

# 2023年活动营销策略 营销策划活动方案(优秀7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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 活动营销策略篇一

摘要：

随着各种旅客运输方式的不断发展,尤其是公路运输业和航空运输业等竞争对手的快速崛起,铁路客运面临着日趋激烈的市场竞争。长期计划经济时期形成的铁路运输组织管理体制和运行机制同时制约了客营销的开展。本文从目前铁路客运市场发展现状出发,结合管理学知识,分析了目前我国铁路客营销存在的问题,并在此基础上,提出了解决方案。研究目的就是通过科学的市场营销管理手段,提升铁路客运的市场竞争力。

关键词：

铁路;旅客运输;营销策略

近年来,随着航空业和公路的迅速崛起,铁路客运面临着带巨大的生存挑战。摒弃盲目自大的“铁老大”观念,用先进的市场营销策略武装自己,提升自身的竞争能力,是铁路客营销企业管理的重中之重。

### 一、我国铁路客运市场的发展现状

我国是一个人口众多、幅员辽阔的国家,随着市场经济的发

展，商品流通的加速，城乡经济蓬勃发展以及人民生活水平的不断提高，旅客运输的需求大幅增加。对旅客运输的数量与质量提出了更高的要求，在机动灵活、方便、迅速、舒适等方面占有优势的汽车与民航客运得到更快的发展。20\_年上半年，全国铁路完成固定资产投资3273亿元，同比增长51%。“十二五”期间，中国铁路建设继续加快推进，新线投产总规模达3万公里，安排铁路投资2.8万亿元，全国铁路运营里程将达12万公里。以高速铁路为主骨架的快速铁路网将达到4.5万公里，中国西部地区铁路将达5万公里左右。预计20\_年我国人均gdp将达到2770美元，客运量将达到约500亿人次，铁路客运量可达到35亿人次。铁路运输业在整个交通运输业中占有较大比重。它具有价廉、安全、计划性高、服务面广等特点。铁路客运经过多年的努力，对市场经济的适应能力显著加强，铁道部相继出台了一些贴近市场的例如《管内慢车内部承包试行办法》一系列贴近市场的措施，并推出了客运新产品如和谐号动车组、直达列车等，在全路铁路客运改革的效益已明显地表现出来。优势领域不断扩大，在客运市场的重要地位日渐显露。但是，不注重市场细分、产品条件差、长期计划经济时期形成的陈旧的营销观念影响等问题长期存在，制约了铁路客运的发展。

## 二、铁路客运市场营销建议

(一)产品策略品牌形象是现代企业的重要特征，是现代企业塑造良好形象的重要措施。过去，铁路运营企业不注重品牌形象的培养，“铁老大”形象，使铁路运输失去了很多市场。所以，当前铁路运输企业应该重新树立起良好的形象，积极实施ci战略，加强塑形工程建设。

(二)定价策略实行灵活运价政策价格机制是市场机制的重要因素，因此，应加快运价机制改革，实行灵活运价政策。(1)利用需求定价方法合理定价参照航空行业售票的需求定价方法，为了提高铁路市场的占有份额，根据旅客旅行的心理需求特点，针对热门车次和紧缺座别浮动运价。另外，可以根

据需求的淡季、旺季的需求差异，尤其是在春运、寒暑假和国庆假期期间，进行价格调整。(2)利用差别定价技巧合理分区定价由于区域发展并不平衡，有较发达地区，也有欠发达地区。因此，在制订票价的时候，适应市场需求获得合理的经济效益，应实行区域运价。对于欠发达地区可以给予一定价格优惠，而对于经济发达地区可以适度提高价格。

(三)渠道策略除了传统直销渠道(主要指火车站的售票窗口)外，成熟的铁路客运市场一般都有中间商(主要是代理商)，大量、而分布广泛的销售网点，对促进车票销售具有重要作用。另外，我国铁路客票发售和预订网络，统刚刚建成，极大地拓宽了销售渠道，方便了广大旅客。但是，在实际的操作过程中，还存在着一些操作和技术问题，亟待解决。

(四)促销策略1. 人员推销人员推销是指通过销售人员与顾客的直接接触来销售的促销方法。铁路运输企业的人员推销具有一定的特殊性，即由铁路运输企业售票员、列车员等向旅客推销其特殊的空间位移产品，列车优质的售票服务是售票员所必须提供的，提供优质的旅行服务是列车员必不可少的，优质服务吸引旅客的同时还应主动向旅客征询建议，广征意见，归纳总结，以进一步提高服务质量，展现优良的服务宗旨。2. 营业推广营业推广是企业除广告、人员推销、公共关系以外的为迅速激起顾客购买行为的各种短期促销手段。铁路运输企业产品具有空间位移，是一种无形产品，旅客流动性大的一些独特的特点，所以营业推广的目的是刺激旅客购票与货主托运，铁路运输企业的推广方式上与其他企业有明显不同，可以运用购票抽奖，购票优惠券，免费提供餐饮，团购打折等多种丰富灵活的方式，从而取代展销会、样品陈列等方式。推广时间短使得推广对象集中在那些随意性较大的或对价格敏感度高的顾客。要想营业推广成功，合理选择营业推广的对象是铁路运输企业的首要条件，在此基础上要充分利用市场机会和资源也是不可或缺的，最后一定要抓住最恰当的推广期限。如:新开列车、提速列车在其开通之时可实施营业推广，旅游旺季、节假日期间也可考虑实施营业推

广。相信在未来的激烈的市场竞争中，铁路客运企业，掌握合理的营销策略，才能不断增强自身竞争力，取得更好的成效，在全国乃至世界市场中占有一席之地。

## 活动营销策略篇二

20xx年至20xx年，库区惟一主流媒体三峡都市报已经连续四年成功举办了8届三峡库区大型车展，规模一次比一次大，影响力一次比一次高。

汽车消费生活玩乐

主办单位：三峡都市报社

执行单位：重庆市艺龙广告公司

3月9日——4月17日

扩大库区各大汽车品牌的知名度和美誉度，丰富线上活动。

XXX

XXX

5千元/年/家

2、全年365天为汽车经销商无限量提供资讯发布、活动发布等信息；

4、经销商促销车型进入“车行三峡”微小店进行展示销售；

6、三峡都市报车行三峡组织的’自驾活动优先考虑经销商参与介入；

7、三峡都市报车行三峡组织的公益活动优先与经销商合作；

## 活动营销策略篇三

XX月XX日-XX月XX日

五月份是一个黄金周，在全月里有几个重大节日如：五一国际劳动节、五四青年节、母亲节、六一儿童节等。为了更好地促进销售，提高客单价，并且产生较有影响力的'社会效应，进一步提升超市的企业形象。

庆五一，享方便实惠，赢精彩大奖

五一逛快易拍，购物中大奖；低价降到底，好运转不停。

2) 五一逛x□购物中大奖(具体方案见附页)

3) 低价降到底，好运转不停(具体方案见附页)

4)x月x日第二届“劳动颂歌”青年卡拉ok竞赛决赛，大浪淘沙显高明，群星荟萃看今朝。

5)x月x日“青春风采，活力无限”青年节精彩文艺演出

6)x月x日“五一逛x□购物中大奖”抽奖晚会，精彩演出(内部员工)

7)x月x日“五一逛x□购物中大奖”颁奖晚会

## 活动营销策略篇四

12月7日到12月15日

这次活动主要以满就减、满就送、满就抽奖等形式，主要突

出双12同学节活动的主题。

10w□500单

2、营销：做好店铺商品的`关联营销，搭配好推荐套餐，例如：外套+打底衫+裤子等，平时的促销手法也不能停，如：收藏有礼，满就送，好评送金，关注送卷等。

(1) 消费券只限购买原价商品；

(2) 聚划算商品不参加双十一活动。

1、装修：活动开始之前要做好店铺的装修工作，突出活动的主题，将主促商品美化好。

2、推广：店铺装修之后马上进行双12的预热推广及制定双12的详细推广方案。

3、备货：活动中销量大的商品以及赠品，备足货源；包装耗材准备充分，比如纸箱，塑料袋，快递面单，胶带，不干胶，美工刀，打印耗材等。

4、库存：在活动开始前，进行一次库房盘点工作，做到账务相符，即系统库存和实际库存相符，避免出现超卖少卖现象。注意：超卖的后果很严重，将严重影响顾客对本店的影响，严重影响dsr的评分以及动态评分。

5、整理：这里主要说，库房货物整理，货位货物摆放整齐，备货存放位置明确，这样出货效率，准确率才会提高。

6、场地：活动期间，包裹会比平时多很多倍，所以场地方面一定要提前规划好，做到人员位置合理，包裹整齐摆放，有利于提高整体工作效率。

7、人员：合理分配各部门的工作人员，以及各部门之间的相互配合。告诉大家：活动期间，大家要调动自己的积极性，在完成自己工作的同时，去配合相关部门一起完成工作，大家要拧成一股绳，才能高效率的完成任务。管理人员要发挥好协调的工作。

8、培训：特别是客服的培训，活动量的巨大，需要客服做好和客户之间的faq（疑难解答）。活动过程中，每个客服的旺旺需要面对几百、甚至上千顾客的问答，做好顾客分流工作，尽量让老客服多分担一些顾客，提高工作效率，这需要技术支持。

9、交接：部门与部门之间的交接，部门内部之间的交接，库房和快递之间的交接，都要做好。特别是库房和快递之间的交接一定要清清楚楚，避免丢单落单现象，这个很重要。

10、安全：做好安全检查工作，不需在关键时刻，物业停电、停水，灭火器是否可正常使用，网络瘫痪，系统崩溃等硬件设施的检查维修工作要做好。

11、饮食：提前为大家定制好饭菜，饭菜一定要比平时好，犒劳辛苦劳作的兄弟姐妹们。这样大家工作起来更给力。

## 活动营销策略篇五

对于多数活动代理商或产品经销商来说，都比较迷茫，甚至没有认识到开一场活动动员会的重要性；而对于家居建材的代理商（经销商）来说，在日益竞争激烈的市场竞争中，只能通过不断地做在大型节假日做活动和造势宣传，但如何突围赢得消费者喜爱是个亟待解决的重要问题，所以对于我们的销售人员来说，如何在不断地活动中保持着良好精神状态和执行力，是关键之关键，那么对于活动和动员会，则是能够把销售人员往前“拉”一步的重要环节。

所以对于代理商或经销商来说，如何做更有效的活动动员，在活动动员会上重点关注和重点掌握的点都在哪里呢？下面是容纳建材家居通过多项实战总结出的一些关键因素。

## 关键点一：方案讲解

### 1) 重点1：制定一个心服口服的方案

促销活动方案的制定对于整个活动是很重要的，它是引领促销活动指向标，也是区别于竞争对手的王牌，对于执行方案的销售人员来说，方案的可实施性在很大程度上是吸引他们能够执行方案的一大动力，所以在活动筹备初期，我们的管理团队(代理商、操盘手、直营经理、店长等)一定要制定一个完美且可行的方案，才能够让销售人员坚定活动信心。

### 2) 重点2：方案有亮点，活动有新意

如今市场竞争激烈，所有的家居建材行业促销方案大同小异，对于销售人员(尤其是行业沉浸多年的销售人员)似乎已经没有太多新鲜感，通俗的说，千篇一律换汤不换药的促销方案已经不能刺激他们对于活动的热情，所以在制定整个方案中，活动亮点必须首先能够吸引销售人员注意力；其次，区别于竞争对手，让消费者做到耳目一新，这也是成功做好活动的关键要素，例如：竞争对手赠品送的是豆油，我们可以送红酒这样的创新方式，开阔方案视野亮点，不仅仅对于销售人员，对于整个活动执行都有着极大好处。

### 3) 重点3：方案讲解注重技巧和方法，互动参与，及时有效。

在方案上，讲解人(操盘手或直营经理)在方案讲解之后，我们还要进行对应此次活动的政策和话术进行演练，有些管理者认为这个环节是没有必要的，他们告诉我说：“我们的销售员都是老销售员了，什么阵仗没有见识过，这些完全不需要，他们有自己的套路”但是，我们知道在大的活动上，人



流量大，流动性高，活动本身对于销售人员来说就是一次提高自己业绩的大好机会；但如果准备不够充分，往往用一种“急功近利”心态会让店员在销售环节中出现话术变形，这样很难一次性抓住顾客让他下单，也会影响销售人员心态。

因此，事前的演练和准备就显得很重要。在动员会上，我们让销售人员分组演练，一个扮演导购，一个扮演顾客，让管理人员做点评，对于事先出现的问题我们都能够演练和想到，那么在实际的活动中我们就可以准备充分，轻松上阵。

关键点二：目标制定——目标分解，精确到位

1) 重点1：分解有压力目标要有技巧和方法

对于一个促销活动来说，尤其是大型促销活动和重大节假日的促销活动来说，销售人员索要背负的压力是非常重的，不仅是在市场上，更是长时间的“鏖战”，所以在活动动员会上我们要求管控人员设计一个完整详细的任务分解表；首先制定好这次活动的总目标，再次制定好每个人的销售任务；通过一张任务分解表层层推进详解，最后在目标分解环节我们通过话术引导让我们的销售人员报出我们预定的目标，那么这样我们就会“分解”掉销售人员对于目标任务的压力，让他们轻松上阵。

2) 重点2：让团队接受目标

确定总目标以及给销售人员制定分阶段目标之后，我们的管控人员要做的就是让整个团队接受这个目标。我们把目标层层分解成一个个小目标，这需要主持人在动员会上具有现场管控能力和谈判技巧，在每一个阶段完成之后都会逐渐增强销售人员的信心，这是很重要的。

3) 重点3：激励团队接受目标

在动员会上，除了制定目标，更重要的就是，通过物质以及精神来激励团队。我们发现，单纯的精神激励对于一些资深销售人员似乎没有什么太大的效果；因此，我们可以考虑现场直接拿现金激励的方式：先拿奖金给冲刺的销售人员，这样既刺激销售人员，同时也给与他们一定压力；管控人员一定要灵活不同的激励措施，不要使用“今年用过的，明年再换个形式”的方式，应该转变思维，无论是从团队氛围上，还是在手段上都要有所突破。

## 活动营销策略篇六

通过“辞旧岁·送爱心”主题公益活动，把新老业主邀约到九座花园，维系客户感情，讲解项目最新动态，争取老业主转介；邀约陌电新客户，了解项目，促成意向成交。

置业顾问通知前期老业主和陌电客户，于规定时间来九座花园参加太白印象组织的“辞旧岁·送爱心”公益活动。

在分类客户送来的爱心物品后，送客户新年小礼包。

带老业主参观产品推荐室，将项目最新动态；对陌电客户进行产品推荐。

拍照留影，评选最佳笑容做太白印象的“爱心形象大使”。

时间□20xx年12月30号下午2点——20xx年1月3号

地点□xxxx

为了确保最大数量的客户到达现场，邀约分两次进行；第一次邀约时间为□20xx年12月28日星期五，短信提前通知所有已成交客户和陌电客户活动时间及地点。第二次邀约时间为20xx年12月30日星期日，电话邀约客户下午2点参加。

陌电客户邀约说辞□xxxx先生士，我是太白印象的置业顾问小xx□昨天给你发的信息收到了吧？是这样的，我们和西安爱心联盟组织的捐献旧衣物献爱心活动，今天下午两点举行，诚邀你参加，你肯定是一个有爱心的人，我和您预约一下下午的时间。

p分页标题e

9月1日至9月10日(后边紧接着中秋、国庆活动)

教师，以及持教师证客户；

主推26楼，大幅优惠，强力促销

1、看房送礼：

凡持教师证到售房部看房者，每天前十位送小礼品。价值在5—10元之间。总数控制在50个左右。

2、26楼大幅优惠：

整体推出26，为“园丁楼”，凡持教师证购买26楼者，一次性优惠8888元，分期、按揭优惠6888元。

3、额外优惠：

凡教师认购本案任何一套房源，根据教师工龄，额外再优惠工龄年数xx100元的优惠(工龄需要学校开具证明)。

4、旅游促销：

在活动期间，凡持教师证购房者均送“西峡中原第一漂”旅游，九月十日教师节当天组团成行。放弃者充抵200元房款。

一般说服客户放弃旅游，充抵房款，等于教师再额外优惠200元。

## 1、派单

8月30日，31日两天一般为学生报道日期，针对学校高强度派单。三万份单页。

单页设计框架：以第二十二个教师节尊师重教、回馈社会为切入点，以教师购房四重惊喜优惠为卖点，以针对教师推出整栋“教师公寓”大幅优惠为亮点，以额外优惠和旅游吸引眼球。树立本案社会公众形象，打造人文社区。

## 2、流动字幕：

从8月30日至9月2日，连续做四天流动字幕。

流动字幕内容：唐城锦苑在教师节来临之际，特推出“教师公寓”，教师购房均可享受最高8888元优惠，另有惊喜额外优惠以及送“中原第一漂”旅游。房源有限，机会不容错过。售房地址：银化路老化肥厂南门，热线☐XXXX☐

## 3、短信群发：

公司短信平台，针对原积累客户，全部发送一遍。

短信内容：参照流动字幕内容。

26楼销售十套左右。

此次教师节活动，有教师借口，暂不涨价。教师节后再涨，然后紧接着是整个“金九银十”的高潮部分，中秋、国庆双节，主推六楼，大张旗鼓的宣传，掀起销售狂潮。

## 活动营销策略篇七

为了迅速提高淮安人居环境水平，提高家具行业的形象，促进优化家具行业的发展，特举办首届重庆家具展览会。本展会以重庆会展中心为舞台，共同营造一个宣传及采购的氛围，引导重庆市民对专业家具的消费意识，激发消费群体的消费欲，掀起一波家具装饰黄金潮，从而促进家具行业的发展，打造商家的美誉度及品牌形象，促进重庆经济发展。

### 宜家家具展览会

- 1、通过宣传公司历年取得的成就树立品牌形象。
- 2、通过宣传公司公司的产品在市场中的应用范围开拓更大的市场。
- 3、通过宣传公司与广大客户的交流信息赢取潜在客户的信任。
- 4、引导市民家具消费，提高市民人居环境水平。
- 5、搭建一个家居行业展销平台。

时间：20xx年6月10号——11号

地点：重庆国际会展中心2号厅

主办单位：重庆市人民政府

重庆市家具行业协会 承办单位：重庆欧蓓莎国际商城

### 1、活动主题

创新、交流、爱心

### 2、标语

创意家居、品味生活

### 3、宣传作品

- (1) 宣传手册
- (2) 宣传单
- (3) 展会宣传片
- (4) 招商书
- (5) 邀请函

现代家具：卧室家具、客厅家具、书房家具、办公家具、宾馆家具、教学家具、餐厅家具、整体厨房、户外家具、休闲家具、卫浴家具、藤制家具、软体家具、儿童家具、老年家具等。

古典传统家具：红木家具、仿古家具、收藏家具、各种艺术收藏品等。家具机械：木工机械、金属家具机械、木工机械刀具及配件、木材干燥设备、软床垫生产设备、多层薄木弯曲设备、家具涂饰设备、气动工具、电动工具等。

家具原辅材料：地板、门业、油漆、皮革、五金配件、布艺、涂料、胶粘剂、木材、人造板材、饰面料等。

家居饰品：家纺系列、人造花卉、地毯、挂毯、家居灯饰、家用装饰镜、画、墙面装饰物、陶瓷、玻璃、石制装饰品、雕塑品架、家庭装饰小五金、家具配套装饰品及家居用品等。

其它：各类家具专业期刊、图书、家具设计软件、家具企业管理软件等。

特色活动：技术交流会暨义卖慈善会

六、义卖品：参加会展公司提供自己公司有代表性的产品

注意事项：

(1) 参加会展公司提供自己公司有代表性的产品参加义卖，义卖所得的钱，公司根据自己的意愿可以全部捐献或拿出拍卖所得的50%给爱心基金。

(2) 提供义卖品的公司派代表对自己的产品特征等进行介绍

(3) 提供义卖品的公司下次参展可以给予一定的优惠

(4) 请各报名处工作人员务必登记报名人员的真实姓名、网名、性别、联系方式等资料

(5) 工作人员请提前30分钟到达活动现场进行前期准备工作。志愿者请提前10分钟到达活动现场。参与义卖活动的志愿者，每人会有一张志愿卡。每三人为一组，设组长一名，共五组。由负责现场；活动结束后，志愿者把志愿卡交于指定现场负责人员手中。

(6) 本次义卖活动一切事宜由爱心协会负责协调和处理。

(7) 本次活动为助学义卖公益活动，义卖所有款项都将用于爱心助学事业。所有参与人员皆为自愿无偿奉献爱心，鉴于每次活动都存在一定的不可控性。参加者必须对自己的安全负责，服从组委会安排，避免发生意外事故。如若发生意外事故，爱心协会有义务组织救援或改变活动安排。但不承担任何法律和经济责任，特此声明。

(8) 本次活动所有参与人员在活动期间都须携带爱心小组志愿卡；所有志愿者在活动开展期间不得以任何理由身体接触捐款现金。活动结束后在志愿监督下由财务统一清点并及时存爱心小组帐户。

(9) 本活动开始后，本声明将自动生效并表明你接受本声明。否则，请在活动开始前退出本次活动。

(10) 本活动结束后，组长需将捐款箱和未卖完的产品交于主席台指定的工作人员并登记。