

最新酒吧营销活动策划方案(实用5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

酒吧营销活动策划方案篇一

尊敬的公司领导：

首先衷心感谢各位领导给**市场这样一个争取荣誉的机会。

自 *年**月**日进入市场部门以来，在工作和生活中严格遵从严谨、务实的工作作风，赢得了部门全体人员和领导的一致好评。

主要负责的工作包括根据总公司政策、当地市场信息和经济政策进行方案策划与撰写、方案申报、方案执行以及方案报支材料的整理。在即将结束的20xx年里，市场部全年共申报并执行场大小型市场活动，由于和市场部人员严格遵守“事无巨细”的工作态度，确保了所有活动无一次出现重大事故□20xx年里，**市场部共申请总公司费用支持逾107万元，同比增长近30%。在执行的44场活动中，其中独立策划、撰写方案35篇，独立操作和主持方案达30场，占据20xx年全年市场活动的2/3之多。

作为一名非营销专业出身的，凭着勤奋好学、不耻下问的学习态度，在工作之余，深入学习了市场营销和广告策划专业的大部分课程，并运用于执行的市场活动策划和执行中，确保了20xx年市场部举办的市场活动都能取得了圆满结束，也使得客户满意度达到最高水平。

在即将到来的20xx年，也表现出了推旧出新，不拘一格的决心和态度，力争将20xx年的市场活动做到最好。最后，再次感谢公司领导能够给予市场部员工这样一个表现自我争取荣誉的机会。

此致

敬礼！

申请人：

日期□xx年xx月xx日

酒吧营销活动策划方案篇二

活动背景简介：这次安踏校园营销大赛在武汉这座充满活力，人才济济的城市举行，给我们大学生一个很好的平台去表现自己。展示我们团队的力量。活动主题：在校园推广安踏专业室内运动装备上装系列给一个可行的营销方案。

地点：武汉职业技术学院。

参赛目的：学会处理团队关系，提高实践能力。

活动目标：做更好的自己，做最好的团队。

二：介绍产品；安踏系列运动品牌是中国著名运动品牌，在我国有多个营销网点，其产品无论是外观上，质量上都是一流的。价格也很合理。安踏品牌坚持与体育时尚元素相结合。这正符合在校大学生的口味。其永不止步的经营理念通过广告，企业形象代言人而深入人心，其产品深受当代青年的喜爱。

三：市场分析；我们团队主要在武职及其附近学校进行营销，

武职在校生两万左右，我们学校的每个学生都有体育必修课，所以安踏产品我校的市场是非常大的。我们将紧紧围绕体育营销这一概念来营销我们的产品，所以我们对安踏在武职的推广是非常有信心的。

四：竞争分析；在我们学校附近的服装店，路边摆点的都有买衣服的。但他们的牌子大多数是假的，外观还可以，价格也比我们的产品低些，对我们有较大的压力。像耐克，李宁等这样的大品牌也是我们主要的竞争对手。但我们这次活动得到学校的支持和长江商报的赞助，我们有更多的优势，我们可以流动宣传，和顾客直接交流。而且制定专门的售后服务方案。

五：营销策略；校园推广计划：

a□针对学生消费的时尚和个性化等特点。我们在对产品介绍时加入一些与时尚体育有关的元素，使顾客更容易接受，拉近与顾客的距离。

b□我们可以和学校团委，学生会进行合作，可以利用晚自习到各个班进行活动宣传和产品展示及介绍。这能让学生第一时间知道我们的产品和活动。对一部份学生进行抽样调查和访问，了解他们对这个产品的需求和购买欲望如何？以及对价格的接受能力，从而制定最佳活动营销方案。

c□通过校园媒体；我们利用内部良好的关系，在校报，广播，电台宣传安踏产品。或直接进行植入式广告。

d□进行互动营销；通过上体育课或学校其他活动等对产品宣传，我们会和顾客进行一些有趣的互动游戏，做一些广告以张贴和发传单的形式去宣传。

e□摆点进行现场咨询，现场展示。为有需求的顾客提供最好的服务，地点主要在人流较大的地方。

我们会进行严密的校园市场分析，对销售存在的机会和风险进行有效的把握和控制。以及价格定制也会考虑消费者经济能力，以及外部竞争者我们都会有一系列方案，以及在操作中的应变措施，销售细节，团队合作我们都会进行有效把握和合理调控。

六：我们这些措施的目的是吸引消费者眼球，针对年轻人我们制定以娱乐化，便捷性的营销方针，以达到用户体验好的效果。使用户对安踏产品感知好，也对我们的服务进行认同，把安踏的理念贯穿之中，在有效控制成本和风险范围之内，把产品卖的最好，使安踏产品在学生群中树立良好口碑，打入校园营销第一步，把企业的理念，产品的个性，团队的精神贯穿到我们整个营销思想中去，我们自身也达到了理论与实践的结合。提升了能力。这次活动有太多意义，我觉得最重要的一点就是感恩与责任，对举办者，团队负责，对社会感恩，这样我们也就达到我们这次活动的目的了。

活动费用;共计250元 《广告单500张，50元，架字租用50元，保险费100元，互动游戏50元。

参赛团队：

队长姓名：_____，

联系电话：_____

酒吧营销活动策划方案篇三

首先说宣传部分：

1. 对外宣传，我们主要针对天大、南大、师大的韩国留学生。宣传的方法很简单，是面对面的沟通交流，让他们对我们的万圣节产生兴趣。向其推销的重点就是中国风格的万圣节，并且要告诉他们可以通过这次活动交到中国朋友。但可能在

沟通上会有些难度，不过应该可以克服。本阶段需要装备，仅是名片一盒100到200张即可，名片没有其他要求但一定要在背面印好唐会的交通路线，并用文字注明。如果觉得这样麻烦，还可用韩文印传单，以派单的方法把消息传达给韩国人。但如果这样，或许效果不会像面对面说服效果那么明显，而且费用会高出许多。面对面说服时还要注意一点，当他说想去时，给他在名片上安排一个座位号，这样会给他们内心造成一种已经预定的压力，这样当天去的可能性就会更大提高。韩国人不宜太多了，因为座位有限。不过反想其实人去的越多造成的轰动效应越大。

2. 对内宣传

a□打出第一步的宣传概念，就是以宣传唐会将万圣节创造出一个激情四射的万圣节，打出和外国人一起过万圣节的口号。宣传形式，派单。主要在滨江道 新文化 星巴克 必胜客发。让人们初步了解唐会将准备一次与众不同的万圣节活动。什么样的活动不提，设悬念。

b□狼的诱惑，本阶段是以故弄玄虚的方式吸引注意。从万圣节前一个星期开始，让唐会传出狼嚎声，最好能清楚的传入行人的耳朵。并印一份名为 谁在嚎叫的宣传弹，再次给人们设下悬念，使拿到传单的人都想问到底是什么在唐会嚎叫，唐会到底要举办一次什么样的圣灵之夜。发单地点不变，但方式改变。在滨江道和新文化分别找一家或两家理发店，在卖衣服的同时给光顾他店的顾客发单，并且需要录音带配合制造意境。作为对他们的报酬，可以是对店员的一次免费party酒水派送。即节约，效果也一定很好。

c□血色箭头，这个点子较有轰动性，但绝对是处在法律的边缘，实施难度比较大，有一定的风险性。但要是真的事实起来，相信绝对会吸引到很多人。方案很简单，万圣节的前两或三天晚上在唐会正对着的卫津路段用红色的油漆画一个巨型的箭头出来，第二天早晨人们上班时，可以清楚的看到血

红的箭头直指唐会。第二天下午开始发传单，传单内容是以一个局外人的口气夸张的描述箭头突然出现给人再次制造神奇诡秘的感觉，同时向上次的宣传一样要配相应的录音带以讲故事的形式向人们告知现象。

所有活动展开前的宣传工作在此先告一段落，当然因为未来的不可欲知性，或许在活动进行的过程中会随着事情的演变而改变。

当天的活动安排，可以分为活动前的等待 中韩交友…… 五个阶段。活动前的等待，是指在活动开始前先有一个等待的概念，利用人们的好奇心。拖延入场时间，当晚的开门时间我觉得应调整到八点往后，万圣节十二点钟声敲响的时候才会是活动高潮所在，如果等待的时间过久，有可能客人的好奇心会逐渐减退，取代的是厌烦的情绪。进酒吧前先送给每个客人一个简易面具。

进酒吧后，首先进入眼睛的是吧台四周裹着白色的布帘，里面传出和几天前一样的'狼嚎声，声音处理一定要真实，而且从白色布帘上还隐约看到一只狼的影子。又一次给人们感觉到奇幻，好奇心加重□dj宣布今天十二点前最高消费客人将（（抱））走唐会精心准备的一份神秘礼物！

中韩交友，韩国客人都拿有分发给他们的坐号，服务员领位时，直接带到事先确定的位置。中国客人进门可以把他们带到与韩国客人相邻的桌子，以方便其交流。桌子坐满客人都要酒水后dj喊口号，让客人随意更换座位□dj要强调今晚来到唐会的人都是朋友，都是兄弟姐妹，鼓舞大家换位子。放轻音乐，让客人自己交流。这时的灯光最好不要太暗□dj要随时间的推移，报时并提醒大家唐会给大家的惊喜越来越进！

神秘揭晓（高潮）十二点□dj宣布大家屏住呼吸，神秘马上揭晓，停音乐□dj这时说话的声音要处理的阴森一点！灯“逐渐”关闭！第一次开灯，吧台中还是空无一物，给人们

心理制造一些起伏□dj解释说纯属失误，要以滑稽的语气说，给场上造成一次爆笑。灯又开始逐个熄灭，当完全黑下来时从里屋逐渐射出数条细小的光线，黑暗的四周好象有很多白影浮动，光线向吧台移动，消失在吧台里。雷射灯突然打开，照射吧台方向，又马上熄灭，但已经看到吧台上站着好多做贞子打扮的东西□dj放一段比较恐怖的音乐。吧台里的舞台下灯打开照射在站在舞台上的人身上，做特写。慢慢周围灯也亮了。看到舞台上的人都罩着部满血迹的白布。这时，音乐响起。舞台上的人撤下身上的白布，有的穿着较现代感的服装，有的穿着唐装礼服□dj喊口号，舞台上一段比较个性化的热舞，热舞后走下舞台站在吧台周围□dj宣布目前最高消费者，里屋走出美女一个□dj宣布，今天的神秘奖品就是xx小姐。美女走上舞台，对获奖客人笑笑，在手提袋（大）里摸索。突然捧出一只小狗，它就是今晚的神秘奖品！再次造成场上爆笑，笑后dj喊口号，万圣节happy□舞会开始。

dj营造氛围是关键所在！

注：整个活动过程中，抽时间给客人们拍照，要来联系方式以便以后可以送照片。让客人体会到唐会的诚意是别人没有的，要他们深深记着这次活动，为以后成为唐会客源打下基础！

酒吧营销活动策划方案篇四

:

都市时尚单身男女

爱心钥匙开心锁

快快快！来酒吧寻找心的钥匙！！打开她的心门！！！！

真爱相信你一定能找到开启她心灵的钥匙！

真爱第一缘:开心锁，寻佳人

情人节当晚参与活动的男生将领到一把爱心钥匙，女生将得到随机派发的心型号码手牌。活动开始男生尝试使用自己爱心钥匙打开爱心锁，每人最多只有5次机会。成功的男生按照锁上的号码寻找对应的爱心手牌。

真爱第二:缘:真情互动

男生女生面对面，每人向异性(可以指定特定对象)提一个自己感兴趣的问题。问题结束后互相挑选最心仪的有缘人。不能成功找到最心仪的人结束参与。

真爱第三缘:激情串串烧

和最心仪的人合作表演一个激情动作。最受场内欢迎的参与者将获得酒吧提供的情人节特别礼物一份。

1。即日起至8月16日前来酒吧现场报名

2。拨打活动参与热线:，报名参加名额有限，敬请从速

: 开心锁，爱心钥匙，爱心手牌，您的热情

参与对象:

美丽情人夜希望用鲜花来表达浓浓爱意的来宾

参与目的:

英雄豪情，誓夺花魁

活动简介:

活动道具：蓝色妖姬玫瑰，珍藏版葡萄酒，5束不同的鲜花

参与对象：

全体来宾

活动目的：

在这特殊的日子向心中的她 / 他表达最真挚的爱意，爱她 / 他就大声说出来、

活动简介：

活动道具：

诚挚的爱意，大声表达的勇气媒体推广：(可选)

酒吧营销活动策划方案篇五

一. 背景：

1、西安作为举世闻名的世界四大文明古都之一，居中国四大古都之首，地大物博，物产丰富。秦岭作为中国南北气候分界线，主脉横贯全省东西。北部是风景独特的陕北高原，中部是千亩沃土的关中平原，而南部则是独具特点的秦巴山地。秦巴山，这个养育陕西儿女的一片土地，地界、资源物产丰富，全国广为人知的有代表的物产难以枚举。却话巴山深处的农家果园，甚至可以说是整个陕秦的代表。

2、谈及农家果子，必然少不了提及陕西名城，陕南一绝之地：陕西汉中。汉中文化气息浓厚，典型代表三国文化，历史底蕴厚重，自然风光独特秀丽，有“秦巴天府”之称。陕西汉中不仅历史享誉全球，自然条件也独具匠心，独具特点的气候是水果种植的之地。特别是汉中西乡樱桃，其是陕西汉中

西乡县的特色水果，也是我国北方地区上市最早的水果之一。

3、陕西汉中西乡樱桃以其个大、肉厚、皮薄、色红而著称。西乡县樱桃种是全国的三大樱桃产地之一，是陕西重要的地方特色产业，西乡县樱桃沟沟内因盛产素有果中“玛瑙”之称的樱桃而得名，距今已有200多年。樱桃树每年3月初为开花季节，4月下旬至5月上旬为果实成熟期。

4、20__年首届樱桃节的举办，来樱桃沟旅游观光人数达三万余人次，拉动了该县商贸第三产业的同步发展，成为当地新的经济增长点，于是我们小组就以陕西汉中樱桃为西安特色地方风味的产品，进行市场营销包装设计，开发一款名为“红珍珠”系列的果汁饮品。

二. 果汁饮料市场分析

进入21世纪后世界饮料市场前景看好，软饮料消费方式的改变，特别是发达国家逐步减少酒精摄入量，追求天然、含糖量少的有益于健康的饮料，进一步促进了饮料品种结构的改变。因此碳酸饮料传统的主流地位将受到挑战，而茶饮料、果汁饮料、功能性饮料等新生代饮料将更加受到国内市场重视。

根据cmms数据显示，除瓶装水外的其他各种饮料20__年都比99年的市场渗透率有所增长，其中，可乐增长了3.9%，而果汁饮料则增长了7.2%。碳酸型饮料主要功能就是解渴，“形像”比较传统，相比而言风头有点弱。果汁饮料的特点是不但能解渴，而且含有丰富的维生素、矿物质、微量元素等，具有极高的营养、保健功能，同时还因原汁原味而受大众的喜爱。专家分析，中国居民对新型饮料的消费量还很低，果汁饮料的人均年消费量还不到1公斤，而世界人均消费量已达7公斤。这表明，果汁饮料仍有较大发展空间。

三. 产品swto分析

优势：

1. “红珍珠”果汁饮料具有瘦身养颜的功效，可以满足很大一部分顾客的需要。
2. “红珍珠”果汁饮料在西安上市，接近原材料地，降低企业生产成本，可创造更多利润。
3. 生产技术工艺优势。
4. 作为在西安上市的饮料，大家熟知樱桃，大众了解这一产品，容易接受新产品。
5. 目标定位明确，主要定位在年轻女性群体和青年群体。

劣势：

- 1、新上市的果汁饮料，产品知名度低。
- 2、首先在西安上市，销售区域过于集中。
- 3、财务问题，新公司资金比较少，在竞争中处于劣势。
- 4、“红珍珠”果汁饮料为纯果汁饮料，会流失部分喜欢喝混合果汁的顾客。

机会：

由于人们对营养、健康、保健意识增强，对这部分需求及今后选择饮用营养、健康、保健等果汁饮料人群也随之扩大并不断增长，果汁饮料市场发展前景是十分令人期待的。

威胁：

1. 价格的阻碍。

2. 口味差难喝的抱怨。
3. 中国果汁饮料标准还不完善。
4. 果汁饮料糖分多，过量饮用会产生肥胖。

第二部分：产品设计与包装方案，品牌设计

一. 产品设计

二. 产品包装方案

三. 品牌设计：

品牌设计是视觉沟通，它是一个协助企业发展的形象实体，不仅协助企业正确的把握品牌方向，而且能够使人们正确的、快速的对企业形象进行有效深刻的记忆。

第三部分：新产品推广策略方案

一. 广告主题：美味养颜，喝出好身材，多喝多健康。

广告表现：早晨，太阳初升，范冰冰在阳台上品尝“红珍珠”

媒体组合：利用本地华商报，地铁，公交的灯箱广告，车体广告，电视广告进行新产品的宣传，使消费者可以了解红珍珠饮料，乐意接受“红珍珠”饮料。

二. 消费者购买行为分析:果汁消费是一种基于果汁特质和消费价值追求的情感消费。

1. 首先，消费者在消费过程中投射了很多内在情感，会产生很多美好的联想，从而获得娱乐和心理上的满足。在此过程中，消费者会把果汁品牌形象与自己的价值追求想比

较。“红珍珠”果汁饮料主打“美味养颜，喝出好身材，多喝多健康”让消费者体验到产品的甜美的口感的同时让消费者体验到自然健康的生活方式、靓丽的自我形象。这些是“红珍珠”所具有的价值特质，把这些价值特质和消费者的价值追求相结合，可得出消费者的消费动机。

2. 消费动机：

(1) 寻找一种味道。这与人的生理相关，人的身体常常需要一种水果的味觉刺激。亲人，朋友的聚会时，需要一种水果特有的口味和果汁特有的口感来刺激一下，给人带来一种轻松惬意的感觉。

(2) 健康活力。大家都知道水是生命之源。每天必须要补充足够的水分以保证人基本所需。同时，水果含有充足的水分和糖分，能给人快速补充能量。“红珍珠”果汁饮料就能满足人们对健康和活力的需要。

(3) 营养保证。现在人们越来越追求健康，营养平衡的生活，所以水果提供的维生素是不可或缺的。“红珍珠”果汁饮料能给大家带来丰富易吸收的维生素，有助于保证人体所需营养。

(4) 养颜滋润美丽。爱美之心人皆有之，特别是对于女性消费者，她们希望自己永远容光焕发，光鲜照人。果汁饮料含有丰富水分和维生素营养成分，可以美白皮肤，延缓衰老的同时促进肠胃消化，达到瘦身效果，塑造优美身姿。

(5) 青春、阳光、时尚。樱桃的颜色光彩照人，象征青春、阳光、时尚，所以“红珍珠”面向追求潮流、时尚的年轻人群体，给他们带来青春所特有的体验。

消费群体细分

每一种产品都有属于它的消费群体，“红珍珠”果汁饮料的消费群体细分如下：

1. 少年儿童消费群体。未成年消费者，没有独立经济能力，发生购买行为时简单的通过感观判断，看到新奇新鲜事物时容易冲动购买。
2. 青年消费群体。青少年对新事物有好奇和乐于尝试的意识，同时追求个性消费，时尚消费。“红珍珠”果汁饮料给他们带来青春活力和时尚潮流感。
3. 年轻女性群体。年轻女性在追求健康时尚的同时，更对“美”有一种独特的偏好。“红珍珠”果汁饮料所具有的独特功效满足她们的需求。
4. 小资白领群体。他们享受高档次有品质的生活，“红珍珠”果汁饮料满足她们对更加美好生活追求的这一心理。

三. 目标市场选择：

1. 随着人们生活水平的提高，生活越来越便利，人们更喜欢一站式购物，所以，超市就成为了首选之地，因此在超市销售，具有更多的消费人群。
2. 学生喝果汁饮料的比重较大，学校所在地人流量大，因此在学校超市和附近便利店出售有较好的市场。
3. 公园，旅游景点，不仅人流量大，且消费需求大，因此，在西安部分景点，各公园出售，不仅增加销量且提升知名度。

四. 产品定位，定价：

1. 因为樱桃樱桃是公认的美容佳品具有养颜，瘦身，迎合了如今年轻追求苗条身材的愿望，所以年轻女性为主要消费人

群。

2. 据专家介绍，樱桃有一个重要功效：能缓解电脑工作者的不适症状。因此，如今年轻人工作时间长，网络发达，工作离不开电脑，所以，红珍珠可以得到年轻人的喜爱。

3. 根据下图调查显示，消费者在购买饮料时，会根据自己的实际情况选择合适自己价位的饮料，结合我们开发的红珍珠饮料的成本，最终将产品定价4元一罐。

五. 促销策略

1. 人员促销。让员工去各大超市，零售商店以及餐馆和便利店等地方宣传我们的产品，并免费向他们提供一定数量的试饮品，得到他们对该产品的了解和认同，希望能够通过他们这个平台进入市场，并建立起长期供销关系。

2. 网络促销。如今网民在网上购买饮品的热情远低于商场超市等传统购物场所，因此网上商品的价格一般都要比传统方式销售时要低，以吸引人们购买。因此，新品上市，先在网上通过打折优惠来吸引消费者，让他们了解此商品并以低价激发他们购买的欲望。