

保险公司续保活动方案 保险客户体验活动方案(精选8篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。相信许多人会觉得范文很难写？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看看吧。

餐饮众筹项目经典案例篇一

榆中校区拥有兰州大学和西北民族大学两所综合性大学，学生总人数超过两万、而学生对于到非食堂性质的餐馆就餐有很大的需求，所以榆中校区有广阔的服务市场。

当代大学生突破传统思想，对吃出健康有强烈要求、学生没有自己的收入来源，实惠也是他们就餐的重要标准、背井离乡，孤身一人求学异地，难免思乡，他们需要一个能够让他们感觉到有家的感觉的地方。

由于校区周围各类餐馆的经营者，大多为农民出身，缺少现代餐馆的服务经营理念、他们简单的把顾客的需要理解为只是产品的可口，没有理解到顾客主体为大学生，有先进的观念，有更多的需求。

所以他们忽略了在提供可口的产品的同时附加产品——好的卫生，优质的服务，高雅的环境的重要性、由于校区各餐馆主要是在主营产品的差异上进行竞争，如火锅店与烧烤店的竞争，而忽视其他方面在扩大产品差异，进一步占有市场的重要性。

在考察了校区周边的餐馆后，我们构想了一个中西餐馆，以优质的服务，健康的产品，实惠的价格，为经营理念，配合以优雅的环境，将温馨的家的概念引入榆中校区、本餐厅以经营西餐为主，兼容中餐，引入西方饮食文化，突破榆中校区传统饮食结

构、我们的目标是:经营中西餐,兼营糕点类业务,力争在榆中校区这个广大的餐饮服务市场中占有一席之地。

西式快餐如麦当劳,肯德基,可谓风靡整个中国,已经成为当代人的饮食风尚、虽然西餐并不适合中国人的饮食习惯和传统饮食需求,但对于西餐这种进口产品产生的好奇心,能够驱使他们去享受西餐。

我们所经营的西餐不仅仅包括西式快餐,更重要的是纯正西餐,而中餐只是为了辅助西餐的经营,仅以经营精致中餐为主、由于餐厅的容量有限,主要针对四人型,两人型进行设计菜的数量,价格,食谱等,糕点的经营,以订单式经营,打造校区最低价,以此座位宣传西餐厅的手段。

榆中校区有两万多名学生,餐饮市场有很大的潜力可以开发,我们以情侣为主要的目标市场,作为校园第一家西式餐馆的独有性和在经营管理上的优秀,对目标市场有很大的吸引力,但是市场也存在着激烈的竞争。

我们的竞争来自于产品的差异化,如火锅,烧烤,很多人对其情有独钟,由于这些餐馆打入市场比较早,在顾客心里打下印记,部分餐馆控制着市场的大部分份额,市场相对成熟,因此竞争十分激烈。

时代性:吃西餐不仅是享受,也是潮流。

独有性:校区唯一一家纯正西餐厅。

价格特点:确定适合学生身份的价格,吸引更多的顾客。

高质量:产品质量,卫生质量,环境质量。

管理犹豫性:用现代的管理理念来组织管理,营销。

坚持”高质量,优质服务,低价格”的市场竞争策略。

坚持’不断的实现产品的创新”为产品发展道路。

行业风险校区各色餐馆众多,竞争十分激烈。

经营风险产品创新速度太慢。

市场风险对市场不能准确分析,产品销售不畅。

a□坚持”高质量,优质服务,低价格”的市场竞争策略,广泛宣传我们的经营理念,让广大消费者打破”西餐的价格恐慌、由于很多消费者对于西餐更多的是一种好奇,所以不断的推陈出新是应对风险的重要环节、消费者的消费不仅仅是物质享受,精神享受的要求越来越高、在消费者享受高质量产品,优质的服务的同时,体验高雅的环境,音乐,咖啡香纯的气味,增加了消费者的附加产品,更加扩大了产品的差异,这是应对风险的关键。

初步估算我们的餐厅需要的前期固定投入为38000,包括装修费,水电费等,每月的固定投入8000,包括人力费用,房租等,预计每日有50人前来本餐厅,平均消费25元,每日流动资金700,每月利润7500,所以本计划可行。不确定性,蔬菜的价格上涨,人力费用的价格上涨造成的经营费用的上升。

餐饮众筹项目经典案例篇二

21世纪,创业是大多数人的最终选择,他们不愿意只为别人打工。那么,开茶叶店需要注意什么呢?现在给大家介绍一下。

在业务运营过程中,第一个关键因素是店铺地址的选择。对此,沃尔玛、肯德基等世界知名连锁巨头以其多年的发展经验无数次证明了其正确性。商业是收集人气、交流信息、达

成交易的活动的总称，在所有这些活动的背后，都需要“人”作为推动者和执行者。如何选择能聚集最好人气的店铺，是商业活动成功的前提。所以对于缺乏“商业”运营经验的制造企业来说，店面的选址就更重要了。

商品管理是商店经营中一项非常重要的工作，其目的是保证商品在商店各个环节的科学性和完整性，从而实现销售额的最大化。

制造企业商业化过程中形成的垄断价格体系与原有分销价格体系的协调管理，将是制造企业店面运营面临的挑战之一。两者都面临重叠，需要特殊性来凸显垄断网络的价值。

高效、科学的物流配送系统是连锁经营成功的基本保证。世界第一商业帝国沃尔玛多年来一直位居世界500强企业之首，其中一个关键在于建立了先进强大的物流配送体系。对于涉足商业领域的制造企业来说，他们的物流配送系统并不需要如此强大的功能，但必须满足两个基本目的：

一是垄断商业网络的正常供给；

二，与原有分配制度的协调。

导购是企业与客户之间的纽带，是制造企业直接面对客户的形象代表。他们通过解读客户的利益，解决客户的疑惑，成功地引导销售。一群高质量的导购员是店铺运营实现可持续盈利的关键，但是导购员本身就是一门高深的学问，很难找到一群高质量的导购员。

为此，商店经营中导购员管理的关键在于两个方面：

一是做好导购员的选拔、培训和科学使用；

二是不断更新和提高导购技巧。

促销是指制造企业通过媒体广告、人员促销、公共关系等方式进行的活动。刺激销售，打造品牌。对这些活动的管理称为推广管理。主要包括企业级和店面级的推广管理。本文主要针对制造企业店面运营的推广管理。对于单个店面运营来说，它具有聚集人气、吸引人、增加销售、对抗竞争对手和增加市场份额的价值。

店铺管理涉及到店铺运营的所有工作，包括店铺商品管理、价格管理、导购管理等等，其重要性不言而喻。但是，笔者再次提到，却不是为了强调门店管理的上述内容。另外，门店管理涉及太多细致琐碎的工作和程序，包括门店安全管理、卫生管理、收银管理、服务管理等。在实际的店铺运营中，我们很容易错过这些环节或者应付通关。

开一家饮品店，要真正从思想上认识到这些情况。正是这些细微的任务和程序的长期坚持和积累，才能造就制造企业垄断网络的强大市场竞争力，形成与现代终端大卖场竞争的新渠道。

餐饮众筹项目经典案例篇三

明月西餐厅的经营宗旨为：“著意求新，以客为尊”，经营理念为“极意营造幽雅、舒适、休闲之气氛，融汇西方餐馆美食”。

1、选址方面：明月西餐厅位于学院的美食街内，与连串的快餐店连在一起，但都作为美食街唯一的西餐厅。与其它快餐店所不同的是有更好的就餐环境和更优质的服务。

2、格调方面：明月西餐厅为温馨浪漫的风格，为顾客提供优质的服务，给顾客贵族式的享受，力求营造一种幽雅、舒适、休闲的消费环境，引导消费者转变消费观念，向崇尚自然、追求健康方面转变。

潜在客户

现实客户

满意客户

美誉度

所运用的营销方法也是多种多样的。

4□swto分析

学院现有一万三千几个师生，调查资料表明他们多消费用于饮食方面占了54.7%，正因如此，饮食也是在学校创业首选之路。消费对象比例图如下：

同时在校院里经营西餐厅的swto分析图如下：

s:美食街附近是男生宿舍最聚中的地方，偶尔去美食街的人占了全师生。

w:大多数学生都习惯了到快餐和学校所设的饭堂就餐，对于西餐厅来说不那么的习惯，但资料表明对西餐厅有兴趣尝试的占了。

1、尊重餐饮业人员的独立人格。

2、互相监督:管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。

3、营造集体氛围:既要上下属感受到西餐厅纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性。

4、公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干。

以西式扒类为主，结合快餐、中西炖汤、中西式局饭、皇牌主食套餐，小食天地、美颜甜品、水吧饮料等来满足消费者的需求：

1、推出皇牌主食套餐，经济实惠，例如：泰汁鸡扒印尼炒饭套餐、青咖喱猪颈肉扒伴意粉套餐、鳗鱼泰汁鸡扒局饭套餐等，各套餐还配有(粟米忌廉汤、油菜、热奶茶或冻柠乐)，最适合校园情侣品味。

2、西餐结合快餐

例如：扒类(牛扒、猪扒、鸡扒)、各式快餐、各式小食、各种中西炖汤、中西式局饭、粉面类(意粉、米粉等)。

3、美颜甜品

例如：姜汁鲜奶雪蛤膏炖蛋、金粟南瓜西米露、栗子蓉鲜奶露、椰汁香芋西米露等等，最适合爱美的女大学生品尝。

4、根据不同的季节制定一些冷饮，热饮，点心、沙拉等

例如：现磨咖啡、花式精致冰啡、香滑奶茶、特式风味茶、天然花茶、精美饮品、鲜榨果汁、雪糕新地、滋润甜品等等。

1、品牌策略：

“明月西餐厅”这个店名易记，易读，好听。“明月”一词可以营造典雅的个性氛围传播快捷，符合目标市场消费者的消费需求。而且招牌的字体设计要美观大方，要具有独特性；易吸引人的注意。

2、价格策略：

(1)主要走中低档价格策略，在食品“色”，“香”，“美味”，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。

(2)针对消费者比较价格的心理，将同类食品有意识地分档，形成价格系列，使消费者在比较价格中能迅速找到自己习惯的档次，得到选购“满足”。

3、促销策略

(1)西餐厅的促销战略应以竞争为导向。餐厅必须了解竞争对手的情况，比较自己与竞争对手产品和服务的区别，在此基础制定出具体的促销计划和方案，在实施计划的过程中，通过宣扬本餐厅的独特产品或经营风格，树立起鲜明的企业形象。

(2)为迎合本餐厅的经营宗旨为：“著意求新”，促销战略中应包含以下4方面：

a□求新:我国的西餐厅不但历史久远，而且品种丰富，已初步形成了高、中、低档的格局，冲、泡、蒸、煮、烤、炸、炒，可谓五花八门，一应俱全，但都是多年一层不变的老面孔，消费者对此缺少新鲜感，尤其是文化品味太低，跟不上发展的潮流，因此，要在传统基础上做足做够“新”字文章，增强其吸引力。

西餐厅也要以变应变，在工艺、烹调、配料上求变来满足人们的口味，一变天地宽，这样才能牢牢抓住消费者，以拓展西餐厅业市场空间。

c□求奇:要在求新和求变的基础上求奇，同样一个商品，变换一个新名词就能赢得消费者的青睐，我们应该从国外饼干、水果等进入中国市场时的新名词而受到启发，同时，求奇，还表现在西餐厅结合上取长补短，用洋西餐厅的技术改造中

式西餐厅，也可以用传统的中国工艺嫁接洋西餐厅，做到出奇制胜。

d□求特:这个特，就是中国特色的特色西餐厅。回望中国西餐厅绝大多数是“一人一把号，各吹各的调”，固守一块阵地，老死不相往来，结果是谁也做不大快上“蛋糕”，有的甚至失传或萎缩了，因此，要尽快选择几个特色西餐厅，上规模，拓市场，强强联合，打造特色品牌，抢占名牌制高点。

1、按照直营店的实施情况来执行：

2、西餐厅服务业的模型。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，最终达到本店经营理念的推广。

3、人员与制度

(1) 店长

(2) 行政人事

餐饮众筹项目经典案例篇四

一、会所介绍及长远目标

1、会所成立背景

杭州，是浙江的政治、经济、交通、文化、科技、信息、金融中心。荣获“全国文明城市”和“联合国人居奖”的省会城市。目前已成功举办了五届东盟博览会，为推动中国与东盟经贸关系的发展发挥了重要的作用，杭州在飞速发展，时代的进步带动着经济的繁荣，同时也改变了人们物质文化、精神文化生活的需求！各大金融财团、跨国企业、知名品牌

纷纷向浙江涌来，众多的获得丰厚财富的成功者工作之余对个人的生活品质的要求更加高涨。观念的改变带动社会的繁荣，高端私人会所正是这个时代最具代表性的产物。

木桐酒窖私人会所，将按国际化标准打造浙江商务会所旗舰品牌。营造真正意义上的“家外之家”。会所集娱乐、休闲、餐饮、商务洽谈、文化交流、商品展示、酒会party、商品销售及生活私人空间等全方位的立体化的综合服务性能的服务机构。同时为我们的会员构筑政治、经济、文化、时尚信息、社会名流、交流交际的多元化平台。让我们的会所从真正的意义上成为上层商务人士休闲、娱乐、生活、工作交流上不可或缺的心灵寄托的港湾和最佳获得财富的地方。我们在设计装修风格、经营方针路线、规范化企业管理、完美优质的服务使会员在精神、心理上得到寄托和经典的享受。与此同时为我们的投资者和我们的企业创造更大的利益价值，更高的品牌效益，让我们的企业迈向更加美好的未来！

2、会所优势分析：

1、会所出发点为“服务”这种服务非一般意识上的服务，会所致力于大型国际跨国公司和国内优秀企业之间会员的交流，政府要员与企业之间的交流，搭建一个高端商务交友平台。

2、会所的环境及硬件设施

1地理位置优越：我们会所位置在杭州市萧山区金城路，我们的会员能在较短的驾程内到达。

1设有大型停车场：会所所在位置交通、行车便利，方便我们尊贵的客人停车；

1独立的会所场地，安全的设施给我们的会员营造了一个绝对私密的自我空间，可以尽情的享受唯我独尊的尊贵生活。

3、娱乐项目新颖有特色

1专业的舞会，艺术氛围浓厚的红酒文化让我们的会员享受宁静与健康！

3、会所长远目标：

为众多的企业家、政治家、富豪、各类经济富足的女性、社会各界人士创造了一个完美的、丰富多彩的娱乐、休闲空间及构建了更加适合于经济交流活动的环境和更高的平台，同时成为一家顶级私人会所的`尊贵会员也是个人身份、地位的象征和自我价值的最高体现。

二、市场推广及营销策略

在会所成立的初期阶段，以品牌宣传为主，进行一系列活动以在企业界、政治家、富豪、各类经济富足的女性之间进行宣传与推广，会所只在金字塔顶端一小部分人群中推广打开。

“木桐酒窖私人会所是集商务交流、休闲娱乐为一体的综合性红酒艺术会所。为您提供浙江乃至全国最高档的会所软硬件条件，最正宗的欧洲红酒品鉴文化，和会员个性化定制服务，同时也为您构建一个高端商务交友平台。”

1、以书信、请柬的方式向各政府要员、大型企业领导专程送递，介绍本会所。

2、聘请专业公司制作出形式上具有互动性，内容上具有延续性，风格上具有统一性的多媒体文件，向各企业家、富豪宣传，使之成为具有纪念意义的礼品。

3、会所定期发行专业红酒杂志，杂志内容区别于一般的广告期刊，旨在宣传红酒文化以及搭建商务交友平台。

4、联络各高端杂志及报刊编辑、记者，以软文的方式介绍会

所情况，打响品牌。

5、同银行、移动、联通、航空、高尔夫俱乐部、及国内五星级酒店等达成贵宾互动联盟。

三、经营项目及商业收入模式

1、会籍

会所专门吸收政府要员、社会名流及成功人士，全国各大城市商会、私人会所、浙江银行金卡客户、把会员分成行业委员会，都有专人负责不定期举办派对活动。会籍可以转让也可以象有价证卷一样升值转卖。

会籍种类;名誉会员，公司会员，个人会籍，家庭会籍。

名誉会籍：元人民币

公司会籍：元人民币

家庭会籍：元人民币

个人会籍：元人民币

注：会员卡费可充当以后消费费用，也就是预存消费。且消费享有一定的折扣。

2、经营项目法式

红酒西餐厅：

座位容量：位

设计风格：低调奢华浪漫

营业时间：早晨7：00———凌晨2：00

菜单主题：法式西餐等fusion风格的菜式。

酒水单：进口葡萄酒，香槟，洋酒，冰酒

定价属于：高档次

服务特色：

1专业侍酒师为每一位客人精心根据菜式搭配餐前，佐餐，餐后酒水。

1餐厅中央设贵宾交谊舞厅，烛影杯光中，我们的客人在享受fusion风格的菜式同时，还可以拥爱侣轻歌慢舞，从而体现出更高层次的个人生活品质。贵宾假如有意邀请其他顾客共舞，我们的专业侍应生可以代约。

1不定期举办商务论坛及专业葡萄酒与食物搭配讲座，商务聚餐，品酒会，庆典活动。让每一位客人都能搭建高端人脉关系、感受到家的温暖及意想不到的幸福和浪漫。

1正宗法国餐及香槟文化的推广，装修风格以奢华大气，服务至善至美，加上模特走秀、乐器等各种才艺表演，让我们的会员在此用餐或接待感到无比尊荣体面。

商务活动：

（以举办“银行家之夜暨全球top红酒品酒会”为例）

餐饮众筹项目经典案例篇五

xxxxx机构创立于1996年，是由长期在中国、美国、新加坡三国传媒领域从事经营管理的资深人士创立的、在中国从事电

视传媒业并拥有海外业务网络的传媒公司□xxxxxx机构包括分别注册于北京、洛杉矶、新加坡的四家电视和广告公司，目前企业总人数为61人。

(一) 影视节目□xxxxxx从海外购买或自己包装、制作影视节目，向国内各地电视台、音像出版公司、宽带网络等媒体公司出售其播映权与经营权的分离”、“网台分离”这些新政策都直接或间接地给非国有电视企业带来了扩大市场份额的机会。至xx年，中国拥有11.85亿电视观众、1000家以上各类电视台，已成为世界上最大的电视观众市场和电视内容需求市场之一。互动电视、宽带网络□vod点播等数字媒体的快速发展在未来三年内将为影视内容提供商带来更大规模的收益。

xxxxxxx在电视内容提供、电视广告经营、宽带内容提供、音像内容提供等方面都占据一定的市场份额。

在面向全国发行的电视栏目市场领域里□xxxxxxx的主要栏目目前占全国各地频道总共13520小时/年的节目时段，市场占有率在同类公司里排名第二位。

在此类市场领域的广告市场上□xxxxxxx拥有全国各地频道676小时/年的广告时间。广告时间的市场公开价格总额为1.29亿元人民币，在同类公司里排名也是第二位。

在面向全国发行的电视栏目市场领域中，自xx年1月起，随着新节目的不断推出□xxxxxxx的市场份额已超过探索频道、新华社、欢乐传媒等主要竞争者，仅排名在光线传播之后。在未来两年里□xxxxxxx仍将保持目前的市场扩张和市场份额增长趋势，到xx年中旬成为栏目数量、占有频道时间、广告价值总额排名第一的电视节目公司。

在影视内容版权交易的市场领域里□xx年xxxxxxx以800小时以上节目量，6,964,207元销售收入在同类公司里排名居2-3名。

主要竞争者为：映佳国际、大陆桥、唐龙国际□xx年，xxxxxxx与中央电视台的海外节目交易收入为4,804,412元人民币，是该台的第二大海外节目交易伙伴。

以迅速扩大市场占有率，进一步形成市场领先者的地位为公司的营销战略。目前已经取得显著成效：一年以来公司提供的节目在占有频道时间、广告价值总额等方面在同类市场领域里排名都上升至第二位。

(一)海外节目供应网络

基于创始人的海外传媒背景及其运作经验□xxxxxxx已经建立起一个覆盖全球的节目供应网络(由中国节目公司、洛杉矶和新加坡分公司组成)，公司在海外节目供应和内容集成方面的能力远胜于主要竞争对手。

(二)拥有完善的电视节目产业链条

xxxxxxx是国内少数几个拥有完善的电视节目产业链条(策划—片源整合—制作—发行—市场营销—广告—多媒体开发)的电视企业之一，并在产业链的大多数环节上都具备业内一流的实力。

公司的节目供应网络由全球300余家主要的制作公司构成，国内发行网络可定期把节目供达200家以上地方电视频道。在广告经营方面，公司已经建立起一个有丰富经验的销售团队，并与茅台酒、波导手机、中国网通等越来越多的国内外知名产品品牌有了良好的合作。

(三)庞大的节目库

公司长年积累形成的影视节目库包括超过1300小时的自有版权母带库□xx0小时的具有优先使用权的母带库、35000小时的样带库、3,000,000小时全球节目资料库，是目前国内最完整

的节目库之一。

(四) 企业品牌

xxxxxxx目前已成为国内电视业最知名的电视公司之一。同时□xxxxxxx的英文品牌xxxxxxx在海外电视业被广泛认知为“oneofthemostimportantchinabuyer”(最重要的中国交易商之一)。

xxxxxx□创始人，联合总裁。曾在新加坡、美国长期从事电视传媒事业，在影视节目策划、市场运作方面具有丰富的经验。目前作为中国民营传媒界的代表人物，他在电视界享有广泛的知名度。他一直是“亚洲电视论坛atf”□“中国电视金鹰节”等国内外重要传媒业盛会的演讲嘉宾。

xxxxxx□创始人，联合总裁。长期在海外和北京、上海从事电视传媒业的投资和运营。极强的传媒运作能力和产业整合能力使他成为目前国内电视圈内具有影响力的传媒经营者。

xxxxxxx□美国公司创始人、海外总经理。长期在好莱坞的电视职业生涯使她成为通晓国际电视行业并具有很强经营能力的职业经理人。

除了以上来自新加坡、美国的高层传媒经营人，公司还拥有一支富有传媒专业经验的本土核心团队，共同形成一个高效率的xxxxxxx管理层。

通过进一步加强公司已经具备的传媒产业链的各主要环节，形成更为完善的传媒业经营平台。在未来五年内，公司将发展成为以电视媒体的内容提供和媒体经营为主，同时涉及平面媒体、数字化媒体等其它媒体的跨媒体综合性传媒集团□xx年，公司的年营业额将超过亿元□xx年，公司的年营业额将超过3亿元。

公司在未来两年的高速增长中，将分别形成2419.58万元、7201.37万元的销售收入以及2227.50万元、6278.67万元的现金流入。

第一期融资计划：以增资扩股方式融资1000万—3000万元人民币；出让股份范围：10%—35%，资金使用：进一步扩大市场占有率，更迅速地占据市场领先地位；大幅度增强自制节目能力和节目开发能力。

第二期融资计划：以增资扩股方式融资3000万—5000万元人民币；出让股份范围：10%—30%，资金使用：频道经营与战略性业务扩展。