

2023年网吧过年活动方案策划(通用9篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。以下是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

网吧过年活动方案策划篇一

1、市场状况：是指主要竞品的市场占有率，市场容量，消费现状和变化趋势等。

2、消费需求：主要是指消费者对产品的需求。如消费者对产品的概念、利益点、功能、价格、包装、购买方便性等方面的需求及变化方向，这是提炼产品卖点的重要依据之一。

3、竞争状况：竞争对手的营销策略分析以及主要竞品在全局市场和区域市场的强弱对比情况。

4、本品现状：本品的市场位置、销售状况，在各区域市场的优劣势以及在各个营销环节的优劣势。

5、存在的问题及原因：本品处于现在的市场位置是哪些因素造成的，存在哪些制约市场发展的营销短板。

6、市场机会：通过对市场状况、消费需求、竞争状况等多方面的比较分析，找出实现企业及各产品未来市场增长的机会点。

7、市场策略：从策略的层面为企业规划市场，如市场目标，市场定位，市场重心和区域市场的选择，与主要竞品的竞争策略等。

二、产品线规划

- 1、品类架构：产品线完整的平面架构图，包括产品的品类、品牌以及品牌下面的每一个单品。
- 2、产品定位：产品所要占据的，区别于主要竞品的，有竞争力的市场位置，是各产品规划的重要环节。
- 3、目标市场：产品重点进入的市场领域，并且在这一领域最大限度满足目标消费者的需求，与竞品争夺消费资源。最新伊犁哈萨克食品企业市场营销策划体系行情播报、走势深度分析，欢迎来电咨询。
- 4、价格定位：产品价格在市场中的位置，包括所有产品价格在各市场所处位置及各单品的具体定价。
- 5、产品诉求：产品诉求就是产品能给消费者带来的利益点或卖点，一般可以分为感性诉求和理性诉求两种。
- 6、广告口号：广告口号，即广告语。就是把产品利益点中最能触动消费需求的部分用形象生动的语言表达出来，增加产品的吸引力和消费者的记忆度。
- 7、产品形态：企业各类产品分别适合目标消费者使用的相应形态。产品形态确定的主要依据首先是方便消费者使用，其次是竞争需要。
- 8、产品包装：产品外在形象的重要组成部分，主要指产品包装的文字、图案、色调、形状等要与产品的定位、诉求协调一致，在终端货架上要有足够的视觉冲击力。

三、渠道规划

- 1、渠道模式：企业建立销售通路的方式。如：是采用代理制、分层经销形式还是专卖店形式，以及各种渠道模式设置中间商的层级与方法。

2、通路长度和宽度：通路长度是指销售渠道重心上延和下沉的空间。从直辖市到乡，企业涉入哪些层级。通路宽度是指在同一层级的渠道，企业销售终端类别的多少。

3、经销商的选择：根据渠道模式和通路长、宽度的设置，确定经销商的数量和选择标准。

4、销售政策：是指企业与各级经销商的合作方式。如企业对经销商在前期铺货、运输、终端维护、宣传、扣点、返利、结算等方面的相关政策。

四、广告规划

1、广告创意：广告的表现方式。用画面、文字、音乐等来表现品牌和产品的特点。

2、广告语：广告语就是把品牌、产品中最能触动消费需求的部分用生动的语言表达出来。

3、广告预算：预计某个时期总共需要投入的广告费用。

4、投放媒体：广告发布的媒介。

5、投放区域：确定在哪些区域投放广告，以及各区域市场的投放量。

6、投放组合：主要是指投放媒体类别和投放市场区域的组合。

7、效果评估：对广告创意、投放组合和广告效果的综合评价。

五、终端与促销规划

1、终端选择：选择产品进入终端的类别、数量及方法。

2、终端陈列：产品在货架上(普通货架、堆头、端架)的陈列

标准，如陈列位置、面积、形状和数量等。

3、终端导购：安排专门的销售人员在终端为顾客介绍产品的卖点和食用方法，吸引消费者购买。

4、终端理货：对终端货架上被消费者在购买过程中挑乱的产品按陈列标准进行梳理，对快售完的产品及时安排补货等。

5、终端展示：除了产品基本陈列外，还需要一些宣传品如pop□围裙、横眉、展示牌等来共同营造良好的卖场氛围。

6、终端促销：厂家或经销商针对消费者就某些或单个产品进行的特殊销售促进活动，如打折、降价、卖赠、有奖销售等。

六、销售体系规划

1、销售体系架构：是企业自身的销售组织结构。如在区域市场是建立分公司还是办事处；各大区、省区及以下各级销售组织的划分、规模等。

2、各级销售组织的职能：各级销售组织的人员构成、作用、销售任务及其它相应的各项职能。

3、销售队伍的培训：企业对各级销售组织的各类人员分别进行相关营销知识与技能培训的内容与方式。

4、销售组织与经销商的关系：明确各级销售组织与经销商的职能划分，形成企业销售队伍与各级经销商优势互补的合作关系。

网吧过年活动方案策划篇二

情人节是一个典型的西方节日，但近年来已经成为我国青年人每年都企盼的节日，其流行程度已大大超过了我国传统的

七夕情人节。在这一天，情侣们一般都赠送玫瑰花和巧克力作为爱情的信物，可想而知，玫瑰和巧克力在这一天的销量是十分惊人的。而商家特别是鲜花销售商更会在这期间大抬玫瑰价格，但依然会赚得盆满钵满。然而，随着市场竞争的加剧，我市的一家较大规模的鲜花销售商a公司在xx年情人节期间的业绩却出现了明显的下滑迹象，为了止住下滑势头并重新占领较大的市场份额□a公司在xx年的情人节期间组织了一次别开生面并十分成功的促销活动。

市场调研

通过在我市的一次大范围的市场调查，我们发现：

市内其他鲜花销售商在情人节期间基本没有什么较大的促销活动，即使有也只是针对零售花店的通路促销，更多的鲜花销售商及花店采取的是自然销售，从业人员营销观念比较落后。

市内年轻人经常光顾的场所如迪吧、电影院等虽然每年也搞活动，但不外乎幸运抽奖、降价优惠等形式，内容千篇一律，没有新意，而且活动宣传乏力，不到位，效果不佳。

另外，在受访人群中，有57%的消费者认为每年都送玫瑰、巧克力缺乏新意，不能将情人节的浪漫、温馨长久留住，希望除赠送玫瑰、巧克力以外，能赠送其他更时尚更有保留价值的礼品。

显然，消费者的需求意味着巨大的商机。

目标市场

a类消费群：20—25岁的未婚青年，此类消费者都是情人节玫瑰消费的主力人群。他们富有ji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。

b类消费群：50岁以上的消费群，此类人群虽然对新事物的接受程度不如年轻人，但由于每年情人节气氛的影响，在整个鲜花消费群体中已占有5%的比例，说明其时尚心态渐起，是一支易被“教化”的群体，如果其儿女能够推波助澜，媒体广告刺激到位，则此类消费群可能成为一只“绩优股”，升值潜力很大，而且也是一个值得关注的社会现象。

c类消费群：25—35岁的消费群，此类群体有的是处于事业的起步期、上升期，而有的却已事业有成，由于性格、年龄、偏好、收入、环境、习惯、价值观等原因，使得此类群体显得最为复杂，最不利于细分，也不利于有针对性的进行市场推广，但她将是影响b类消费群的一支“伏兵”，也不能放弃，但不作为重点。

目标市场定位策略

“抓两头带中间”。即通过对a类消费群和b类消费的重点诉求，带动c类消费群的积极参与。a类消费群的消费意识最强，需求最大，是主要目标市场，也是广告的主要对象。b类消费群虽然需求较小，但如果购买欲望被激发出来，也是一个不小的市场，而且其社会影响对公司的品牌建设将十分有利。

推广策略

我们发现，现在正流行一种代表着中华民族深刻文化内涵且历史久远的手织品：中国结。其深深的红色、多样的变化代表着富贵、吉祥、喜气，而且适合长久保存，并广泛的在年轻人中流行，应是我们寻找的理想载体。同时，由于“结”与“节”的谐音，也为中国结和情人节的结合找到了一个巧妙的切入点，显然，这个针对情人节的礼品就叫“情人结”。她不同于市场上销售的中国结，我们赋予了

她全新的内涵：“‘情人结’套住情人节，天天都是情人节”，寓示着爱情的执著、久远。而且“情人结”本身就是一个很好的卖点。

于是，我们迅速联系了一家手编厂，开发出了系列的“情人结”礼品，包括“缘字结”、“福字结”、“同心结”、“牵手结”等，并且每种“情人结”都配备了时尚、高档材质的包装盒，一改以往中国结的低档、简单的形象。但由于其技术性不强，易被模仿，因此在活动之前，我们采取了严密的保护措施，防止概念、产品的外流。

在玫瑰销售数目组合上，我们推出了多种数目组合，并为每种数目组合都赋予了一定的内涵。例如：

1支玫瑰：一心一意篇；

3支玫瑰：我爱你篇；

9支玫瑰：天长地久篇；

11支玫瑰：一生一世篇；

21支玫瑰：爱你篇；

27支玫瑰：爱妻篇；

.....

虽然以上寓意早已有之，但却很少有企业在这上面下工夫、作宣传，而在浪漫的日子里推出如此浪漫的数字组合，情侣间定会被浓浓的爱意所感染，经久难忘。而且每种组合我们都设计了新颖、时尚的贺卡，贺卡上注名了该组合的寓意。此次活动的推出，让许多人都对玫瑰所代表的深刻寓意加深了印象，极大的调动了消费者购买的积极性。甚至有部分消

费者在2月14日打电话咨询每种数目的寓意。效果可想而知。

网吧过年活动方案策划篇三

凡是在元旦假日期间充值50元以上的顾客，除了获得原有的充值赠送以外，还将另外获得一张百分百中奖的抽奖券。

（奖品包含：英雄联盟皮肤199元□zippo火机99元，网费、饮料等）

活动目的：平常也有充值赠送，充20送10块，充50送30，充100送100。但平常充20块的人多，这次我想让他们都提高到充50块。刺激多点玩家充钱，刺激玩家多充点钱。

抽奖活动，将在1月4日、5日晚上21点~22点举行。凡是持有抽奖券的玩家都可以参与抽奖，100%能中奖。

活动目的：很多人充了钱，就会有一段时间不再充钱，我希望他们尽快过来消耗掉，抽奖那两天是星期三、星期四，而且抽奖那个时间段生意不好，我希望多点人在那个时间过来消费。

抽奖方式，掷骰子。

六个骰子相同价值199元英雄联盟皮肤

六个骰子相连价值99元英雄联盟zippo

五个骰子相同x元网费充值金

四个骰子相同x元网费充值金

三个骰子相同x元网费充值金

两个骰子相同x元网费充值金

点数大于13点x元水吧饮品

还可以考虑适当调低赠送金额

很多玩家会觉得在线抽奖的方式中奖率低，不真实。这个方式现场抽奖，并且由玩家自己开奖，绝对真实，氛围相当好。

随便掷都能中奖，可要是掷到大奖怎么办？自己掷下就知道中大奖的概率了。但如果真有中了大奖的，就邀请他留下来合影，做成照片挂到墙上宣传，发到微信里面做宣传，整个抽奖的过程也要拍照做宣传。

兑奖时间，玩家中奖后，将领到一张兑奖券，可以在1月10~12日的12点~21点到网吧兑奖。

活动目的：兑奖那几天是星期二到星期四，生意不好，增加玩家过来的频次。当然也可以在这个时间进行第二轮的抽奖或是其他活动，继续强化活动效果。

凡元月份在网吧消费的玩家，下机的时候可以用便签纸写下自己的2017新年愿望，贴到许愿墙上。许愿墙上每增加一条愿望便签，网吧将拿出1元钱捐赠给本地最有名的寺庙或公益组织，在大年初一那天为玩家祈福。同时，愿望便签条还将作为正月十五元宵节活动的抽奖道具，贴的愿望便签越多，被抽中的几率越大。（便签条上需写上昵称和身份证后6位，用作抽奖识别，每周最多3张。）

活动目的：搞气氛。带动玩家的消费频率，让顾客帮助宣传，提升网吧的品牌形象。

凡是元旦期间充值100元的玩家，可以参加由网吧组织的1月14号晚上的“俊男靓女自助烤肉趴”派对。网吧会自行邀请几个美女大学生参加活动派对，调动气氛，正好学生们都放假了。原有的充100送100将调整为充100送70，如果愿意参

加的人多，每个月都可以搞一次。

活动目的：增加与玩家的互动，搞活网吧的氛围，同时让玩家慢慢习惯充100送70，调低原有的充值赠送比例。

活动，其实可以有很多玩法，重要的是明确做活动的目的是什么？

网吧过年活动方案策划篇四

营销主题：

元宵送“金宝”。

营销时间：

20__年__月__日。

营销思路：

元宵节，农行辽阳新世纪支行准备抽调精干力量走入商业社区，展开零售业务“扫街”营销活动。在“扫街”式营销活动中，我支行将采取“一点一策”的营销办法，针对不同网点周边经济环境确定营销重点，主要针对以下四个商业区制定营销重点。

四是针对周边大型餐饮业较多的营业网点，重点向用工人员较多的餐饮企业营销代发工资业务，在实现中间业务收入的同时，增加银行卡发卡量，扩大市场占有率。

为了取得很好的营销效果，我支行申请县行提供以下两种帮助：

1、元宵200袋。

2、营销车一辆。

网吧过年活动方案策划篇五

二十一世纪是知识经济的年代。随着现代科学技术的迅猛发展，全球信息化浪潮势不可挡，网络已经迅速延伸至老百姓生活、工作、娱乐等各个方面。如今中国的上网人数以每年一倍多的速度不断飞速增长，大量的网吧也如雨后春笋一般出现在城市的各个角落里，作为网络时代的新兴服务业，网吧在为普通百姓提供获取网络信息便利的同时，也为自身获取了经济效益。

网吧是当今青年的消费新宠随着电脑和互联网的普及，网吧已经不再是一个倍受社会舆论压力的新生事物，而成为了当今社会上公认的娱乐场所和商家的赢利手段。帮助网吧完成这一转变的原因很简单，走进网吧不难发现，虽然我们可以看到部分有钱或有闲暇时间的成年人，但网吧的主要消费群体仍然是青年一族。青年一族的特点是，收入少，消费大，对新鲜事物的接受能力强，对新生事物的认可度高，并且极度渴望证明自己，网吧恰恰能够满足这些青年一族的要求。

首先，网吧是一个传播知识与信息的好地方，人们可以通过网络了解新闻天下大事，查找各方面资料，和别人沟通与交流，还可以看电影，听音乐等娱乐活动。现在，更有一些专业商业领域也在网络上发展起来，比如网上炒股、远程教育、网上银行等。

其次，网吧作为游戏产业的附属品，超过半数的网民是通过在线游戏和网络游戏从而接触网络的。所以早在去年年中我国政府就已经有相关文件出台，网吧的合法经营范围是，网吧的游戏不含有暴力、色情内容，并且以网络游戏和在线游戏为主。网吧在除节假日内不得允许14岁以下的未成年人入内，节假日14岁以下的未成年人可以在监护人的陪同下到网吧消费。这一政策出台所直接产生的影响就是，网吧已经成

为了取代歌厅、舞厅等消费场所的青年人新宠。

互联网的快速推广带动了相关产业的蓬勃发展，网吧一开始作为人们获取网络资源的

重要窗口，其的出现就显得自然而然了。这在经济发展水平相对较低的我国尤为重要，据cnnic2005年1月19日发布“第十五次中国互联网络发展状况统计报告”。报告显示，我国上网用户总数为9400万，比去年同期增长8.0%，上网计算机达到4160万台。这就意味着其中有一半以上的人还没有上网的电脑，而且这个数字还在不断的迅速增加，网吧正是这一需求的产物。

网吧行业的市场日趋成熟，竞争越发激烈，正在走向规模化，特色划，对从业人员的技術要求和综合素质要求增高。这样，优胜劣汰的时常规律才体现出来，在这样的环境下，只要有足够的水平与技能，你就能够在竞争中取得胜利。只要明确自己的定位，努力提高自身技能水平与综合素质，突出个性化的服务，网吧就一定会有一个健康和美好的发展前景。

网吧过年活动方案策划篇六

“_____”全名是_____科技有限公司，是一家民营企业，在____年成立，本公司主要生产和销售各类电子产品。我们在针对不同人群做了相关的调查，主要调查人群为大学生，对实际情况有一定的了解。通过这三四个月对市场的调查和研究，了解了电子产品市场，并于6月12日完成了本公司的营销方案。

该方案可以帮助公司了解现在的电子产品市场，也可以指导我们开发该市场的实际营销工作。

二、市场现状分析

(一)用户分析

1、目标市场

通过市场调查问卷，随机抽查结果显示，我们的产品消费人群大多是追求时尚、处在时尚前沿的人群，主要以学生为主的时尚青年。另外一些中老年人和青少年也会成为我们的客户。

学生为主的青年购买我们的产品，主要是手机和电脑，是为追逐时尚和功用，消费水平能力不是很高，一般在1000~4000元左右。中老年人也主要是手机和电脑，比较注重实用和质量，虽有购买能力，可是却不会轻易购买，但可从亲情上，以礼品的方式打入市场。青少年主要是学习机、手机、电脑mp3mp4mp5等，几乎没购买能力，由家长代消费。

2、消费偏好

在市场调查中发现：消费者普遍容易接受中低档产品；喜欢进口的品牌产品和质量好的国产产品；消费者希望产品个性化，希望有专门量身定做的电子产品；我们会针对不同消费者的喜好生产不同产品。

3、购买模式

在市场调查中发现：大众使用电子产品的价位在1000—5000元；通常在专卖店或大卖场购买；最注重的是电子产品的功能、品牌和款式，提供客户所需要的产品这就是我们企业的优势。

4、信息渠道

在市场调查中发现：消费者了解一款新上市的电子产品主要是电视、网络、宣传单和同学朋友之间的相互交流，宣传单的效果较差，消费者普遍喜欢同学朋友之间相互交流。电视与网络能够加大我们电子产品在消费者之间的知名度。消费者接触最多的媒体是电视台以及报纸杂志等，他们最信任的

媒体是中央电视台。

(二) 竞争情况分析

目前在市场国外的品牌有：戴尔、惠普、诺基亚、摩托罗拉、htc、三星、索爱、西门子、飞利浦、松下等；国内的品牌有：小米、夏新、天宇、联想、波导、明基、tcl、cect、中兴、华为、康佳等。

其他品牌相比要受欢迎一点。实际上这些受欢迎的国内品牌远比不上国外那些品牌。市场上的主流品牌基本上是国外的品牌，分别是htc、诺基亚、摩托罗拉、三星、索爱。而且，这些品牌的电子产品在大多数连锁店都有。

三、市场机会与问题分析

swot分析：

优势：特色服务。我们的电子产品功能齐全且价格底，质量高，这很符合消费群体的要求。并且在我们这里购买的电子产品还有附加产品保修期，并且还有一些特别的电子产品保养，如：电子产品贴膜，电子产品美容。

缺点：知名度底，担心售后问题的处理。

机会：电子产品市场日益饱和，但客户的需求呈现多样，消费者以电子产品购买的体验，功能方面的需求为主。电子产品的多样用途改变了人们的生活方式，给人们的生活沟通带来了极大的方便。中国人口基数大，人们的收入水平再不断提高，另一方面，技术的成熟，使得电子产品的价格不再是天价。人们有时往往喜欢怀旧，复古的款式可以成为时尚的潮流。但是，各大连锁企业根据市场竞争情况分析，都是转向电子产品的服务，这是最基本的，但是在电子产品增值方面的服务尚未涉足。竞争企业把电子产品品牌(包括国外知名

品牌、国内电子产品品牌)低价、功能多等集中于一身。却没有了解客户真正所需要的, 这为那些享有增值业务的企业带来竞争的机会。

威胁 : 就目前市场情况而言, 大品牌的电子产品企业(如联想)占有相当大的市场, 所以我们面对的压力还是相当大的。根据市场潜力, 市场消费水平分析, 我们的消费群体毕竟是有限的, 所以我们必须以一定的独特的服务方式来打动更多的潜在客户。

四、营销目标

根据市场调查的结果, 我们公司在打入市场前期, 应达到的销售额多由主要消费群体决定的。抢占市场份额, 提高企业的知名度。

在前期内根据市场上电子产品数量和我们入市以后所要进行的促销和宣传, 我们的市场占有率要提升5%左右。随着品牌的推广和大众的认可, 我相信市场占有率将会达到一个新的高度。

五、营销战略

(一)销售渠道

1、根据对一些城市市场的调查, 研究了解后, 发现电子产品专营店和家电连锁(如国美、苏宁等)这两种销售模式在消费者中占大多数, 所以我们可以以上述两种渠道为主要模式。

2、渠道开发

(1)在电子产品专营店设立我们的展柜, 有专人销售, 穿我们提供的统一制服, 负责专业培训, 实行提成制。

铺货：因为像此类卖场多集中在市中心地带，所以可以以相同数量进行铺货，我们的店面可根据情况增减铺货。

(2) 与连锁企业的建立合作的铺货方式：和电子产品大卖场联系并立自己的专人专柜，由我们的销售代表销售，促销人员的拿取提成。

铺货：在所有卖场实现铺货。

(二) 促销策略

在导入期，可以根据消费者喜好，用以下方法来宣传：

- 1、路牌广告，传单的发送
- 2、在电视广告
- 3、报纸
- 4、网络
- 5、大小型的活动宣传和销售，可以发放赠品

(三) 产品策略(售后服务)

产品品牌要形成一定的知名度、美誉度，树立消费者心目中的知名品牌，必须建立优质的售后服务。同时提供高质量、高科技的产品。

(四) 价格策略

实行折扣优惠，赠送赠品，多买多赠等优惠活动，返利顾客，让顾客感觉得到实惠。

六、方案调整

- 1、根据实际情况的改变进行相关的促销方式的改变。
- 2、根据市场动态与实际碰到的因素随机应变。
- 3、根据市场反映的信息做出相应的改变。

网吧过年活动方案策划篇七

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

网吧过年活动方案策划篇八

“关爱民工兄弟，共建美好家园”

——孔雀社区绿色网吧关爱农民工实施方案

一. 活动背景

随着我县城市建设的快速发展，农民工群体进城规模不断扩大，速度不断提高。但是绝大多数的农民工在为了养家糊口而整天忙于工作的时候并不能够很好的关心他们的子女和家人，为了深入贯彻落实科技发展观，突出以人为本，以情感关怀，文化服务，素质提升等为重点，积极为农民工送温暖、献爱心，推动关爱农民服务行动持续健康发展，促进社会和谐稳定。我们社区决定利用绿色网吧，开展农民工与家人交流的一个平台。

二. 活动目的在元旦来临之际，让农民工体会到社会的关爱，培养他们回报社会的精神。鼓励他们融入到城市生活中，弥补他们因为缺乏关心而产生的自卑感。充分利用社区绿色网吧电脑资源，营造社区健康文明的上网环境，引导社区广大青少年健康有效地利用互联网，倡导积极向上的网络文化。

三. 主办单位

孔雀社区党支部居委会

四. 活动时间及地点

五. 活动内容：

1、利用绿色网吧电脑，让不能回家的农名工兄弟和家人进行情感交流。

2、提供咨询服务

为农民工提供解答问题、讲明政策的平台；

3、提供计划生育和公共卫生服务

为农民工提供计划生育、计划免疫等公共服务；

4、提供宣教服务

5、提供居住登记、公共证件办理等服务

六. 活动预期效果

1. 帮助农民工，让他们体会到社会的关爱，体会到社会主义大家庭的温暖。
2. 让农民工切实感到温暖，弥补不能回家与家人团聚的遗憾。

七、困难预测及应急方案：

- 1、如果缺乏师资，向团委、学校等部门请求支持。
- 2、如果招募学员存在困难，联系我们将联系各居民小组长及社区热心人士，加强宣传力度，有针对性的发出要邀请。

孔雀社区居委会

二〇一〇年七月七日

网吧过年活动方案策划篇九

20__年__月彩电夏季已来临，为了能让顾客在购买电视时得到更多的优惠，同时提高创维彩电在__信用卡商城的销售份额，给双方产生更大的效益，制定__月份酒店直销的促销活动。

一、活动主题：品鉴酷开智能3d 创维直销刷卡5折起

二、活动时间：__月__日-__日

三、活动形式：在创维办事处指定的酒店进行落地活动，现场刷卡支付。

四、活动机型及价格：创维电视所有型号，价格最低5折

起(超低特价机除外)，具体机型价格见附表(待定)。

五、活动资源：

(一) 我司资源

- 1、我司给__信用卡持卡客户提供优惠的价格产品(最低5折起)。
- 2、我司给__信用卡持卡客户提供0运费的服务。
- 3、我司给__信用卡持卡客户提供优质的售后保障服务。
- 4、我司提供活动场地，销售样机，以及相关的客服人员和销售人员。
- 5、我司针对市区进行大约50万条短信的发送。
- 6、超低特价机 42寸下乡补贴价2999元、32寸活动价1999(各50台)，市场42寸售价为4399元，32寸市场售价为2999元。

(二) 银行资源

- 1、__银行筛选符合一定条件的持卡客户数量(30万)，进行短信发送。
- 2、__银行提供信用卡中心首页的显著广告位，进行广告宣传。

六、活动流程：

a信息发布执行要点

- 1、要按照合适的标准来筛选__信用卡持卡客户信息，确保信息发布时有针对性，短信内容由双方协商确定。

2、在信用卡商城首页设立活动专题，内容包括活动形式(折扣优惠+家电下乡)，时间、地点、咨询电话(座机)。

b活动报名执行要点

1、在活动报名阶段，我司制作标准的表格，安排相关人员记录来电顾客的姓

名，电话，所在区域，预购型号。并根据实际情况，放大活动的利益点(惊爆特价机，高折扣，家电下乡等三重优惠)

2、对于咨询家电下乡的顾客，按照标准的国家家电下乡的流程告知顾客，国

家家电下乡流程在附件中。

c活动现场执行要点

1、销售讲解由创维内蒙分公司直销+市场部主导操作，包括人员的培训，接待人员的培训，活动现场流程的安排，确保活动现场有条不紊的进行。

2、订单收款由__电器的相关财务人员来完成，并做好订单记录，以便在__银行进行核对。

3、订单收款完成后，由__电器统一安排送货。

d售后服务执行要点

1、送货前，与顾客约定送货时间，最好能在七个工作日内将货配送到位，如果有特殊情况，要与顾客沟通好，避免投诉。

2、退换货的问题，如果是产品本身的质量问题，可进行退换货的服务。