

# 2023年红酒活动策划(模板5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 红酒活动策划篇一

1、负责：董事部，企划部，营销部，财务部，餐饮部等部门

2、成员：各部门负责人

二、活动时间：\_\_月11日至\_\_月30日

三、元旦节策划方案——活动目的：

四、元旦节策划方案——活动主题：

庆元旦，迎新年，送大礼！

五、活动口号：我们都是一家人，乡亲相爱的一家人

六、元旦节活动方案——场景布置：

(一)、店外布置：

大门对联：万家团圆迎元旦，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；

外墙悬挂巨幅：宽：高=10\_13m□宣传活动内容；

在门上方悬挂大红灯笼8个。

## (二)、店内布置：

- 1、分别在一、二、三、四、五楼电梯两端悬挂宣传指示牌。
- 2、在一楼大厅设立一个大月饼(由采购部洽谈)；
- 4、在各楼层主通道、电梯口、月饼堆头上端悬挂相应的宫廷灯笼；宫廷灯笼88个。
- 5、在各楼层主通道悬挂元旦、国庆节吊旗(各一面)；吊旗100张。
- 6、楼梯护栏以金黄色绒布围边，同时加强对电梯口布置。
- 7、前厅中央吊一个大型(1.5米宽)的灯笼(用kt板制做)，在大灯笼下方吊方块字样“元旦节快乐”，在从再加上其它的装饰物。

## 七、元旦节活动方案——宣传策略

1、报纸、酒店内刊宣传；

2、电视媒体宣传：

a□宣传内容：特色月饼上市、团购、大宗购月饼以及相关活动内容；

b□时间：\_\_月20日26日；

c□费用收取：

d□宣传形式：动画图片加文字。

3、店外巨幅、展板宣传；

4、店内播音宣传；

5、周边小区、超市以小条幅宣传，内容：“会宾楼宾馆祝全市人民元旦节快乐；元旦大宗购物热线：

八、活动策略：

活动一、各楼层满指定金额留住快乐瞬间

活动时间：\_\_月11日---\_\_月30日

活动内容：一次性在一楼消费满660元、二楼满1000以上可凭菜单在酒店入口处\_\_新娘婚纱摄影咨询处参与抽奖活动。

奖项设置：

一等奖：奖价值288元摄影套餐

二等奖：奖价值198元摄影套餐

三等奖：奖价值98元摄影套餐

详情请到\_\_新娘婚纱摄影咨询处咨询。

此项活动奖品由\_\_新娘婚纱摄影赞助

## 红酒活动策划篇二

一、国庆节餐厅的气氛 在餐厅消费，很大程度上人们消费的是餐厅的整体服务，而不仅仅是食品，因此，国庆节促销，在整个餐厅的气氛上要做好相应的布置。

1、餐台 在餐桌上摆一瓶色泽鲜艳的插花或盆花，如月季、杜鹃、米兰等。其艳丽的色彩，清馥的香味，可使人的大脑处于悠然之境，并能增加消费者的食欲。

2、音响 餐厅中特定的音响效果能够产生独特的气氛，在餐厅中布置山水小景，山石滴泉叮咚声响使人如同漫步泉边溪畔。餐厅播放一些行云流水的背景轻音乐，如克莱德曼的钢琴曲等，都能使餐饮消费者的就餐心情变得格外舒畅。

3、灯光 餐厅灯光的强弱与光色的照射，对餐饮消费者的就餐情绪有着重要的影响。合理的餐厅光色，既可以激发消费欲望，又可以使消费者乐于在视觉舒适的餐厅环境中就餐。

4、色调 不同的色彩能引起餐饮消费者的不同联想意境，产生不同的心理感受。餐厅的色彩如果调配得当，醒目宜人，对餐饮消费者和餐厅服务员的情绪调节、预防冲突都将具有重要意义。

5、布局 餐厅的整体氛围是消费者产生愉悦的就餐心理的又一重要因素。如果其布局能根据餐厅主题和餐饮市场定位的消费者心理进行设计，必将受到顾客的青睐。

## 二、国庆节餐厅的服务

促销活动中人的因素是很重要的，它体现了一个餐厅的态度，人们消费更喜欢服务周到人性化的地方。所以在促销之前，要做好人员的基本服务培训，促销特色培训，态度意识的培训等等，这样可以使促销活动更好的发挥它的效果。而国庆节餐厅促销，工作人员还要做好国庆节所涉及到的的一些必备知识，尤其是与本餐厅促销相关的服务内容，以活跃促销气氛。

三、国庆节餐厅的食品促销 餐厅里食品的促销方法有很多，下面为大家列举常见的一些食品促销内容：

1、菜式 国庆节餐厅促销，很多商家会推出相应的国庆套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择。

2、制作 让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望。

3、观赏 在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌。

4、价格 通过价格来吸引消费者，这也是商家常用的方法，太要拿捏到位，不要降低价格的同时也降低了餐厅的品牌。

5、赠品 提供一些节日相关的赠品可以拉动一定的消费者。比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品。赠品要与自己餐厅的品牌风格相应。

猜你感兴趣

## 红酒活动策划篇三

一活动主题：“庆七天乐，优惠、美味等你来”

二活动时间：10月01日~10月07日

三，活动目的(提升客单价，促进销售目标达成)

五， 介绍活动，活动日期及商品活动。

六，气氛布置。店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。 七，活动执行与分工：企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。采购部：负责商品的组织，到位。财务部：负责资金到位。店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

食品促销内容：

1。菜式，餐厅促销，很多商家会推出相应的套餐，推出相应

的菜式，以供消费者选择

2. 制作：让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望

3. 观赏：在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌

4. 价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌

5. 赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

## 餐饮淡季促销方法

### 热情服务促销

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼“欢迎光临”，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向客人作及时介绍，或当客人询问时能够作出满意的答复。如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

### 服务技巧促销

服务员在接受客人点菜时应主动向客人提供多种建议，促使客人消费数量增多或消费价值更高的菜点、饮料，一般可采用以下办法：

**形象解剖法：**服务员在客人点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以具体化，使客人产生好感。从而引起食欲，达到促销的目的。

**解释技术法：**通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

**加码技术法：**对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特点，给客人以适当的优惠。

**加法技术法：**把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从而产生购买的欲望。

**除法技术法：**于一些价格较高的菜点。有些客人会产生疑虑，服务员应耐心解释，这样会使客人觉得不贵，从而产生购买欲望。

**提供两种可能法：**针对有些客人求名贵或价廉的心理. 为他们提供两种不同价格的菜点，供客人挑选，由此满足不同的需求。

**利用第三者意见法：**即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其高质量、价格合理，值得购买。

**代客下决心法：**当客人想点菜，但或多或少还有点犹豫，下不了决心，服务员可说：先生，这道菜我会关照师傅做得更好一点，保您满意，等等。

**利用客人之间矛盾法：**餐的二位客人，其中一位想点这道菜，另一位却不想点，服务员就应利用想点的那位客人的意见，

赞同他的观点，使另一位客人改变观点. 达到使客人购买的目的。

在客人就餐时，服务员要注意观察客人有什么需要，要主动上前服务。比如有的客人用完一杯葡萄酒后想再来一杯. 而环顾四周却没有服务员主动上前，客人因怕麻烦可能不再要了。所以。在宴会、团体用餐、会议用餐的服务过程中，服务员要随时注意，看到客人杯子一空即马上斟酒，往往在用餐过程中会有多次饮酒高潮，从而大大增加酒水的销售量。

## 红酒活动策划篇四

20xx年9月27日是我国一年一度的中秋节，中秋节是我国的传统节日，是一家人团圆美好的节日，为迎接着隆重的节日，各界举行相关的活动，本文是关于中秋节红酒促销活动策划方案，仅供大家参考阅读。

### 1、 活动目的

通过“红酒-神秘之旅”迎中秋大型抽奖酬宾活动，来拉动处于淡季的红酒销量，提高品牌知名度。

### 2、 活动时间：

9月初至9月27号

### 3、 活动地点：

各大商超卖场以及娱乐夜场

### 4、 活动内容：

买任意一款红酒产品，即可参加“红酒-神秘之旅”迎中秋大



型抽奖酬宾活动，一等奖为免费获得全免“红酒-神秘之旅”（双人游）优惠卡一张；二等奖为享受三折“红酒-神秘之旅”（双人游）优惠卡一张；三等奖为享受五折“红酒-神秘之旅”（双人游）优惠卡；四等奖为享受七折“红酒-神秘之旅”（双人游）优惠卡；五等奖为享受九折“红酒-神秘之旅”（多人游）优惠卡。采取分批抽奖的方式，五天抽取一次。

## 5、 活动构思：

中秋节期间，七天长假正是旅游消费的黄金时节。对于处于淡季中的红酒销售来说，这可能是一个销售的高潮。为此，我们把市场推广活动同黄金周旅游结合在一起，推出“红酒-神秘之旅”迎中秋大型抽奖酬宾活动，来刺激消费者购买红酒。此方法还可以用于四月份对k/a终端服务员的销售促进奖励。

## 6、 活动策略：

实际上“红酒-神秘之旅”活动，由我们自己来组团，利用公司总部在云南的优势，这样一来，成本费用便大大降低，可以让更多的人参加进来，扩大活动轰动效果。旅游路线为长沙———红酒酒庄.弥勒县(参观红酒种植园及生产线)———昆明——长沙，共计三天两晚。通过与某旅行社挂靠(名义上是该旅行社和我们联合促销，)开辟这条旅游线路，然后从某大学招聘两名旅游专业的学生做我们的兼职导游即可。

## 7、 宣传策略

云南引人入胜的风土人情对旅游者来说有着相当大的吸引力，我们的前期宣传工作中，故意不告之具体的出行线路。调足消费者的胃口(神秘之旅之神秘所在)。宣传中特别强调此次活动中奖面大，甚至优惠卡不限本人使用，凡中奖者可以免费获得九折优惠的增补名额，极大的刺激消费者的博彩心理。

媒体投放□tv□fm□报纸、卖场pop等

## 8、 实施要点

有效控制中奖面，确定旅游团的大约人数。

获得总公司/弥勒县旅游局的支持，（新兴的农业生态旅游和红酒文化旅游有可能成为弥勒县新的经济增长点）

预定招待所/酒店及火车票。

一路上举行相应的小型活动，让团员们心情愉悦。如果他们旅游愉快满意，那么他们将是红酒重要的口碑传播者。（因为他们是红酒酒庄的亲历者）

## 红酒活动策划篇五

- 1、加强品牌活力、年轻、时尚的形象。
- 2、加强对产品校园的宣传和推广。
- 3、提高××饮料在校园内的销量，并开发新顾客。

活动预热期□20xx年12月20号—29号（共计10天）

正式活动期□20xx年12月30日—20xx年1月1日（共计3天）

地点：各个高校校园内

### （1）所有在校学生

他们都是具备活力与进取心的好青年，有健康意识，追求成就感和自我认同，他们注重生活质量，懂得追求时尚，但不盲目跟随潮流。

## （2）在校的教职工及家属

他们的经济水平较高，会享受生活。

“吃、喝、玩”，乐在元旦！

### （一）元旦传递卡

活动预热期间，宏达公司在校园内发放1000张元旦祝福卡片，将此祝福卡片签上名字，送上您的祝福，传给他人。卡片上有3个祝福语签名，并在12月30日前送到校园内各个超市，凡是卡片上有签名的顾客，活动期间将免费获得一瓶饮料。

执行时间：12月30号活动当天，逾期不给予。

### （二）产品试喝

确定部分产品以供试喝。使消费者对产品加强认知和产生好感，形成购买欲望。并可通过试喝了解消费者对产品的喜好。在试喝过程中可以调查消费者最喜爱的产品并做记录。

执行时间：活动全过程

### （三）抽奖

参与条件：只要购买××饮料，无论什么口味，无论多少瓶，均可参与抽奖。

抽奖规则：

1、每人只能抽一次。

2、以转盘为抽奖工具，转盘以宏达公司××饮料经典广告为背景。将转盘分为6个部分，分别写着：红茶、绿茶、蜜茶、购物券、健康、甘醇。

3、中奖者在领取奖品时要进行登记，写上姓名、电话、中奖物品。

4、购物券可以到校园超市内换购。

奖品设置：1、转到“红茶”，可以获得250ml红茶一瓶。

2、转到“绿茶”，可以获得250ml绿茶一瓶。

3、转到“蜜茶”，可以获得250ml蜜茶一瓶。

4、转到“购物券”，可以获得价值50元的购物券。

5、转到“健康”与“甘醇”，可以获得圆珠笔一支。

执行时间：活动全过程

#### （四）凭收集的瓶盖换取奖品

只要收集6个瓶盖，均可再来一瓶，且获得一次抽奖机会，进行一次抽奖，同时要记录。

执行时间：活动全过程

#### （五）走动促销

模仿游击战术，安排促销人员到不同的指定地点进行走动促销，增加除摊点以外的销售额及产品的影响力。学生上下课有喝饮料的需求，在运动场运动的学生也需要喝饮料，所以要定时安排促销人员到学生宿舍楼下，篮球场及足球场等地进行饮料促销。

执行时间：12月30日——12月31日学生上下课期间，并隔半小时到运动场促销一次。

## （六）公益捐款活动

活动与公益相结合，刺激消费者消费行为，并通过公益捐款提高公司品牌形象和产品的美誉度。促销活动每销售一瓶饮料将拿出一角钱捐赠给学院基金会以帮助贫困生。

执行时间：活动全程

### （一）人员安排

请10个工作人员在售点（3天的安排一样）

- 1、1人负责元旦传递卡。
- 2、2人负责抽奖及换瓶盖环节。
- 3、2人负责兑换奖品以及记录信息。
- 4、1人负责免费品尝。
- 5、2人负责走动销售。
- 6、2人负责公益活动

### （二）现场安排

- 1、在售点放三张桌子，以及一些宣传画册。
- 2、在售点写上主题横幅一条以及介绍产品的x架。
- 3、免费品尝的桌子一张。

1、20—29日：在学校内的几幢宿舍分别找一个负责人，让他们到各个宿舍发传单，每幢大概500份。

- 2、日一3日：1、工作人员统一穿着“××饮料”的工作服。
- 3、在售点发传单。
- 4、在售点挂横幅及其他宣传物。
- 5、要求工作人员喊整齐统一的宣传口号。

1、各高校场地租赁费，平均按每个高校500元计算，共有8个高校参与活动，共计4000元。

2、促销人员按每个高校10名计，共80名，按每人每天80计算，促销活动三天，共计6400元。

3、促销礼品及奖品共计10000份，按平均每份4元，共计40000元。

4、元旦传递卡片，共计1000张，每张1元，共计1000元。

5、传单费用1000元

总计：56000元

我们有理由相信，通过此次的促销活动，××饮料在学生中的地位会有一个更大的提升。此次的校园销售活动定能取得佳绩。

相信通过我们细致的安排，此次活动一定可以在校园内掀起“××饮料”的热潮。对树立“××”品牌也会有很大很好的影响。