

# 活动推广具体流程 饭店宣传活动推广方案 (优质5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 活动推广具体流程篇一

\*\*\*\*\*位于美丽的柳江岸边，近观柳江一线江景，享如江水般秀勇流淌。\*\*\*\*\*囊括了\*\*\*\*公馆（餐饮会所）、歌伦部（）、蓝调吧（酒吧）、龙水吟（茶吧）、天韵男士spa□水云间□\*\*\*\*\*vip房）、水上高尔夫等顶级配套，创造高贵典雅生活模式，引领\*\*\*\*城市文化生活品味的风尚。\*\*\*\*\*目前开放对外服务的场所有\*\*\*\*公馆（餐饮会所）和歌伦部□ktv□□

\*\*\*\*公馆有25个包厢，其中有12个江景包厢，包厢采用最前沿的主流设计风格，格局大气细节精致。菜系主要为新派粤菜、高档海鲜及地方特色美食，适合高端商务宴请。这里是“江湖豪杰”风云际会的场所，坐拥一堂，分享商道风云。

米的副厅，可以容纳30桌300人用餐，副厅采用现代风格的经典设计，处处体现环境与艺术的巧妙结合，现代气息浓厚，奢华典雅。

1、 产品的swot分析

2、 产品定位：

我认为产品应该定位与\*\*\*\*市高端产品定位一致，销售价格和顺丰酒楼一致。

## 活动推广具体流程篇二

### 二、物业概述

### 三、项目物业的优势与不足

### 四、目标购房群

### 五、项目物业营销阻碍及对策

### 六、形象定位

一、太原楼市分析个性化、形象化竞争日益激烈，将成为太原市地产发展的潮流。物业项目要取得优异的销售业绩，就必须把握时机，尽竭利用自身的个性资本和雄浑的势力，把自身打造成极富个性和口碑，拥有良好公众形象的楼盘。

### 二、项目物业概述(略)

### 三、项目物业的优势与不足

优势：、位置优越，交通便捷位置优越：处于北城区的成熟社区之中心；徒步分钟即可到达酒店、食府、剧院、商场、超市等社区设施一应俱全。

交通便捷：公共交通比较便捷，有三趟公交线路途径本案、区内康体、娱乐、休闲设施一应俱全。

室外设施：活动广场、小区幼儿园、医院、购物广场、篮球场  
室内设施：桑拿浴室、健身室、乒乓球室、桌球室、卡拉酒廊、小户型房厅、房厅，面积一一平方米之间的小户型，以及提供菜单式装修，对于事业有成、家庭结构简单、时尚、享受的目标购房群极具吸引力。

不足：、环境建设缺乏吸引性景观环境建设缺乏吸引性景观，不利于引发目标购房群兴趣；不利于提升花园在公众中的知名度、美誉度和造成记忆；同时也不利于满足区内居民的荣誉感。（现代住宅不仅要满足居住的需要，还要满足居住者特殊的心理需求）、物业管理缺乏特色服务物业管理方面未能根据目标购房群的职业特点和实际需求（事业有成、时尚、享受）开展特色服务，使花园在服务方面缺乏了应有的个性和吸引力。

#### 四、目标购房群

、年龄在——岁之间事业蒸蒸日上月收入在元以上时尚、享受在北城工作的管理者或小私营业主家庭构成：一口、中青年夫妻或带一小孩、单身中青年。

#### 五、项目物业营销阻碍及对策

阻碍：、花园内朝向差、无景、背阴的单位难于销售。、区内商铺经营状况不景气，销售业绩不佳。

对策：、把区内朝向差、背阴、无景的单位作为特别单位重新命名炒作，作为特价单位适时限量发售。

究其原因有二：

一是区内人气不旺，

二是花园离大型购物中心太近。

故对策有二：

一、引爆住宅销售，带旺区内人气，促进商铺的经营和销售；

二、根据区内居民的职业特点、年龄结构、心理特征、追求喜好和实际需求开展特色经营。例如：高品味的酒廊、咖啡厅等。

## 六、形象定位

根据物业项目的自身特点和目标购房群特殊的身份、社会地位和所处的人生阶段，

我们把物业项目定位为：凸显人生至高境界，完美人生超凡享受的非常住宅。

主体广告语：辉煌人生，超凡享受——花园提供的(给您的)不止是称心满意的住宅……辉煌人生花园的目标购房群大部分是事业有成的中青年老板和管理阶层，或者是有固定资产投资的中老年。因此，他们的人生是与众不同的，是辉煌的。

## 活动推广具体流程篇三

庆国庆耀中秋 琅琅书声颂祖国

一、活动目的为庆祝xxx成立63周年，配合全国第九届推广普通话宣传周活动的开展，进一步提高我校师生的语言文字规范意识和推广普通话参与意识，美化校园语言环境，促进推广普及普通话和语言文字规范化工作向纵深发展。我校将举办“迎国庆诗歌朗诵比赛”，具体活动通知如下：

### 二、参赛形式

各班选拔15~20人参加学校比赛，鼓励全员参与。

### 三、报名时间

9月28日前，各班将参赛题目报少先队部。

### 四、参赛内容

歌颂伟大的祖国、伟大的党，歌颂家乡、亲人感情的诗歌、

散文及古今诗词均可。

## 五、比赛时间、地点

比赛时间为2012年9月30日上午8：30。

比赛地点在学校操场。

## 七、朗诵要求

1、朗诵形式不限（建议在集体读中能有个个人读，或男女分读的诗歌朗诵形式，会有加分）。

2、朗诵时间不超过5分钟，自备配乐带。

## 八、奖项设置

本次朗诵大赛设一等奖3名、二等奖3名、三等奖3名及优秀奖若干。

## 九、评委

为、凌、詹、霞、邓、邝、江、昌（统计员）

望各年级各班积极组织，把这项工作做好。

xx小学教导处、语文科组、少先队部

## 活动推广具体流程篇四

推广活动方案 推广活动方案

推广活动方案一 一、活动背景：地板行业竞争的加剧会使竞争的重心下移，现在地板品牌的竞争不仅仅是企业之间的较量，还是终端市场的较量。许多家用类产品行业的发展历史

表明，终端市场的细分是地板行业发展的必然趋势，掌握终端，赢在终端。分销商、装潢公司、小区是地板行业的三大终端，前两个终端普遍被大经销商所掌控，而小区这个终端，无论是大品牌还是小品牌都缺乏有力的开发措施，致使目前地板行业的小区活动多以团购、集采为主，对小区客户的开发面比较窄、缺乏长期性和深入性。如果我们公司能够抓住这个有利时机，深化小区终端市场，就一定能够迎来胜利的春天。

三、活动周期:一个月为一个周期。四、活动内容及流程: 物业公关

这是小区营销的第一步，找物业公司领导洽谈合作事宜，可以从以下方面入手：给小区的实惠：1、小区内宣传及活动费用。

2、捐赠活动:环卫工作服、钥匙扣、小区楼层贴、欢迎\*\*小区\*\*期业主入住。3、家装恳谈会:聘请当地知名设计师与业主沟通，便利业主装修。4、团购、集采活动、抽奖活动:让业主得到最大的实惠，享受震撼冰点价。5、物业推荐成功可以拿\*\*元/的提成。6、提供业主手提袋。

7、跟物业一起举办小区活动或赞助小区活动。我们的需求：能争取几个就争取几个。

1、小区宣传一个月:横幅、传单、广告牌、电梯广告、业主手册广告。2、物业公司提供业主的电话号码，便于发优惠活动日期。3、业主信箱内发放宣传资料。

4、环卫工人要穿我们公司配发的衣服。

欢迎\*\*第\*\*期业主入住\*\*\*\*小区。

## 活动推广具体流程篇五

1) 端午节、中秋节礼品发放对象为在公司工作满三个月者，或在节日前已转为正式员工者。

2) 春节礼品发放对象以半年为期限，员工在公司工作满半年的享受整份礼品，未满半年的享受部分礼品。

综合管理部

2014-5-30