸引的一批对快餐食品营养价值存有疑问的消费者，包括一些老年人，生活质量要求较高的人等。这也是在宣传中药强调这一系列的养生价值弱化其快餐形式的原因。

三、新产品设计：

1、春季：农历立春至立夏

产品设计背景：

春季饮食要掌握一个原则：根据气温变化，食物由温补、辛

甘逐渐转为清淡养阴之品。早春饮食取温避凉。套餐多提供春笋、香椿、菠菜、柳芽、荠菜、葱、姜、蒜、韭菜、芥菜等偏于温补的蔬菜和野菜。

仲春饮食宜辛甘。适当进食山药、红枣、蜂蜜、芹菜等平补脾胃的食物，少食酸性食物，以名伤用脾胃。

2、夏季：农历立夏至立秋

产品设计背景：

夏季是阳气最盛的季节，此时也是人体新陈代谢最旺盛的时候，人体出汗过多而容易丢失津液，因此夏季养生应该以清淡食物为主，避免伤津耗气。

夏季饮食多清淡。夏季暑热，人的脾胃消化功能相对较弱，乡村基可利用清热解毒的食物进行搭配，蔬菜类如茼蒿、芹菜、小白菜、香菜、苦瓜、竹笋、黄瓜、冬瓜等;鱼类如青鱼、鲫鱼、鲢鱼等，这些食物能起到清热解署、消除疲劳的作用，对中暑和肠道疾病有一定的预防作用。

夏季饮食宜补气。可适当选

择一些滋阴补气的食物，如胡萝卜、菠菜、桂圆、荔枝、花生、番茄等。夏季心气旺盛，易伤人气阴，在这个季节里，应以补气养阴、清暑热为主，如冬瓜、西瓜、莲藕、鸭肉等，不宜多食温补、滋腻厚味之品。

3、秋季：农历立秋至立冬

产品设计背景：

秋季阳气渐收，阴气渐长，此时人体也应顺应四时变化的规律，进入保护阴气的时机，在饮食方面应以防燥养阴、滋阴

润肺为主。

入秋饮食宜甘润。宜多选甘寒滋润之品，如百合、银耳、山药、梨、葡萄、荸荠、糯米、甘蔗、豆浆、芝麻、莲藕、菠菜、猪肺、鳖肉、橄榄等，这些食物有润肺生津、养阴清燥的作用。产品应少含葱、姜、辣椒等辛味。

秋季饮食宜滋补。秋季引补是中医养生要旨之一，为冬令进补打好基础，避免冬季虚不受补的发生，可适当服用沙参、麦冬、百合、杏仁、川贝等中药材，对于缓解秋燥有良效。秋季宜少辛增酸。秋天要少吃一些葱、姜、蒜、韭菜、辣椒等辛味之品，以免伤及肺气;要选择苹果、石榴、葡萄、芒果、柚子、柠檬、山楂等酸味食品，以防秋燥。

4、冬季：农历立冬至立春

产品设计背景：

冬季是万物生机潜伏闭藏的季节，此时天寒地冻人体血液循环减慢。中医认为，此时寒邪强盛，易伤及人体阳气，因此，冬季养生重在滋补。

冬季饮食宜滋补。冬季饮食养生的基本原则是要顺应体内阳气的潜藏，敛阳护阴。可适当选用羊肉、虾、韭菜、桂圆、木耳、栗子、核桃、甲鱼等食物;多吃些薯类，如甘薯、马铃薯等;蔬菜类如大白菜、圆白菜、白萝卜、黄豆芽、绿豆芽、油菜等。

冬季忌食寒性物。因此冬季应少吃荸荠、柿子、生萝卜、生黄瓜、西瓜、鸭等性凉的食物。

以上是新产品设计的原则，具体菜品应让专业认识根据上文提到的每季适宜及忌食食材，进行具体设计。应当特别注意的是原料的供应以及所增加的成本问题。

四、新产品宣传及推出

主要宣传形式：

新产品宣传主要形式还是沿用乡村基的新品宣传形式，即制作大幅海报在餐厅入口处及点餐处进行宣传。

其他形式：

1、在此策划的其他建议中，我们提出可在门口设置展板公布近期顾客所提建议及乡村基的解决办法。同时可在此展板上开辟一区宣传新产品，同时，在每季新品刚推出的一段时间内，可多选择与新品相关的问题，加大新品的知名度。

2、在每张桌设设置像咖啡店的小型的塑料点餐牌，可在其上对新产品进行适当宣传。新产品推出形式：

可先进行试点少量销售，试探市场及顾客反应，在确立了一定顾客群吸收顾客建议对新产品作出改进之后再全面推出市场。

二手网吧经营活动方案设计篇二

春节节活动方案:

第一道 “什锦拼盆”

只要你消费拾伍元以上，你就有机会在我们“整点摸奖”的时间里，摸出各种奖品，有□spalding□篮球、上网抵用券、听装饮料等各类物品。每天二次，下午4时，晚上九点，中奖率50%。

第二道 “免费大餐”

从即日起，每天零点开始摸奖，设大奖一个，凡凭有效证件并在收银台登记，消费满拾元以上，你就有机会得到大奖一个，免去当天在我网吧上网费，随机造大奖，并赠送上网费100元（券）。

第三道 “充100送50”

从本月15日起至月底，凡会员消费满150元，即可享受充100元，送50元的优惠大赠送。

第四道 cs比赛大比拼

一、开展比赛活动：

1、比赛内容□cs

比赛时间：12月20日、21日、22日、23日预赛，24日决赛

具体安排：每天安排二场预赛（视人数多少可增加或减少），开一台8人服务器，顾客须到收银台报名，满8人即开始比赛。比赛时间定为一小时，以杀敌人数多为胜，四天共决出8名选手。

平安夜，晚上8点开始决赛，时间一小时（免费提供机器），以杀敌人数最多为优胜，分出一、二、三名。

比赛规则：不得使用任何作弊器，选定好职业不得改动。如打成平手，裁判的监督下一轮定胜负。

奖　　品：第一名，价值200元

的七折充值卡壹张（会员有卡者，在其卡内充入贰佰元）。

第二名，价值100元的七折充值卡壹张（会员有卡者，在其卡

内充入壹佰元）。

第三名，价值50元的七折充值卡壹张。（会员有卡者在其卡内充入50元）。

比赛地图：用全国电子竞技标准地图

二手网吧经营活动方案设计篇三

蓝色巧克力是__股份有限公司在中国推出的系列产品之一，__年进入中国。“牛奶香浓，丝般感受”成为经典广告语。巧克力早已成为人们传递情感、享受美好瞬间的首选佳品。

二、策划活动背景

农历“七夕”即将来临，在这个特别的日子——一份属于中国人的情人节里，巧克力依然扮演着非常重要的角色。在浪漫的七夕情人节，手捧巧克力的温馨甜蜜，对倾慕已久的那个她诉说衷肠，巧克力的浓郁香醇，与最爱的人一起，分享美丽、分享爱。__年七夕情人节，蓝色倾心携手亿万温馨甜蜜的恋人朋友，送关爱、送清凉。说出您的故事，分享快乐、分享美丽、传达心中的爱——属于彼此矢志不渝的真情。炎夏之际，蓝色伴每一对恋人清凉一夏，滋养每一天、甜蜜每一天，给彼此一个特别的情人节，携手彼此幸福一辈子，不离不弃。蓝色因爱而精彩，因爱而特别，在充满爱的季节、在恋人的佳节里，蓝色与各位恋人朋友携手共筑爱的殿堂，坚定的说出内心的真爱。

三、活动目的

1、利用情人节的特殊气氛来开展此次的蓝色巧克力促销活动，扩大自己的品牌知名度与市场占有率，营造良好的企业形象。

2、借助此次情人节促销，增加蓝色巧克力的销售量，提高本季度的销售额。

3、开展此次促销，便于制定相应的竞争策略，应对同行的竞争者。

4、加强老顾客的长期购买，形成忠诚顾客;吸引新的顾客购买我们的产品，形成满意顾客。

5、为情人节过后的市场淡季期间，树立售点信心获取售点支持形成销售增长。所以在活动的设计上更多是要考虑吸引注意，促进记忆，达到好感，提高本企业巧克力的市场竞争力，进一步提高市场占有力，在销售中有一个大的突破。

四、活动对象

年龄在16-23岁，处于恋爱期注重浪漫的情侣，主要是大学生群体。此类消费者都是情人节消费的主力人群。他们富有激情，崇尚浪漫、时尚，喜欢幻想，能快速接受新事物，是一个为了求新、求变永远也不会厌倦的时尚阶层。而且消费习惯不成熟，极易受到广告的影响，所以是广告宣传的主要对象他们是一个喜欢怀念的群体，所以注定了他们较容易受到这类消费群体的影响，跟随这类群体的步伐庆祝情人节。所以可以通过强烈刺激这类群体产生购买行为来带动他们的消费行为发生。

五、活动时间和地点

(一)活动时间

农历七月初七前后共三天。活动时间定为：10点~21点(其中11~13点，19~21点为人流高峰)

(二)活动地点

__各高校主校区

六、活动主题

遇见青春——甜蜜时光

七、活动内容

1.免费试吃试用装。

2.优惠买赠活动

具体的优惠如下：购价值__元巧克力，赠：精美情侣戒指一对。

购价值__元巧克力，赠：个性情侣杯一对。

购价值__元巧克力，赠：时尚情侣表一对。

购价值__元巧克力，赠：情侣玫瑰一束。

3.玩游戏获赠巧克力活动

游戏一：女士盖上红盖头，男士打领带

主题：我们的爱如此默契

所获奖项：最佳默契情人奖

组织方式：随机抽取4对情侣，女生用红盖头盖住头部，蒙面为男生打领结，有偷看者算为违例，取消比赛资格速度最快、打的最好的为胜者。本比赛分为两轮，每轮四对，获胜者一对情侣获均可获得最佳默契情人奖。

责任人：现场两位司仪

比赛监督：现场情侣报名或者随机抽取

游戏二：最佳拍档(情侣站报纸)

主题：爱情的智慧魔力

所获奖项：最聪明爱情奖

责任人：现场司仪

监督：现场情侣报名或者随机抽取

游戏三：合作猜字游戏

主题：心有灵犀一点通

所获奖项：最灵犀情人奖

组织方式：随机抽取或者自愿报名四对情侣，一人背对屏幕，一人面对屏幕，面对屏幕者用动作表演屏幕所示，也可以用语言提示，但在提示语言中若涉及到具体的屏幕所展示的图片或文字，则视为违规;背对屏幕者说出屏幕所示内容，时间一分钟，说出正确的最多的为胜者。本比赛分为四轮，获胜者只有一对情侣获得最灵犀情人。

责任人：现场司仪

监督：现场情侣报名或者随机抽取

4.推出共度七夕，情侣巧克力套装大促销活动。

5.情侣、友谊巧克力diy□学生现场自己制作巧克力活动。

八、活动方式

在活动现场购买任意口味的一款巧克力礼盒装(160g)就可以凭小票在现场进行抽奖。我们的奖项设置为：

一等奖一名50元蓝色巧克力换购券一张。

二等奖三名30元蓝色巧克力换购券一张。

三等奖五名20元蓝色巧克力换购券一张。

四等奖十名10元蓝色巧克力换购券一张。

五等奖二十名精美钥匙链一对。

九、广告配合方式

(一)广告创意

(1)pop广告。制作一个塑料的蓝色巧克力模型摆放在活动现场用以吸引消费者的注意。同时加上一些气球和其他一些装饰物增加一些浪漫气氛，也符合蓝色巧克力“doyou love me”的浪漫主题，让更多的消费者在爱美之心的推动下加入到该活动中来。

(2)主题标语：遇见青春—甜蜜时光

(3)副标题“让每天都是情人节”

(二)宣传手段

(1)大幅海报宣传。将蓝色巧克力活动规则和奖励用海报的形式表现出来，吸引来往的人群。

(2)活动现场分发传单，传单上也清楚写明活动的时间，抽奖的规则和奖励。

十、促销的物资准备

(一)人员安排

1.每个学校请若干名兼职进行传单的发放。

2.每个学校请若干名兼职促销人员。

3.每个学校请两个人(一个男一个女的)做当晚的司仪。由他们两个介绍蓝色巧克力，并宣布活动的开始。

(二)物资准备

1.向校方租用场地。

2.传单5000份。

3.宣传海报300份。

广告，包括蓝色巧克力的模型一个，场地周围的气球200(备300)。

5.活动场地内的桌子三个，临时搭棚三顶。

6.抽奖所用的盒子一个(备2);抽奖的卡片30000个。

7.准备充足的巧克力各类产品库存，巧克力试用装。

十一、费用预算(每个校区)

宣传单800元

现场海报横幅500元

展台200元

巧克力模型100元

气球90元

笔15元

抽奖盒16元

抽奖卡片600元

总计：2321

十二、意外防范

我们在发传单和准备赠品时都比计划的多准备一些。另外对于肆意扰乱秩序和有意见需要投诉的顾客先将其劝出活动现场在与其友好协商和解释，若对方不予理睬将采取进一步措施，严重者可与公安部门联系处理。保证我们的活动可以正常顺利的进行，让消费者，厂家和现场同样获得收益，实现共赢。

十三、效果预估

在为期三天的促销活动中，蓝色巧克力的销售额会有一定的提高，蓝色巧克力作为一种高质量的休闲产品，它用有高的品味和其他巧克力所不具备的精神产品对爱情的执着以及其中浪漫的韵味，我们通过丰厚的奖品和有趣的抽奖环节刺激消费者购买，这将购买产品赋予了一定的娱乐色彩，并且浪漫的pop广告和现场摆设会更加吸引追求浪漫的年轻人的眼球。活动中利用抽奖的方式让每一个参与者都体会到蓝色的永恒不变，浓情巧克力那样的口齿留香，像爱人执手相握的深情。这既符合蓝色巧克力也符合当今社会的人与人之间的浓浓深情的表达。

二手网吧经营活动方案设计篇四

为进一步做大中秋节日经济规模，充分发挥邮政资源优势，提升中秋项目效益，特制订本活动方案。

一、 主要思路和发展目标

以提升效益为目标，适度降低营销费用标准，通过提高产品质量和灵活使用营销策略来提升营销效果;充分整合邮政企业内部资源，优势互补，形成竞争合力;优化产品组合，丰富产品线，满足不同层次目标群体需求;实行优惠寄递，扩大“销售+寄递”客户群;通过努力，全市邮政确保完成中秋专项营销活动收入__万元，销售额超千万元。

二、 进度安排

1.项目启动阶段(_月_日-_月_日)：主要包括办理经营许可证、市场调查、确定产品和合作厂家、签订协议、制定活动方案、上年客户排查和公关工作、宣传手册及单页的印制、召开产品推介和订货会等。

2.营销实施阶段(_月__日-_月__日)：在前期排查和初步公关的基础上，通过目录营销、组合营销等进一步加大力度，提升营销效果，确保活动目标的完成。

3.结算和总结评比阶段(_月__日-__月__日)：做好中秋专项营销活动账务核对、结算、总结、评比和通报工作，撰写项目评估报告。

三、产品策略

根据市场需求情况，在对全市中秋市场进行调查、了解的基础上，引进两大系列(月饼、快消品(家乡包裹))、近百种子产品，满足商务、政务、福利、馈赠以及个人寄递市场的需

求。

1.月饼系列以中低档(价格在_-__元/盒)为主打，以高档产品为补充(__元/盒以上)，重点引入国内一些知名品牌(华美、利男居、灵山、荣诚)、本地品牌(老周、苏香)。

2.快消品系列:以富含家乡气息的家乡包裹(盐城本地土特产组合)为主打，引入一些酒类(白酒、红酒)、油类等为补充。

3.礼品组合系列：根据不同客户需求，将月饼礼盒、家乡包裹礼盒以及邮政其他产品(包括鲜花、邮政礼仪贺卡、世博会门票等)进行组合营销，比如：“月饼礼盒+家乡包裹”、“月饼礼盒+鲜花”、“月饼礼盒+鲜花+礼仪贺卡”、“月饼礼盒(+家乡包裹)+世博会门票(报刊订阅卡或江苏邮政积分卡)”等。

四、宣传策略

结合邮政中秋营销的特点，采取一些切实可行的宣传策略，增强宣传效果，促进营销活动的深入开展。

一是制发推介手册。产品推介手册是目录营销的有效载体和途径。市局近期选择一些主打产品，设计、制作一批精品宣传手册(初定10000册)，供营销人员推介使用，提升层次，方便营销。

二是组织召开产品推介和订货会。邀请兄弟局、各县(市)局及市局相关经营单位参加，对现场订货的给予一定幅度的优惠政策，促进销售。

三是在主要网点设立专柜展示，开展免费品尝体验活动。

四是通过窗口流动幕和液晶电视，宣传邮政免费寄递月饼的优势，突出“销售+寄递”模式，扩大散户寄递群。

五、营销策略

1.邮政中秋营销的目标市场以集团客户为主，以散户寄递为辅。一是企业职工的福利需求和企业、政府类的商务需求;二是一些特殊群体(包括异乡劳务工、学生、军人等)的亲情需求(主要是窗口销售+寄递)。

对集团客户主要是实施一些产品组合营销策略，以营销人员上门营销推介为主。对散户寄递市场，通过宣传邮政窗口免费寄全国活动来吸引客户购买寄递或自带月饼寄递。

2.在产品促销方面：一是与行业客户合作，开展节日促销活动。与电信、电力、金融、保险、商场等行业合作，开展节日促销活动，如充值送月饼(礼仪卡)、购物满一定金额送月饼(礼仪卡)，同时可免费寄递，并开放行业用户对其vip客户的月饼赠送寄递。二是通过窗口产品展示和免费寄递促销活动，尤其是在距中秋节前10-20天，加大免费寄递宣传力度，推动散户购买和寄递量的上升。

二手网吧经营活动方案设计篇五

作为重庆本土第一份时尚周报的渝报一直以关注青年为办报方针，其轿车周刊率先在轿车媒体上明确提出了“青年轿车”的概念，为轿车营销提供了新鲜的佐料。并得到了国内轿车界的部分权威人士和营销精英的认同和肯定，为使青年轿车的概念得到大众消费者特别是渝报读者的普遍认同，在3.15消费者节日来临之际，并借势重庆国际轿车展的影响，我们特别策划了本次青年轿车月活动。

1、 推广青年轿车的概念

2、 提升渝报轿车版在车界的影响力

3、 实现轿车广告05年增量

1、 常规版面策划：

3月10日明确提出渝报打造“青年购车”的概念，进行炒作；（请业内人士、轿车专业媒体主编、厂家老总、本土营销精英对“青年购车”的概念作出肯定）强化315维权热线，刊登出315消费者调查表；推出车市集装箱栏目，细化本地行业新闻，并对重庆国际车展进行第一次的提要性包装。

对车展进行第二次包装

3月24日 制作车展会刊，将常规轿车版纳入其中

3月31日 对部分参展企业进行重点报道，并做一些关于新车上市的新闻

4月7日 车展现场报道，关于本报的现场活动及花絮等

2、特别会刊策划：

在3月24日渝报正常编辑出版期内、我们计划在重庆国际轿车展会上散发由渝报特别策划、专为展会期间轿车商家亮身定做的印刷精美的别册，并另外增印5000份在车展现场散发，同时随渝报发行、增加读者的阅读广度。

3、地面推广活动：

我们将充分借势重庆国际轿车展的巨大影响力和广泛人气，通过地面推广活动为广告商家服务，同时提升渝报轿车版在车界的影象力。

（1）、渝报封面轿车女郎大赛（细案另付）

我们将利用平时的正常版面对该活动进行适当的报道，并设置报名热线，调动重庆美女和轿车商家的参与，吸引读者眼球，并在展会现场进行封面女郎的决赛、冠军可上渝报封面

并可加入渝报星工场。

（2）、轿车小型障碍赛

（3）、轿车美容赛

为配合车展，并传达渝报的时尚理念，给车界以极强的渝报印象，我们将在车展现场搞以上两个小型活动增加车展的趣味性吸引参展观众，为车展方和商（厂）家品牌传播带来渠道效应，同时提升渝报的影响力。（执行方案另付）

为强势推出渝报车版，将其塑造成渝报品牌栏目，我们计划在渝报自身版面上投放三期半版平面广告（3月10日，3月24日，4月7日）在商报上投放一期竖1|4平面广告（3月22日）

空前反响 渝报首创

重庆本土第一份时尚周报以关注白领等青年人群为标向，率先提出青年轿车概念，并得到业界人士及青年购车者的广泛认同，为轿车营销增加了新的亮点，广告投放渝报展会特刊，必将锁定目标消费人群，强势促进车展期间的产品销售。

增量发行 投放首选

渝报本次车展特刊将增量发行，广告传播效果显著提升，服务商家车展期间进行强势宣传推广的需要，为媒体投放之首选。

精彩选题 创意无限

渝报车周刊定位精确、系列活动极具创意，对目标对象极具号召力，并精心打造本次特刊选题，从形式到内容带给读者及商家更多阅读兴奋点，广告传播效果非同寻常。

精美印刷 收藏首选

渝报印刷质量全面提升，精美印刷让报纸内容及图片更加精致，本次特刊必将成为报纸收藏之首选。客户广告传播效果持久有效。

由顶格广告根据策划案编制招商方案

活动及特刊统筹：彭张忠

策划统筹：陈治泉

行业招商：王瑞

特刊执行：刘丽娜