

儿童影楼活动宣传海报 儿童影楼活动方案 (优质5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

儿童影楼活动宣传海报篇一

活动名称：

明星宝宝show

活动目的：

香港皇家宝贝儿童摄影在保证企业利润的空间下，以能够为更多的顾客提供更满意的服务为业务追求目标。单纯追逐短期的高额利润不是终极目的，而是一种以市场为代价的目光短浅的暴发户行为，其后果只能是适得其反。但是利润作为企业生存和发展壮大的物质基础，却是必须的过程和手段。也只有保证企业合理的利润空间，才能说得上为更多客户提供高品质的服务。适度、合理的企业投资汇报才能为企业的可持续发展提供有效的物质和市场保证。通过合作进一步宣传伊利品牌，扩大伊利的品牌优势，让进一步增加伊利奶粉在本的市场的占有率，为更好的在婴幼儿市场推广伊利奶粉提供良好的机会。此次活动应向广泛，能够更好的达到资源的优化配置，利用双方共同客户群体，资源共享，使业务群有更强的针对性。根据初期的销售市场估计，以及结合礼券的具体数量10000张，预计销售10000罐，因此单单就市场看来，此次活动具有极大的可操作性。

主办单位：

伊利奶粉企业香港皇家宝贝儿童摄影

活动日期：

4月18日—8月20日

参加对象：

0—6岁宝宝

参赛方式：

本次活动采取买赠模式，即在卖场购买任何伊利一包罐装奶粉的顾客，均可获得“明星宝宝show”参赛券一张。

活动细则：

宝show”的活动。持券到香港皇家宝贝儿童摄影，可免费拍两套服装，两次专业造型，可得4张六寸照片，家长选其中任意一张作为参赛照片，不再收取任何费用2.

活动详情：

和香港皇家宝贝儿童摄影大堂内宣传两种方式

到切实的贯彻落实

元。并有顾客亲自挑选出最具有宝宝特色的精彩照片一张作为参赛成品进行统一评比。

评比办法：

一备案并接受所有网民为伊利宝宝评比打分。

客均可为自己喜欢的宝宝投票

少，分别评选出：

奖项设置：

活动协作方式：

由伊利奶粉与卖场商家联系场内进行对此次活动的'宣传推广工作，并全程参与至活动的进度中，为本次活动的顺利进行提供业务指导伊利负责：

1. 在相关渠道宣传此次活动

2. 提供本次活动礼券的印刷及制作，礼券含信封共计10000份
3. 本次介绍活动的pop海报的制作费用
4. 负责保证礼券领取单的准确填写
5. 此次活动的所有奖品的提供香港皇家宝贝儿童摄影提供：

1. 本次活动前期的礼券，信封及pop海报的设计
2. 本次活动的外景拍摄的人工费用

3. 伊利顾客对本次活动的参加照片及光盘制作费
4. 礼券的票面金额（100×10000份）

费用预算：

伊利提供：

3. 奖品种类的设计以及所有伊利奖品的供应合计：4500元
香港皇家宝贝儿童摄影提供：

1. 设计能够完美展示伊利风格的宣传画

4. 提供专业的摄影以及后期制作服务

8月20日在大型社区组织一场别开生面的伊利宝宝颁奖典礼，为所有此次获奖的伊利宝宝颁发奖品，并以伊利的口号全程贯穿整个典礼的内容，为伊利度身定做一台介绍伊利的专业现场秀。

大型专场秀活动，可以更好的直观体现以利公司对于奶粉市场的强大把握力，以及控制力，有着非常好的宣传效果，所有专场秀场的预算如下：

附件1：顾客确认书

王子/公主：

注：照片多拍是供客人挑选，多于相片客人有权选择是否购买，如果购买其他照片可享受9折优惠（含相底）（二）、所有的伊利奶粉卖场内，获得优惠礼券的顾客，如果不参加“明星宝宝show”的活动，此券可充当100元现金券在香港皇家宝贝儿童摄影使用。注意事项：

为了确保每位顾客都能享受周到及专业的服务，所有拍摄必须提前预约。

1. 顾客必须在206月30日前来预约登记拍摄，同时交纳预约金50元，拍摄完毕后百

以上内容：本人已阅，并无异议。监护人：_____年月日

附件2：礼券使用说明

1. 活动预约拍摄时间：客户必须在年6月30日前来预约登记拍摄，同时交纳预约金

作为参赛作品；本礼券只适用于0—6岁的儿童，用于拍摄儿童艺术照。每位顾客只能使用一张礼券，不得多卡多次累计。

本次活动具体安排流程：

附件3：项目实施时间进度表

附件4：“明星宝宝show”卖场促销人员培训大纲

一、此次活动的目的

二、活动介绍

1. 活动流程

2. 报名、选拔、投票及最终评选方式流程活动的介绍

3. 拍摄流程及注意事项4. 服务说明

5. 礼券的使用说明三、促销话术

1. 推销话术2. 转介绍话术3. 顾客疑问解答

儿童影楼活动宣传海报篇二

武汉超级宝贝儿童摄影

离异父母和孩子一起在武汉超级宝贝儿童摄影消费，通过各自在录音室的心灵独白，互相了解了对对方内心深处的情感，实现夫妻破镜重圆，家庭重组的过程，因为具体操作过于困难，故此通过媒体加以报道假新闻，实现公益营销。

一、创意来源

1、蒙牛的启示

蒙牛乳业从起家的100万，6年时间飞速发展到100亿，其制胜法宝就是公益营销。

蒙牛乳业正是抓住了这一关键点，从起步到发展壮大，每个成功的环节无不渗透着公益行为，正是蒙牛的公益行为，使得蒙牛在短短的几年时间内从排名后几位的企业，突破一个个竞争对手，一跃成为全国最强势的领军品牌，让“一头牛跑出了火箭的速度”，完成了其他企业用几十年才能完成的目标。

2、《英语法宝》假新闻的操作

20xx年春，北京某英语学习资料产品，产品名称叫《英语法宝》，是一个非常有效果的教学辅助产品。

该公司通过找到一个71岁的老汉，让老汉试用《法宝英语》三天学会100个英语单词的假新闻，在媒体大肆炒作，推广《英语法宝》。相关报广软文全部出台后，《英语法宝》的咨询电话非常火爆，家长们的咨询电话都是激动异常，仿佛是终于找到了孩子学英语的“终极法宝”。

3、我们要做的

公益营销以高曝光、低成本的气势使品牌在特定目标群体中获得知名度和美誉度。当然，公益营销中的公益活动并不是单纯的慈善事业、捐助事业，公益活动必须让消费者能够感受到品牌的存在，触摸到服务产品的品质，让消费者在意识中把品牌与公益行为牢牢的联系在一起。

超级宝贝儿童摄影现有玩具体验馆、摄影和录音服务项目资源，足以支撑这项活动。

二、内心独白

超级宝贝儿童摄影的录音间里……

一个离异家庭孩子的自白：“我是一个离异家庭的孩子，每

天生活在悲苦之中，非常后悔来到这个世上，孩子需要双亲的关爱是天生的本能。父母把我带到这个世上难道就是为了让我承受这种痛苦吗？简直生不如死！哪怕孩子离开了爸、妈，但他（她）总是扎着父母的骨子和流着他们的血液啊！每天我的潜意识中都希望能和亲生父母在一起，却无能为力，我怨恨父母生下我又为何抛弃我？既然生下了他，就该让他感到幸福，不然就别要……为什么大人只顾考虑自己！如果在社会上再多制造和我一样可怜的孩子，等待着你们的将会是人类本性被扭曲的严重恶果！”

一个离异家庭女人的自白：“为什么变得这么爱唠叨？是因为承担了生活中太多的琐碎吗？为什么爱抱怨？是因为觉得自己付出的太多，希望在生活里得到一些回报，哪怕丈夫的一个微笑和几句夸奖的话，或是心情不好时得到一句安慰劝解的话，但这些要求都显得很奢侈，很难得，很少有。我为什么爱发脾气？因为在家里有那么多无奈和难言之隐总要压在心里。其实总结起来，是自己在婚姻里变成一个目光狭窄、依赖性很强、活得懒散、觉得无聊的女人，每天除了上班就是回家，两点一线，我好像是一个围着太阳旋转而从来没有自转的地球，把自己放在一个固定的位置，像个守着自己小窝的呆鸟，每天只是知道围着家里那点儿事转悠，洗洗衣服，做做饭，收拾屋子，家里的大事小事儿，所有的事情都是我去张罗，下班后如果丈夫没有回来，我就站在楼道里扒着窗户望着外面盼望着他回家，有时候等的时间长了，我就数马路上来往的车辆，一数就是一二百辆。我患了严重的‘近视眼’，看不远，看不清除了家庭之外的东西。我那时就是这样消磨自己的时光的，不读书，不看报，没有乐趣和追求，整天混日子，没有什么朋友和社交活动，视线就盯在丈夫和儿子身上，总想把他们都拴在自己身边。我婚姻中彻底忘记了“我是谁”？我喜欢什么，我应该做点什么？这是对‘自我’的彻底迷失和放弃。”

一个离异家庭男人的自白：“其实我是一个很在意家庭生活的人，不知道怎么就会走上离婚这条路。我是一个大男人，

平日里其实有点大男子主义的倾向，这和我成长环境有关，我的父亲在家里就是绝对的权威，说话做事不容人分辩和解释，母亲一般只有听的份。所以我不知不觉就遗传了父亲的作风。我特别珍惜家庭生活，我希望我的家庭和谐而温馨，有一个温柔体贴的妻子，有一个活泼可爱的孩子，说起来很简单，其实那也真算得上是奢望了。其实说得不好听，我是害怕了一个人的生活，不习惯回到家里找不到人说话，父母早就因为我的离婚，回了自己家，离婚后我一个人住在以前结婚的那套老房子里，虽然搞了装修，可是到处都是她的影子，这一套房子里，留下了太多的回忆。一个人的生活其实也挺酸的，以前我会照顾她，也有她照顾我，两个人在一起，什么也是商量着做。习惯了那样的依赖，习惯了有人问今天想吃什么，也习惯了在外面晚了，有人会叮嘱早点回家，至少在家里，有个人在惦记着。”

三个内心独白，表达了三个人不同的心态，加以汇总，我们发现，其实生活中缺少了沟通，婚姻个体变得迷茫而离婚，缺少了关爱，离婚个体变得孤单而引发复婚的诉求。

一般来说，离婚并没有明显地减少沮丧和压抑的症状，并没有让人重塑自我，重新把握自己的命运。虽然离婚可以减少某些压力或伤害，但角色功能的改变、心理的失落、经济 and 住房的改变，原亲属关系的中断及朋友关系的重构等等引起一系列问题。离婚之后，有相当一部分人会回忆原来配偶好的地方，产生思念之情。也就是大家平时讲的“失去方知情可贵”，夫妻双方的感情还在。双方当事人有时间重新审视婚姻及生活，能客观地看待自己以前婚姻中存在的问题，降低在婚姻中的期望值，会站在他人的立场上看待问题。而在复婚的案例中，往往是孩子成了离异夫妻复婚关键因素。

三、媒体操作将软文刊登到费用是4000到6000元。

儿童影楼活动宣传海报篇三

封面宝宝大赛，通过本次活动，增加顾客对xx儿童摄影的了解，同时也为展示xx儿童摄影的实力，特与xx育儿周刊，举办封面宝宝大赛。

xx儿童影楼□xx育儿周刊，封面宝宝大赛广告说明：

xx儿童影楼将携手‘xx日报’一起打造xx日报xx育儿周刊封面宝宝评选大赛！

想要你的`宝宝成为真正的明星吗！

想要更多人知道宝宝可爱靓丽的笑容吗！

想要宝宝做封面宝宝，让更多人知道他吗！

就来参加xx儿童影楼□xx育儿周刊，封面宝宝评选大赛吧！

活动详情：

本年度总共25期，每月将产生三位具有潜力，优秀，潜质的宝宝；并有机会参加xx电视台□xx□节目。

报名要求：0-7岁宝宝【性别不限】

报名须知：自带一张宝宝照片(电子版)或者来店免费拍摄一次，并赠送两张7寸单片(不含底)

报名机构□xx儿童摄影

比赛时间□20xx年1月1日-10月25日

参赛指定地点□xx儿童摄影

儿童影楼活动宣传海报篇四

一、活动主题:20xx年儿童影楼活动方案

二、活动目的:

“六一”是国际儿童节，为了表示对孩子们的祝贺，许多家长会带孩子逛商尝超市购物，而儿童的消费带有许多特殊性。通过在儿童节搞本次活动能提高本公司在少年儿童心目中的影响力，以家庭参与形式借助儿童节来提高成人的消费以及我们的知名度。以特别的比赛形式来营造“六一节”的.欢乐气氛，促进儿童摄影的销售。

三、活动时间:

20xx年5月31日--20xx年6月2日

四、活动地点:

五、活动对象:

在幼儿园的所有小朋友

六、举办单位:

七、拍摄须知:

本能活动的主要对象是7岁以下的孩子，所以我们宣传主要是对准他们的父母而不是小孩，因而，销售人员必须认清思路；本活动由市场部和客户部去完成；可以通过幼儿园的参与的及广大家长的宣传，使活动产生广泛的影响，提高幼儿园的知名度、美誉度，为随后的招生工作产生良好的效应。报名费38元（可以派2套衣服，5张照片一张16寸放大）。

儿童影楼活动宣传海报篇五

一、前言：

相遇，相识，相知，相恋。两人一路走来，经历无数的`酸甜苦辣，只有互相鼓励，才能携手共进。情人节给他/她一份爱的信物，恪守两人之间的恋爱承诺，彼此珍爱一生。

二、活动目的：

通过此次活动的实施，进一步提高影楼知名度，提升进客量，一方面通过活动的实施做进一步的宣传，加强与联盟单位的合作关系；另一方面通过活动的实施，冲刺本月目标业绩，提高店内人员的业务水平。

三、活动主题：

恪守承诺，珍爱一生

四、活动时间：

20xx年2月14日至2月28日(暂定)

五、宣传方式：

a.印制3万份dm广告夹报发行。

广告发布时间□20xx年2月12日。

b.联盟单位广告宣传。

制作x展架放置联盟单位营业场所。

c.店内活动展版制作。

六、活动内容：

活动一：接受您的检阅，参观有礼

活动期间，凭金佰川购物小票(2月13日至2月18日购物小票)、纺织品大楼购物小票(2月13日至2月18日购物小票)、浩沙健身会员卡、持dm海报的顾客来我店内参观，即可获得礼品一份(扑克牌一副)

活动二、拍一套送一套

活动期间，凡在我店预约婚纱照达2000元以上的顾客，即可获得价值496元个人写真或妈咪照或全家福一套。

活动三、金花不断，优惠无限

活动期间，凡在我店预约任何套系即可享受超值优惠，并且有机会参加扎金花活动；

消费满500元可参加1次，消费满1000元可参加2次，消费满2000元可参加3次，消费3000元以上可参加4次。

一等奖：价值1300元浩沙健身年卡一张。

二等奖：价值799元浩沙健身半年卡一张。

三等奖：价值268元情侣对枕一套。

四等奖：价值168元艺术台灯一个。

五等奖：价值128元7寸奥地利水晶相框一个。

纪念奖：纪念品一份(扑克牌一副)。

活动四、转介绍，送豪礼。

在我店拍摄过的老客户，在活动期间介绍新客户来我店拍摄，即可获得价值xxx元10寸纳米拉版画一副或10寸奥地利水晶一副。

活动五、会员专项活动

活动期间，持会员卡来我店预约拍摄的顾客，可享受双倍积分活动，并且均可获得精美礼品一份。

七、物料准备

展架3副□dm海报3万份，气球若干，金花若干，物料需在2月12日前准备完毕。

八、注意事项：

1. 所有门市人员需熟悉所有活动内容。
2. 以上活动均可重复参加。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)