

最新促销活动创意点子案例 最有创意促销活动方案(模板9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。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

促销活动创意点子案例篇一

买一件商品，送同一个同品牌的商品，送的商品可能是小份的，或者是即将过期的’。

买一定量的商品，然后送你一个礼物，比如买三盒酸奶，送一个保温瓶。买三盒饼干送一个水果篮等。

部分商品在一定的日期内搞特价，比如：7月2日—7月4日，原价80元的调和油，现卖60元。原价100元的炒锅，现卖80元等。

在超市消费到一定的金额就有礼物送，比如：消费满38元送一包纸巾，消费满98元送杯子等。

促销活动创意点子案例篇二

活动概述活动主题：

五一放假__“惠价”

活动时间：

4月25号

活动形式：

—

店头促销活动目的：

一、提升品牌知名度

二、利用五一促销旺季，吸引客户进店，增加集客量

三、促进销售，提高成交量

活动背景

20__年五一黄金假期即将到来，面对低迷的汽车消费市场，各商家纷纷开展以促销为主题的活动来增加展厅集客和促成交。为回馈邯郸地区广大大众客户，特别推出政策优惠车型，限时、限量、限价销售，刺激客户的购买欲望，达到增加展厅集客和促成交的目的。

活动策略

活动亮点

亮点1：活动针对性强、目的性强针对重点保有客户集中开展，有的放矢

亮点2：现场秒杀，加快下定速度，通过营造现场强烈的抢购感，及制定钜惠的秒杀价格，促进成交。

秒杀说明：

由总经理在活动当晚揭幕秒杀价格，然后在规定的时间内，分车型，逐一进行；由销售顾问给顾客提供一对一的服务，详谈意向车型，秒杀优惠活动具有时效性，过时则恢复正常的

成交价格。

活动内容

- 1、乐享超低价回馈邯郸华信泰达强势促销，全系车型超低价钜惠，最高优惠x万元，数量有限，限时抢购!
- 2、乐享红娘礼活动期间老客户介绍新客户成功购车，新老客户均获得大礼一份!

活动执行、活动邀约

- 1、电话邀约告知重点意向客户该活动优惠信息，邀约参加(提前3天);
- 2、短信邀约告知重点意向客户该活动优惠信息，邀约参加(提前3天);
- 3、展厅客户邀约告知展厅看车客户该活动优惠信息，邀约参加;
- 4、活动当天(20__年4月25日)友情提示意向客户活动举办时间。

展厅室外布置

展厅室外物料布置，营造节日气氛

展厅布置

- 1、优惠车辆静态展示摆放(方便客户看车为主)
- 2、客户洽谈区域摆放(温馨的环境)
- 3、丰盛的冷餐供应

开场节目__大众员工献唱

订车仪式订车客户拍照、摄影留念主持人引导办法订车礼品

红娘礼品活动期间老客户介绍新客户成功购车，新老客户均获得大礼一份！

活动流程

时间

16: 00-17: 40时长(分钟)

活动项目

活动物料安装活动责任确认

内容简述

18: 00活动签到

18:30——18:40

18:50——19:00

流程简介，秒杀流程说明：首先介绍活动活动开始，主持人介绍活动流程，渲染亮点

1、活动内设丰盛的冷餐、邀约客户现场气氛奖；

19: 30订车仪式统计环节活动结束，活动现场清场

21:00——21:20

现场有签单的，音乐配合进行一个订车仪式，主持人现场采

访、录像、合影留念，并颁发订车礼品，最后温馨提示顾客若是打车来店订车客户，我店会安排车辆送离统计所有订单所有工作人员进行活动清场，撤掉相关物料。

活动后期工作针对活动当晚，有意向未成交的客户，在后期进行及时追踪：形式：电话或者短信。内容：再次邀约到店做一对一的专属咨询服务。后续店内及车型最新活动保持及时沟通。

促销活动创意点子案例篇三

1. 创意要新

现在终端的竞争已进入白热化状态，每个药店药品生产企业都把“决胜终端”奉为“天条”，在终端投入了大量的人、财、物力，而买赠活动对于抢占市场份额、拉动销量是最直接、最有效的，因此非常频繁，真正是“你方唱罢我登场”，但大多都是采用一些日用品作为赠品，如洗衣粉，香皂等等，缺乏新意。当然，这些方法并非无用，既然大家都在用，“存在即合理”。只是假如你能够设计一个有创意的买赠方案，既能拉动销量，又能提升品牌形象，一箭双雕，相得益彰，何乐而不为呢？创意要新、奇、特，就需要走出既定的思维模式，大胆设想、小心求证，不能闭门造车，经常到终端走走看看，贴近药店经营者和顾客，他们对你的产品最有发言权，因此，他们也知道自已最需要什么。

2. 关联性要强

赠品的设计要与产品本身有一定的关联，不能“风马牛不相及”，否则，就是败笔。笔者在一家以生产糖尿病药品著称的企业基层任职时，曾设计过一个“捆绑销售”方案。买“××丸”赠“尿糖试纸”。该方案所采用的赠品是糖尿病患者控制尿糖的一种经济实惠的有效检测方法，关联性既强，赠品的价格又低，每盒约1元左右，而一盒药的零售价都

要十几元钱，投入产出非常合理，在实际操作中取得了较好的效果。其它如感冒药送鼻炎片（或滴剂），心脑血管药送丹参片（如果是送药的话，最好是你自己的产品，这样对它品种也有促进作用，假如你的产品线较短，那只能是“给他人做嫁衣裳”啦），药用牙膏送牙刷等等，都是不错的。但要分清主次，如鼻炎片送感冒药，就有点牵强附会了，因为感冒可能会伴有鼻塞、流鼻涕等鼻炎症状，但鼻炎却并不都是由感冒引起的。这一点一定要切记。

3. 实用性、可操作性要强

这里有一个治疗“乳腺病药”的促销方案，买一个疗程的药，赠文胸一个。此方案创意、关联性都不错，但可操作性不强。因为女式内衣的尺寸有好几个，而实际送出时，又不知道哪个型号需要多少，采购时就需要各个尺寸的都打宽一些。假如活动周期较短，由otc代表现场配合做2-3天的话，活动结束后还能够及时退换，但如果活动周期较长，而且赠品是由药店控制，实际操作起来就非常麻烦，所以只能忍痛割爱，放弃这个方案。

除了以上三方面，还不能忽视赠品的成本控制，因为这直接关系到促销活动的投入产出比，同时，如果赠品的受关注度高于产品本身，则起到喧宾夺主的反面效果，就像是戏台上面“跑龙套”的抢了“角儿”的戏，本末倒置了。记住，它只是“绿叶儿”，顾客永远不会为了得到赠品而去买对他毫无用途的药店药品。

促销活动创意点子案例篇四

引言

一、企业现状分析：

xxx大药房是一个连锁药店的总店，其店面选址在交通主干道，

交通便利，商业繁华，以其药店为中心，在半径500米的影响力范围内有6家药店，竞争十分激烈，在其影响力范围内有2个社区，2个家属院和1家公立医院。

xxx大药房是一个中西药，医疗器械均出售的综合性药店，有2层，其营业面积有500平方米。经营药品种类3000余种（包括医疗器械），有坐诊医师，解答消费者遇到如何选药的问题。未做促销活动之前，药店已有小规模买赠行为。日营业额平稳，增长不明显，消费群体也较固定为附近社区和家属院的住户，中老年年纪的较多。

二竞争者分析：

其它六家药店的经营状况与本店类似：消费群体稳定，营业额平稳；无大规模的促销活动。

三分析结果：

各店都在寻找利润新的增长点，药店的利润来源有三块：中间商，药品品种，客户。由于中间商与药品品种有采购部门负责所以在此不予评论。

关于对消费者的促销十分重要，因为企业经营中账面性收入几乎全部来自药店营业性收入，所以消费者的量的多寡对药店经营结果的关系是显而易见的，量变引起质变，只有消费者的客流量上升了，药店的营业性收入才会提高，企业的收入才会增加。所以我们所面临的首先问题是：如何让消费者进店；其次，如何让进店的消费者都能满意而归。所以药店促销在整个经营活动效果中起着十分重要的作用，它作用表现在：1. 能有效地加速新开业药店被市场接受的过程；2. 能有效地抵御和击败竞争者的促销活动；3. 能有效地刺激消费者购买和向消费者灌输；4. 有效的影响连锁店和加盟店，特别是加盟店的交易行为，对这些作用的认识有助于我们正确理解促销的正确地位，有效地开展促销工作。

正文

一活动主题：

爱心奉献社会幸运送给顾客

二活动时间：

xxxx年10月20日——xxxx年10月24日

三活动地点：

xxx大药房药房内与药房前的空场地

四活动目的：

1. 增加xxx大药房的店内客流量；
2. 提高xxx大药房在当地的知名度；
3. 在稳定固有消费者的同时，发掘新的消费群体，

五活动内容：

1. 免费办理会员卡，持卡可享受药品会员价，并可参加药店举办的各

种优惠活动。

分析：设置该项目的目的是为了发掘新的消费群体，使其参与到购药

的全过程，了解，体验并接受这家药店，为将其发展成稳定消费者打下一个好基础。

在商业竞争中，价格战是商家在竞争中最常使用的有效手段之一，此

举可以达到快速吸引消费者，发掘新消费者，打击削弱竞争对手等作用，对于新开张，想迅速占领市场，扩大销售，增加影响力，增强传播效果的店面，不失为一种操作方式。

2. 持会员卡的消费者在活动期间，购药（不包括医疗器械）均可享受双倍积分，积累满相应积分可免费兑换相应礼品。每月25日为积分兑换礼品日。积分方式：消费满10元积1分，依次类推。（兑换礼品目录详见店内公告）

分析：设置该项的目的是起到稳定固有消费者的作用。消费者购买药

品是一个多次重复的消费行为，为了维系住他们的这种消费行为，就需要给他们设定一个消费金额目标，刺激他们的消费欲望，鼓励多次消费，以达到稳定消费者的作用。

3. 活动期间，凡购药满相应金额药品的顾客，可免费获得相应赠品。

18元送1袋食盐；

38元送1块208g透明皂；

58元送1瓶洗洁精；

88元送1双拖鞋；

128元送1袋10斤面粉；

158元送1.5l金龙鱼一桶；

218元送31电饭煲1个；

分析：此方法是激起消费者冲动消费的有效方法。第一种情况：在购药行为发生之前，当他们得知购买同种药品，付出相同金额，却可得到更多的物品时，他们一定会被吸引来这家药店消费的，这属于营销方式中的拉式营销；第二种情况发生是，当在药店购药行为发生时，消费者已经买了自己所需的药品为了获得额外的赠品时，他们会再冲动购买其它的药品，已达到获取赠品的相应金额的底线。这种方法是利用了消费者爱占小便宜的心理，充分调动消费者购药的积极性，并结合店内员工的暗示和周到的服务。这种方法是提高药店营业性收入最有效，最直接的方法。它一方面可以提高营业性收入；另一方面还可以积累店内人气（店内消费者如织；员工对消费者接迎送往）给外界印象是这家店的生意很好，员工服务周到，自己很想亲身体验一下。同时这种方法也能很好地树立展示自己品牌的形象，为将来的目标客户留下一个好印象。

4. 消费满500元的消费者，可在相应赠品的基础上额外地赠送1张50元民生购物卡。（购物卡与相应金额的赠品可叠加）

这种方法属于营销方法中的共生营销，一方面利用高档商场来提高自己的形象，拉开与其它药店的档次，树立自己的高端品牌，吸引消费者的眼球；另一方面，也给商场做了促销，提高其营业额；第三方面，利用民生效应吸引高端客户，并通过店员的周到服务留住该客户。

5. 抽奖活动，

口号“xxx大药房购药中奖百分百”

内容：活动期间，消费者在xxx大药房购药（不包括医疗器械），当天单次消费金额满30元者，可凭当日收银小票，参加免费抽奖活动，本次抽奖活动的中奖率为100%。

(1) 抽奖方式：凭当日的电脑收银小票，置换抽奖票据（抽奖票据有本店统一印

制），电脑小票有本店收回，凭抽奖票据来进行抽奖。

(2) 抽奖时间□xxxx年10月20日——xxxx年10月21日

早上9：00——12：00

下午3：00——6：00

(3) 抽奖地点□xxx大药房前的空场地

分析：这方法充分利用了空间优势对药店进行宣传造势，利用药店前的空场地把抽奖台，奖品，活动道具，一一陈列在户外，无论是进出药店购物的消费者，还是经过店面的目标客户，或是无需购药的路人，给他们一个信息暗示：购买同样药品，付同样的金额，你会得到更多的实惠。

这是吸引眼球最直接的方法，吸引人气，制造轰动效果，可迅速提高药店在当地的知名度，传播品牌效应，树立企业形象，更好的争夺客户资源，打击竞争对手。

六活动前的准备：

单页及pop制作及发布

□1□dm单页应在活动的前一周开始设计，制作，活动的前一天开始发放，即19日开始派专人发放dm单页。这种方法属于营销方式中的拉式营销，目的在于加大活动信息对消费者的高的渗透性和全面的覆盖性，使更广泛的消费者得知药店有优惠活动的信息，提高活动期间的进店客流量，从而提高药店的营业额。

(2) 在药店内部pop的招贴的使用，也能增加店面内活动的喜庆气氛，有助于提高消费者的购药兴趣，调节医患之间的紧张情绪，从而达到更好的促销目的。

2. 赠品的挑选及到货时间：

赠品一般以生活用品为主，其属于易耗品，用量大，使用范围广，消费者具有多次购买的需求；同时对药店方来说，同种赠品大量采购可降低采购费用节约药店的经营成本。

3. 10月20日活动开始。

七活动预算费用表。

10月20日次活动预算费用表

(图表略)

八活动现场布置：

在药店门口挂横幅一条，内容为活动的主题口号“爱心献社会幸运送顾客”。

2. 相应的x展架支援。展架上应有相应活动的内容的公告，活动时间，活动奖品及一些吸引消费者眼球的词语，为20日的抽奖做前期的宣传。

连花清瘟胶囊营销策划方案

一、swot分析

(一) 机会分析

现代生活节奏加快,精神紧张,压力大,加方过量饮酒、吸烟、

空调、长期缺乏户外运动等因素，使得人们的免疫功能紊乱，抵抗力降低，免疫功能是人体重要的生理功能，免疫功能失调就会造成体质虚弱，抵抗疾病能力下降，于是，有的人会反复得感冒、头疼、咳嗽，现在的环境比较恶劣时而有流感传染疾病，而免疫力较差者更容易感染，可见这种纯天然中草药感冒胶囊市场前景广阔。而感冒药大部分都有一副作用，如过敏之类，不仅给人的身体带来伤害，并且是治标不治本，只是传染的机率降到最低。

（二）产品优势

（三）劣势分析

独特的产品优势及良好的市场前景，使得制造感冒药的商家云集，竞争也日趋激烈。但目前市场上已有纯天然中草药感冒药强势品牌，例如：999感冒颗粒等。因此连花清瘟胶囊还需要解决以下几个问题：

- 1、品牌知名度不够
- 2、产品定价不合理
- 3、包装设计无特色
- 4、营销渠道不畅通

（四）、风险分析

连花清瘟胶囊作为中成药尚存在一些不明确的禁忌及副作用。

二．药品营销组合4p方案

1. 药品品种方案，是药品营销中的一个重要内容，药品应是个整体概念，同时要树立起药品大质量的观念，把好连花清瘟胶囊的质量关。

2. 药品的定价方案，药品价格目前是十分敏感的问题，平价大药房的冲击药品的定价方案尤其重要，在新的环境下，莲花清瘟胶囊应该更加充分考虑自己产品的定价，使价格更加亲民。

3. 药品分销渠道方案，国内制药企业长期的营销模式，使医药企业形成了很大的渠道依赖，以岭药业需要建立起稳定的医药分销渠道，为莲花清瘟胶囊进一步开拓民营药店的分销渠道。

4. 药品促销方案，随着国家新的医药政策的出台，莲花清瘟胶囊在新的形式必须引入健康的促销模式，新的营销机制。

三、营销方案

1) 要放弃以前那种对医生的诸如辛苦费，广告费，促销费，处方费等模式，坚持顾客服务导向，加速产品的研发和品牌培育，重新整合销售渠道。

2) 可以通过学术推广会来促销，学术推广销售，主要指在医药销售过程中，以学术宣传和学术活动来推动销售。

3) 广告拉动抢滩otc市场，从几年otc市场的增长速度来看otc市场占半壁江山，otc市场是未来竞争的主要战场之一，而这一市场的营销与医院销售差别较大，更多地体现出医药营销的共性，以超大规模品牌广告投入来拉动医药消费。

4) 可开展数字化营销，用电子商务提速莲花清瘟胶囊的线上销售，同时可以节省开支却生产出更大的效益，利用在线调查可以收集到客户的偏爱和购买方式，还能更好地为他们服务，从而体现个性化营销时代的特征。

四、营销战略

（一）市场细分

随着消费者的水平的不同，也可以将药品的消费者分为不同的等级，比如普通消费者、高级消费者□vip消费者。

（二）目标市场选择

现代社会中儿童与老人的免疫力普遍都很低，而年轻人患有炎症的机率比较高，所以将目标市场选为儿童、老人以及患有炎症的顾客群体。促进销售，为了提高市场占有率及品牌的知名度，树立行业强劲品牌。想要提高市场占有率及品牌知名度须做到以下两点：

- 1、形成以成本为基础的市场竞争优势首先加强自己企业内部的管理，管理不仅可以出效益而且可以提高效率降低成本，管理的内容如生产管理，人事，营销，财务等，关键要针对企业本身情况采取适合企业自身的管理模式才能真正出效益，才能降低运营成本。其次，加大研发投入，研发一些在临床上有特殊疗效的药品，申请专利，利用它的不可替代性，取得相对较高利润，把利润再用于扩大大于别的厂家同质量的品种的整体规模，从而进一步降低运营成本，提高整个企业在市场上的竞争优势。

2、形成以无形资源为基础的竞争优势

能力，以提高专业推广人员的业务水平，无形中也树立了企业的品牌知名度。第三，要树立整体的营销观念，企业须切实树立起为患者解除疾病痛苦的根本经营观念，从最终客户开始而不是生产过程开始策略，只有有一个好的营销策略才能树立起自己的良好的形象品牌。

（三）市场定位

1、产品的主要功能

连花清瘟胶囊是一种具有良好的抗炎, 抗病毒, 提高机体免疫的功效, 可以治疗因上火或着凉引起的感冒, 无副作用, 可以使病情的传染率达到更低。

2、该产品与同类产品相比具有明显的优势

(1)、稳定性高, 过敏反应的发生率低;

(2)、具有提高机体免疫作用。

五、营销组合策略

(一) 产品策略

2、强调具有提高机体免疫作用3、通过包装提高产品的吸引力, 包装的吸引力也是非常大的, 也是提高销量的方法之一。

(二) 价格策略

1、成本导向定价: 根据产品成本来合理定价。

2、竞争导向: 根据竞争产品的价位的特点来定该产品的价格。

促销活动创意点子案例篇五

从以往的经验看圣诞节对于药店促销来说推动性不是很大, 但机会不可放过, 将两节合并一块, 借机宣传并加强药店影响力度。

二、活动目的

加强药店外在形象, 扩大知名度。

三、活动主题

送给你家一般的温暖

四、活动时间

五、活动方式

打折、买赠、义卖

六、活动内容

活动一

- 1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。
- 2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出诊卡一张。
- 3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒（共500份）。

活动二

本店开展**老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于**贫困基金，用于无钱就医的同胞。

凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

七、活动宣传

宣传单□dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

八、人员准备

- 1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。

2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。

3、赠品要提前准备，统一定做。

最后，再次提醒，药店的两节活动的准备要提前，规划到每个时间点，宣传要到位，每年的宣传要有一个主题，且有新意，药店可以借鉴商超的活动，结合自己的受众人群适度调整。

主题口号：

1、真情回报, 购物有礼, 大型优惠活动

2、专家现场免费义诊, 仪器免费检测

3、会员奖品大派送

时间：月日—一月日

地址大药房

促销活动创意点子案例篇六

活动方式：凡20__年中秋节当日在--ktv消费顾客不论消费多少均赠送中秋月饼一份以顾客人数进行计算。

当日所有每个包房消费个顾客以包房计算赠送花灯一个顾客可以在上边写上自己的愿望并悬挂在--ktv□

活动当日在--消费的顾客可以参与猜谜活动。猜中的顾客均可赠送纪念品一份

注：再中秋佳节当日在--ktv各处悬挂各种样式花灯增加节日气愤并在花等上张贴各种谜语。

活动准备及投入预算：

烟灰缸或酒杯100个酒水促销赠品

喷绘宣传海报2张-20.00元/张

报纸平面广告宣传可以作为选择项目价格在1000元左右-2天

灯笼100个-5元/个

执行部门：

企划部门负责所须店内宣传品及媒体宣传品的设计工作

注：9月12日前完成各项设计工作及谜语的选择并提交给主管
经理审核

财务部门负责对整体预算开支及活动后的收入情况进行整体
评估。

注：9月10日前完成预算审核

采购及仓库管理部门负责对相关所须物品进行支持。

注：企划部门协助采购部门在9月15前完成采购工作。

--ktv主管及服务人员负责具体活动内容执行。

注：--ktv管理部门在9月17前完成对员工的培训工作。

工程部门负责电力等相关的支持工作

注：在9月18日当天完成灯笼的悬挂

备注：

本计划属于公司的商业机密任何人不得外泄。

计划必须在主管经理签字批准的情况执行ktv中秋节活动方案。

在活动期间发生任何突发情况--ktv主管负责根据实际情况进行处理。

4. 相关部门可以根据实际情况要求更改计划内容或推迟。

促销活动创意点子案例篇七

情定七夕，“金”喜不断！

20xx年x月x日——7日，共计3天

1、爱在七夕，玫瑰传情

活动期间，凡进店消费的顾客，即可获赠红玫瑰一支，为你传递浓浓爱意。

2、七夕爱妻，幸福甜蜜

农历7月7日，持结婚证到店内购买黄、铂金首饰，每克优惠20元□k金、钻石5折优惠。金条类产品除外！

3、浪漫情人结，缘结七月七

活动期间□xxx银楼推出“浪漫情人结”系列产品（将部分产品用红绳编成中国结，分别取名“情缘结”、“同心结”、“牵手结”、“福运结”等等），套牢您的爱情，天天都是情人节。

（主打梦幻硬千足金，每克直降30元）

4、七夕传情礼，数字表情意

活动期间□xxx银楼将推出价值520元（我爱你）、1314元（一生一世）、1234元（与爱相随）、2134元（爱你三世）、9475元（就是幸福）、9955元（朝朝暮暮）、9999元（长长久久）等吉祥寓意的首饰若干，数量有限，先到先得。

5、甜蜜相约，幸福延续

活动期间，一次性消费满3777元的'顾客，可免费获赠“钻石会员卡”一张，持此卡以后在本店消费，购买千足金每克优惠4元，万足金、铂金、硬千足金每克优惠8元，非黄金类产品享受8折。

- 1、提前做好好货品和所需的奖品、礼品等
- 2、提前对参加活动的店员进行培训
- 3、请商场给予支持（让扣点、短信、广播等宣传）
- 4、这次活动要做好客户资料的累计。

1、会员短信

2、拱门、横幅□x展架、海报

3、商场led字幕、广播宣传

促销活动创意点子案例篇八

农历7月7日，是中国传统的节日—七夕情人节。上古传说中，农历7月7是天上痴男怨女牛郎、织女一年一度鹊桥相会的日子。到如今，特别是近些年来，七夕情人节已成为时尚男女们追崇时尚、表达爱意的一个特殊节日。

随着社会经济高速发展，生活与工作的压力也与日俱增，以至于许多人将自己的终身大事放在了事业与工作的后面，大龄未婚人数不断上升，这部分人多半已经成为社会的中坚力量，工作稳定，事业有成，但由于自身和社会因素的影响，仍然过着“自由而寂寞”的生活。

“七夕寻缘，爱在无锡”，举办相亲大会活动，由无锡青商文化传播有限公司策划、承办。本次活动结合了交友、情恋、娱乐等为一体。

通过公平、公开、公正的组织原则，自由和浪漫的活动形式进行择偶和选择爱情。

通过本次活动为无锡地区大量单身男女带来一次美好婚姻的机会。更能提高主办方的'企业的形象和社会影响力。

七夕寻缘，爱在无锡

1、主办单位□xx□

2、承办单位：无锡市青商文化传播有限公司。

3、媒体支持：无锡太湖交友网。

8月20日

xx市学前街168号科技大厦613室。

要求为18周岁以上人士，总人数在50人左右，报名费100元。

报名地点□xx市学前街168号科技大厦613。

开场音乐：

寻找你心中的女神”——17：30—18：30。

通过对嘉宾的介绍，嘉宾选出自己心仪的对象。

促销活动创意点子案例篇九

在餐厅中的`每一个人都是潜在的推销员。这包括餐厅经理、厨师、服务人员以及顾客。有效地发挥这些潜在推销员的作用同样会给餐厅带来利润。

1、厨师

利用厨师的名气来进行宣传推销，也会吸引来一批客人。对重要客人，厨师可以亲自端送自己的特色菜肴，并对原料及烹制过程做简短介绍。

2、服务人员

鼓励登门的顾客最大限度地消费，这重担主要落在服务员身上。服务员除了提供优质服务外，还得诱导客人进行消费。其中，服务人员为顾客口头建议式推销是最有效的。但是有些口头建议不起作用，如“你不想要瓶酒来佐餐吗？”，而另一些则具有良好的效果，如“我们自制的索特恩白葡萄酒味道很好，刚好配你们订的鲈鱼片”。可见，服务人员的推销语言对推销效果起着至关重要的作用，要培训所有服务人员(尤其订菜单人员)掌握语言的技巧，用建议式的语言来推销自己的产品和服务。

建议式的推销要注意几个关键问题：

(1) 尽量用选择问句，而不是简单地让客人用“要”和“不要”回答的一般疑问句。

(2) 建议式推销要多用描述性的语言，以引起客人的兴趣和食

欲。“一份冰淇淋”远没有“一份新鲜加里福尼亚桃子做的冰淇淋”来得有诱惑力。

(3) 建议式推销要掌握好时机，根据客人的用餐顺序和习惯推销，才会收到更好的效果。

3、顾客

a□“顾客是餐厅的上帝”。餐厅赢得他的一句好话，胜过餐厅任何人的，一句好话都不止。在潜在顾客中的影响尤其大。因为潜在的客人宁愿相信顾客的话也不相信餐厅人员的话。

b□xx餐馆董事会主席曾在《餐馆业》杂志上刊登的一篇文章中写到：“如果你对顾客的抱怨听之任之，不加以改正，那么你将会发现，你们餐馆的客人会一天一天地减少。”

c□可见，在推销过程中，客人报怨是不容忽视的。所以对报怨客人应给予一个补救机会，即提供免费服务，或折扣优惠等方法，纠正顾客对本产品和服务的偏见，使他们再度光临，并乐于向别人推荐你的餐馆。

4、餐厅经理

a□传统饭店总裁xx说过：“我们饭店的总经理、销售部经理和我，每天从12点到下午1点都站在饭店的大厅和餐厅的门口，问候每一位客人，同他们握手。当然我们希望以此赢得更多的生意。”如果餐厅经理也采用此法，就会让客人感到自己被重视、被尊重了。就乐意来就餐，并有利于刺激消费。

b□不要轻视经理的名片。经理不管在什么地方，甚至在社交场合，对遇见的每个人，特别是接待员和秘书要非常礼貌，面带微笑但不过分地一边向潜在顾客作自我介绍，一边递上名片。这样，潜在顾客就能清楚地知道你的名字和你所属的餐厅。在下次选择餐厅就餐时，你的餐厅不能说是没有希望

的。

二、气氛

1、对整个饮食行业来说，室内装饰是一个有力的推销手段。像情调和气氛这些难以捉摸的东西却对餐馆的收入有直接影响。

2、一个餐厅的气氛是在几种因素影响下形成的、即音响、餐厅摆台、餐厅民族特色、座位布置和形式、餐桌和椅子数目、餐厅形状和面积，服务人员(年龄、性别、外表、服饰)、餐厅卫生和服务人员的个人卫生，其他客人，餐厅温、湿度，餐厅装璜(灯光、色彩等)，舒适程度以及这些因素的协调性。

文档为doc格式