

红酒网络营销方案(汇总9篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

红酒网络营销方案篇一

微信的抽奖活动要成为其主打亮点，人都是好奇的心理，如果能在微信上面进行一系列的体验式抽奖，那么客户自然会非常乐意接受。目前我们的营销活动有三个：大转盘、刮刮卡、砸金蛋这三个活动的本质都是一样的，只是表现形式不一样而已。

每个活动均可在后台设置每一个奖项的中奖概率，比如把一等奖中奖概率设置为0%，每一个活动的触发机制都可以是任何一个关键字。比如要触发大转盘活动，可以给大转盘活动绑定关键词“港湾送礼”等，这些都可以在开启活动的时候来设置关键词的。建议三个活动换着进行，活动的频率在前期可能要高点，以后频率慢慢低点，前期主要是吸引消费者，积累人气。

第一期活动暂定为大转盘抽奖活动，大转盘在实际使用过程中是最受消费者青睐的。可以连续搞两期以上。

第一次活动的大奖可以定为ipad或者是类似的产品，要足够吸引眼球。二等奖奖项也可以设置得偏高，中奖概论也可以设置为0%四五等奖可以适当的偏少，五等奖可设置中奖概率为100%具体的设置要根据港湾的具体情况来实行。

红酒网络营销方案篇二

9月25日——10月25日，特别推出，中秋特色宠物饲料，宠物月饼。让您的爱宠也享受这分甜蜜的中秋好礼。

品名：中秋宠物月饼。（绿茶，牛肉，椰茸，巧克力）可以根据您的宠物的特别喜好自由挑选哦。

宠爱指数：+5

生命指数：+2

生长速度：极速哦

单价□i币0.5个

单次购买60份的用户可以免费享受15天的白金会员资格

明月几时有？把酒问青天。

但愿人长久，千里共婵娟。

中秋时节，我们特别推出套房限时纪念版家私。让您和您的同居密友在这个团圆的日子里，营造属于你们自己的浪漫氛围。

9月25日-10月25日特别推出限量版甜蜜套房家私

家具类：中秋赏月温暖双人沙发，团圆夜甜蜜两人床，罗曼蒂克双人吊床，最浪漫的事赏月藤椅（限5000套）

背景类：皎洁明月落地窗，月亮代表我的心双人小阳台（限5000套）

生活用品类：月饼礼盒，双人爱心靠垫，欧罗巴风情壁炉
(限10000套)

主题背景类：那一天的月光今年中秋嫦娥奔月……(限10000套)

音乐馆背景音乐：你看你看月亮的脸，都是月亮惹的祸，但愿人长久，明月千里寄相思，城里的月光，当时的月亮
(限20000套)

红酒网络营销方案篇三

时至今日，端午节仍是我中华一个十分盛行的隆重传统节日。端午节现为国家法定节假日，假期为x天。国家非常重视非物质文化遗产的保护，该民俗经国务院批准列入第一批非物质文化遗产名录。

端午节为我们提供了一个绝好的教育机会，为引导学生过好端午这一传统节日，弘扬中华民族传统文化，我校开展了形式多样的文化教育活动，简要概括为以下几个方面：

大队部要求各中队在开展“心连心，话端午，扬民族传统文化”活动之前，先向学生布置任务：让学生通过查阅图书、互联网以及向长辈和他人请教等多种途径，搜集有关端午节的由来，了解这一传统节日的相关知识。学校还利用周一朝会、校园广播、宣传栏、黑板报等多种方式进行了广泛宣传。

利用学校例会、国旗下的演讲、主题班(队)会，举行不同形式的诵读活动。通过开展诵读活动，陶冶了学生的情操，弘扬了中华民族优秀传统文化，培养了学生的爱国主义情怀，真正把诵读活动变成了一次学生潜移默化接受爱国主义教育的过程。

通过这些活动，我们让学生懂得了：我们在端午节纪念屈原，

并不是因为他投江自杀，而是因为在他身上体现出的那种精神：面对着国家、民族的灾难，而起身抗争，始终保持一种民族的气节，一种清白。而且透过屈原，让他们看到，中国还有千千万万的屈原。这就是一种对国家、对民族的热爱、维护。所以，孩子们通过参与这次活动，真正懂得了我们中华民族几千年来为什么要纪念屈原，为什么要把一个端午节人为地和屈原联系起来。

(二)、年级各中队开展了“传统节日故事大家讲”活动

各中队利用班会、阅读课等时间，在班上举办故事会。有的中队班主任大胆启用了班干部，充分发挥他们班干部的职能，锻炼了他们团结协作，共同组织策划的能力。学生们也没有让我们失望，他们精心组织策划、准备着，把“屈原故事知多少”知识竞赛开展得有模有样，还把同学们精心制作、准备的小巧手工作品颁发给知识竞赛中的佼佼者，我觉得学生们真能干！

红酒网络营销方案篇四

2、提升网店浏览量，吸纳新客源；

3、打造网店的信誉度，提升顾客忠诚度；

二、活动时间

20xx年9月9日（中秋节前一个星期）——20xx年10月21日（中秋节假期结束）

三、活动主题

情浓一生，真心表爱意

情系中秋，礼表爱意

四、活动对象

针对20——30岁的女性顾客。

五、活动内容

“情系中秋，礼表爱意”特惠活动1、活动期间，凡是情侣顾客，获赠爱情誓言卡一张，参加“最佳情话评选活动，有机会获得精美奖品。

2、满100送10元钱的优惠券，可以用这10元券在小店进行消费。

3、购物满150元钱免费送货，赠送免费的精美礼品盒。

4、一次购物满100加2元送项链，购物满200加5元送丝巾。

5、购满300元可以赠送假日购物券，节假日购物积分双倍。

6、只要是本店会员，都可以通过在本店购物积分，然后找积分换为我所卖的产品。

六、活动宣传

1、宣传重点时间：活动前2天；中秋后1天；

2、宣传手段：目标对象确定了，再选择合适的传播方法，比如网上的旺旺消息，签名档，宝贝题目，公告□qq□博客，微博，贴吧，帮派，论坛发帖等等。都可以起到传播信息的作用。顾客确定了，才能选择合适的促销方法。

七、促销前

工作

1、货源问题：确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品采取不同的促销方式，再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障，如果经常发生缺货现象，不仅影响销售，也会影响买主对咱们的好评，如果遇到不好说话的买主，给你一个差评，那可真是够呛，即使能取消，也得白白耗费掉不少的时间与精力。那可就不值得啦。

2、顾客人群的确定：要促销，当然要把促销网店活动策划的对象搞清楚，促销对象是你的目标消费群，这些人才是你的财富来源，而不是你自己，所以促销一定要针对你的目标人群开展促销信息的传播，你的目标消费群知道了，促销才会有成效，如果对着自己促销，促销方法制定得再适当也只是对牛弹琴。

红酒网络营销方案篇五

“厦门的亲，好康诶代志：幸运大转盘来了！”10月29日中午，随着这条富有俏皮闽南乡土味的微信的公众号信息的推送，厦门供电公司微信“幸运大转盘”线上推广活动正式上线。“好康诶代志”，是一句闽南语，意思是“幸运的好事情”。在这次活动中，厦门地区客户只要关注福建电力微信的公众号并绑定户号，即可参与“幸运大转盘”微信抽奖，100%中奖，最高可中iphone6s。活动上线当天，微信绑定户数就高达1706户。

据悉，“幸运大转盘”是厦门供电公司针对微信的公众号的线上推广活动之一，旨在通过线上平台宣传和推广福建电力微信的公众号，吸引更多客户体验电力微服务。厦门公司营销部于9月份营销部结合年度电子渠道指标，从微信客户群体特性和奖品发放便捷性等因素考虑，制定了活动方案，并同省客服中心、亿力科技公司多方沟通，经过接口搭建、界面

开发、规则制定、内部测试等多环节，在10月29日正式推出该活动。

在此次推出微信线上推广活动之前，厦门供电公司主要以营业厅、片区经理等传统渠道进行推广。线上活动推出后，电子渠道的推广形式更加全面，吸引了以年轻人为主的众多客户参与体验“微服务”，取得了显著成效。下一步厦门公司将根据推广情况继续推出其它活动，从线上、线下合力推进电子渠道推广工作。

红酒网络营销方案篇六

活动安排：由同学们设计，将老师最突出的特点用画笔巧妙呈现。

活动要求：以海报形式，颜色鲜艳，生动活泼，纸质不限。

截稿时间：即日起至x月x日(周x)交至xx班xx或xx班xx处。

展示时间□x月x日(周x)

地点：食堂周边公告栏

活动目的：鼓励同学们将心中的老师形象以幽默的形式表达，在欢笑声中，增进师生感情。

活动安排：每个班级录下全班同学对老师的祝福，由各班电教委员剪辑后时长大约20秒。统一于x月x日(周x)下午5：40交至广播站。并由校广播站滚动播出。

征集时间□x月x日(周x)至x月x日(周x)

播出时间□x月x日(周x)至x月x日(周x)

活动目的：为同学们提供一个平台，将感恩话语真诚流露，拉近师生的距离。

活动安排：同学们把对老师的祝愿和感谢写在彩色卡片上，悬挂在食堂门口的大榕树上，营造教师节浓厚的尊师感恩氛围。

活动时间□x月x日(周x五)全天

活动目的：在文字中，用心交流情感，体会浓浓师生情。

活动安排：由校团委学生会代表以全校学子名义为老师写一封信，印刷张贴。

张贴时间□x月x日(周x)

活动目的：以最简洁的方式，表达同学们对所有老师最真挚的问候。

活动安排：由校学生会网络科技部制作电子贺卡，通过校园网献给老师们。

分享时间□x月x日(周x)

活动目的：让老师们感受到无论什么方式，我们都可以传递对老师的爱。

红酒网络营销方案篇七

1、把握520促销网店策划商机，让顾客有新鲜感，刺激其消费欲望；

2、提升网店浏览量，吸纳新客源；

3、打造网店的信誉度，提升顾客忠诚度；

20xx年5月10日（提前十天）——20xx年5月20日（5月20日结束）

我爱你，丝丝心动

针对20到30岁的女性客户。

“我爱你，丝丝心动”特惠活动

买家真人秀，分享美丽赢好礼！

1、分享即有奖：上传宝贝试穿的真人图，写下内心的感受，秀出你的美腿来。

（人人有奖）

2、幸运降临奖（每月1名）

3、忠诚客户奖（年终1名）

1、宣传重点时间：活动前2天；520后1天；

2、宣传手段：目标对象确定了，再用通过合适的途径传播，比如淘宝旺旺消息，签名档，宝贝题目，公告□qq□博客，微博，贴吧，帮派，论坛，微信等等。

1、货源问题：确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品要采取不同的促销方式，再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障。

3、顾客人群的确定：找对消费人群，针对性的制作促销方案。

红酒网络营销方案篇八

教学要求：

- 1、学生掌握正确的读书笔记记录方法。
- 2、学生科学运用读书笔记。
- 3、在实践操作中，学生能用今天学习的读书笔记记录方法阅读书本。

教学重点：

- 1、明确各种读书笔记记录方法的区别。
- 2、掌握卡片摘录的读书笔记记录方法。

教学过程：

一、引出

图书馆主要是通过文献的利用来传播知识，进行文化和知识技能的教育。事实证明，同学们越是积极利用和善于利用图书馆，获得的知识就越多，学习成绩就越好。

读书笔记是科学地读书的一个重要组成部分。善于读书的人，总是书笔不离，随时记录下书中的精华和自己的感想，从书刊中大量吸收对自己有用的知识。因此，写读书笔记，是积累阅读成果，促进读写结合的一种好办法。

今天我们就学习《怎样做好读书笔记》。

二、新授：

- 1、了解读书笔记的作用

(1) 写读书笔记有助于理解阅读内容，不仅能帮助你加深领会书中的精髓，还可以锻炼你的思考能力和综合概括能力，提高自己的写作水平。(做读书笔记时要求记下书中的要点、难点，结论、应用范围、前提条件等对自己最有用的精华部分。)

(2) 经常写读书笔记能够加深印象，有利于记忆。(俗话说“好记忆不如烂笔头”、“口过千遍不如心过一遍，心过千遍不如手过一遍”。由于做读书笔记是在反复阅读、思考和理解的基础上进行的，所以比单纯的阅读更能记住所学的内容。)

(3) 写读书笔记，有利于积累资料，丰富知识，是我们解决问题或写文章时获取宝贵知识财富的重要途径。(对于广大青少年读者来说，积累资料时日后开展工作和从事科学研究的基础。积累资料是一件要长期坚持的工作，要靠持之以恒的点滴积累，不能搞突击，一蹴而就。积累资料的方法很多，而做读书笔记是最简便易行的方法。)

2、读书笔记的做法——摘录笔记

(1) 摘录是加深理解、增强记忆、积累资料的重要方法。

(2) 摘录的内容可以使文章的要点，文中有意义的或精彩生动的词语、佳句、警句、典故、段落，重要的史实，使用可靠的资料、数据、公式、定理等，也可以使阅读中产生的疑问之处。

(3) 摘录的特点是以摘录原文为主，摘录是要求间断扼要，选取关键的精彩的内容力求准确无误，并注明出处，以便日后查对和利用。

(4) 摘录形式有很多种，今天学习用卡片摘录。

每张卡片上只写一项内容，在卡片左上角表明分类项目；每张卡片上要注明出处、作者等有关情况，写好后应分类存取，以便检索。

3、出示读书笔记卡片

爱祖国

——苏霍姆林斯基

寓言

风筝

风筝疑惑地问：“我飞得比鹰还高了，人们为什么仍然管我叫风筝而不肯称我为鸟呢？哪怕叫我麻雀也好啊！”

“因为你不是靠自己的翅膀搏击风云而是靠风的宠幸而‘飞’上来的。”云直言不讳地回答。

——张峰《寓言二则》

孔融让梨

摘录自《北京教育报》第76期

1993年4月27日

三、学生实践：

学生看书并取出卡片进行摘录，教师巡视。

四、交流：

学生交流。

五、总结：

这节课同学们又学会一种读书的方法，这种方法对于我们的学习生活是很有用处的，希望同学们能掌握并熟练运用，帮助大家学到更多的知识。

红酒网络营销方案篇九

七夕，一年中最浪漫的日子，这一天无限柔情和蜜意尽情释放，真诚的渴望与期待等待回答，心与心的碰撞，撞出永恒不熄的爱的火花。

七夕是一个典型的中国式情人节，但近年来已经成为我国青年人每年都企盼的节日，在这一天，情侣们都会安排很多活动来庆祝这个特殊的节日。这样一来就使七夕情人节成了消费高峰。很多商家都积极主动的抓住这个机会，搞各种各样的促销活动以期提高人气。同样的我们也不例外，也要抓住这个机会。

二、活动名称

东方广场“爱就在身边”情人节真情联欢

三、活动主题

“玫瑰心情，情系你我”

主题演绎要求：以“简单却让人印象深刻”为设计思路，结合情侣从相识相知到相恋相爱的情感历程，通过互动游戏穿插节目表演的形式，塑造情人节浪漫、温馨、浓厚的氛围，揭示爱情的真谛和表达方式，让人们快乐参与和享受，学会表达爱、珍惜爱和呵护爱。

同时给年轻情侣提供一个表达情感的舞台和互动联欢的机会，

创造“爱就在身边”的快乐场景，引发“和谐。关爱”的思考，进而推出本次活动的主题。

四、活动目的

(1)在这样一个浪漫的日子里，我们以实际行动送上真诚的祝福，愿天下有情人终成眷属，白头偕老，美满幸福。

(2)借活动提高东方广场人气，体现广场人性化的关怀，提升东方广场在生活时尚方面的品牌知名度和美誉度。

五、时间地点

时间：

地点：东方广场大戏台

六、组织机构

主办单位：____

承办单位：_____

七、活动内容

主要分为以下四个基本环节：

每个主题环节的互动游戏穿插嘉宾节目表演，用以衔接。

开场节目：爱在表达——嘉宾表演经典情歌对唱(略)

互动游戏：爱在互动——大声说出你的爱、歌曲接龙(男女拉歌)(略)

参与者：主持人以及现场挑选的情侣

道具需求：无线话筒、小礼物、哨子或小手掌等(略)

衔接节目：爱在用心——嘉宾表演现代舞蹈(略)

互动游戏：爱在惊喜——神秘送礼，真情告白(略)

参与者：希望在情人节送出自己精心准备的礼物，让对方惊喜的大众

道具需求：情侣自备的礼物、鲜花等(略)

互动游戏：爱在默契——心有灵犀，通过测试考验情侣的默契程度(略)

爱在细心——百里挑一，通过情侣之间的辨认考验彼此的熟悉程度(略)

爱在珍惜——感同身受，模拟情景让情侣感受各自在对方心中的重要性(略)

参与者：情侣以及有兴趣的观众

道具需求：若干统一的情侣衫，寻找正确的情侣可获得一套活动中所穿的情侣装(略)

衔接节目：爱在持久——嘉宾表演民乐演奏(略)

互动游戏：爱在——真情宣言大募集，传递深情，现场告白(略)

爱在同心——通过共同努力，排除阻难，搭建属于两个人的爱的小屋(略)

参与者：情侣以及有兴趣的观众

道具需求：积木，橡皮绳，篮筐，桌子等(略)

八、组织实施：

1、活动组织

—

“•示爱”、“•藏爱”、“•珍爱”、“•永爱”板块的策划，由各组织单位协商一致共同实施。

2、新闻公关

___负责邀请有关指导单位领导，

并负责对各新闻单位的联系和组织报道。

拟邀请__广播电台等主要新闻单位采访及报道。

3、资金物品：

__广场提供活动经费，并负责场地安排及相关事宜。

九、媒体宣传

宣传方式：拟采用“电视媒体+网络传媒+平面报纸+广播电台+

活动现场pop广告+宣传单页”六种方式相结合的形式进行宣传。

十、现场布置

配合本次活动主题，主要突出“浪漫、温馨、浓厚”的氛围。

舞台用特殊饰物装饰，营造一个流星划过的氛围，突出浪漫的流星搭载着我们虔诚的誓言穿过天空，象征“心语星愿”。同时注意道具的位置，以便游戏的开展和互动。（具体布置略）

主背景板显著位置摆放一大型“双心结”，用以展现情人们对完美爱情的祈盼和祝愿。

活动现场的主要入口附近显著位置摆放一个大展板，用玫瑰化装点四周，用以展现活动各项内容。

十一、前期准备

1、人员安排

2、物资准备

十二、后期延续：

1、“爱在——真情宣言大募集”是一个很好的跟踪报道环节。

2、“情人节文化展览厅”

十三、活动预算

十四、效果监测评估

1、活动主题与商场品牌形象的高度一致性。本活动与人文关怀主题相结合，并突出政府和社会、每个人共同关注的“和谐。关爱”主题，可谓“立意高，创意新”。特别是紧扣商场品牌形象特点设计活动方案，可以展示主办单位的人文关怀方面的全新社会公众形象。从“人文关怀”聚焦“真情联欢”，再由“真情联欢”演绎“人文关怀”，可以很好地展示良好的社会公益形象。广场比较缺乏此类大型的公益活动，特别是结合青年活动对象为主题的活动。为此本次活动特别

有助于广场在年轻一代中重塑时尚形象，使万达与“人文关怀”、“和谐。关爱”等具有良好公共形象的活动联系起来。

2、活动体现了高度的自主参与性和可塑性。本次活动将通过社会情侣报名和组织内部推荐等形式，可以限度地体现其活动的水准和有效管理。活动注重良好的参与程度，呈现活动与参与者兴趣的统一。同时活动设计结合兴趣特点，还将考虑深层的文化理念，使活动丰富且具有纪念意义，可激发人们的持久吸引力和思考，并可以使本次活动成为长期运作的品牌项目，进行积极的形象塑造，有利于新闻的多侧面、持久的跟踪宣传报道。由此，活动必将在参与者和社会公众中产生持久的影响力。

3、活动还将有效配合“情人节文化长廊、”的创建。建议广场在可能的情况下，考虑创建“情人文化长廊”，诉说情人节的由来和发展，同时募集“天使情侣”各种形式的合影、制作等等，将这些悬挂在展厅里的显眼位置，让他们的爱情和万达一起成长。这样一来，活动就充满了人情和文化，正好体现了广场兼具文化与时尚的形象。“天使情侣”的合影照片、制作在长廊悬挂，不仅体现出活动的长效性，还体现了广场海纳百川的胸怀与气魄。