

最新瑜伽馆策划方案(优质5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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

瑜伽馆策划方案篇一

1、产品与服务状况分析

咖啡厅将湖北汽车工业学院的所有学生作为其顾客，产品是单一的咖啡，不提供其他的饮料等服务。当然，作为咖啡厅，它的服务，它的情调，都是不可忽视的产品或者说是附加产品。咖啡厅提供咖啡饮品的种类较多，咖啡的特色在于味道很浓郁，甜苦可以依据个人喜好自由搭配。这样使得的产品大众化，普通化。此外咖啡厅还提供各式花式糕点。

咖啡厅的服务员大多数都是学生，而且很大一部分是这个咖啡厅的投资者。他们基本上没有受过专门的服务类培训，但是根据目前的服务状况来看，他们基本上能很好的满足顾客的需要。

咖啡厅的价格定位54.8%的顾客表示能接受。此外，超过一半的顾客表示如果提高额外的特色服务，他们愿意为服务买单。只有7%的汽院学生表示，价格完全不会影响他们选择咖啡的品种。(受调查条件的影响，仅取30汽院学生为调查对象，仅供参考，若需详细调查结果，请加大调查范围)

2、餐厅自身

优势：

劣势：

3、竞争情况分析

目前咖啡厅的外在竞争对手有两个：桃园食堂的奶茶窗口和学校侧门的一个奶茶店。但是我们不把这些做为潜在的竞争者，咖啡厅并不把咖啡做为的产品，还经营蛋糕类，并且它的目标顾客不仅是情侣，而且还是广大的老师和同学。两个竞争对手比较可以看出，咖啡厅的竞争目标不是和另一个竞争者抢顾客，而是如何更好地吸引自己的潜在顾客。需要注意的是，如果学习竞争对手将自己的经营产品扩大，对于咖啡厅来说不具有优势，而且很大可能会挤占自己的市场空间。

竞争者的分析□a.奶茶店，主要面向低档消费者，这一类消费者居多，我们学校周围奶茶3元/杯，环境虽然差一点，但奶茶店是我们最重要的竞争者。

b.桃园食堂奶茶窗口，主要在就餐期间营业，奶茶价格价位很多，从1.5元/小杯到6元/大杯不等。竞争力很强，但受时间段限制。

4、消费群体分析

5、媒介分析

传单、宣传册——校园散发，食堂门口，海报和咖啡厅

优点：方便，及时，其引导性强，成本低。

6、消费者分析

a.外来人士，高校是一个知识分子呆的地方而且也是文化中心，商务人士和游客可以把对咖啡的需求与消费带到了学校，促进了西餐业的发展，带动这个产业的发展。

b.环境特别需求者，咖啡厅的环境既不像中餐厅那么热闹，也不像快餐厅那么匆忙，无论是休闲还是谈话都十分方便。所以，很多人都把咖啡厅作为与朋友、同学、甚至客户商谈、交流、沟通的一个场所。还有些人把在咖啡厅当作思考、独处或处理一些工作的场所。

c.追求时尚者，由于大学生是追求时尚的年青消费群体。他们追求品味和个性，消费能力从总体上讲比较有限。这其中以情侣约会最为主要。

二、营销策略

1、营销方案目标

2、咖啡厅自身定位

3、根据不同消费群体，我们制定了不同的营销策略：

彩页规格：设计立体彩页，一是便于放置，二是可以长期重复使用，有效节约投资成本。

内容：宣传咖啡厅服务理念 and 特色，对咖啡厅季节性新推饮品进行介绍。

目的：考虑消费群体约会时等待，可以随意翻看杂志，让消费群体感受到咖啡厅服务细致。

目的：短时间内增加学生关注度，在视觉和价位上激发学生购买欲望，增加客流量。

内容：以宣传咖啡厅特价套餐或特色食品为主，选出视觉形象突出，容易吸引学生的套餐搭配为主，在视觉和价位上打动目标受众。

目的：长期套牢客户，在会员优惠条件的吸引下刺激消费。小幅度降低利润，大幅度提高销售量。

4、广告策略：广告语--品尝苦涩的味道留下记忆的甜蜜

三、机会与营销目标分析

1、短期目标分析：咖啡屋的营销策划短期目标是打开知名度，在学生中建立良好的声誉。在小幅度提升营业额的基础上，充分开发潜在市场。

3、特定节日宣传策略：元宵节，五一，十一和元旦等可以增加针对三类目标消费群体的宣传，推出与节日气氛相适应的特色餐，吸引顾客。

四、室内设计改进

1、内容：“迷你咖啡屋”彩虹形状排列，下方是一个大写“welcome!”还包括咖啡杯或西餐用具图案等元素。

2、开辟情侣专区：在咖啡厅的西面开辟情侣专区，做成小间式。

3、灯光改进：所以除了情侣专区，我们要求将灯光从暗色调中解放出来，仿照很多大咖啡厅，将咖啡屋的总色调定为明亮的，舒适的。

五、预介介算(此项可根据宣传力度及咖啡厅规模大小进行预算，此处仅列出预算项目，具体数目不加详细列举)

瑜伽馆策划方案篇二

夏天烈日炎炎，天气干燥，大多数同学出现食欲不振，睡眠不好，抵抗力差，情绪焦躁等现象。夏天练习瑜伽具有排毒

换肤的作用。在这个季节人体气血比较畅通，练习起来不但轻松很多，充分舒展后的身体也会变得更加畅快、舒适。尤其对很多年纪大的长者，所患关节炎往往是冬天严重、夏天缓解，更应抓住这个机会练习瑜伽，针对受损的关节做一些辅助性的锻炼，有助于体内寒气瘀血和积湿排出体外。不过，在这个闷热得让人心烦意乱的季节练瑜伽，最大的好处还是让烦躁的心情平复下来。改善睡眠质量，提高食欲，增强抵抗力。

二、活动目的

众所周知，练习瑜伽，有令身心畅通、提升或恢复元气，达到头脑冷静、情绪稳定的作用。当人变得健康，心灵变得更豁达、更坚强了，自然更能面对生活上种种无形的压力和挫折；其提神醒脑的调息法为脑部提供更多氧气，令整个精神状态变得平静和积极。此外，洁净身心的瑜伽法有极大的放松及静心作用，予人一种既松弛又平和的感觉。当我们将这份感觉伸延到日常生活里，人际关系便会变得和谐，我们也能对周遭的一切更宽容、更自在。当然，长期练习瑜伽可预防百病，尤其是糖尿病、高血压、饮食失衡等慢性疾病。当我们明白生理、心理和精神三方面的健康并不能分割处理时，自然会对整体生命有更透彻的了解。瑜伽的最终目的，是拓宽个人意识，令我们更了解当下生命的意义和价值。

三、活动名称

与瑜伽有个约会——百人瑜伽活动

四、活动时间

20xx年x月x日下午

五、活动地点

有鸣潭前(半圆平台)

六、活动对象

瑜伽协会全体会员及全校范围对瑜伽有兴趣的同学们(会外同学提前报名，然后组织训练)

七、活动准备

瑜伽协会，大学生联合会相关部门，校团委三组织一起宣传召集学员，召集完由瑜伽协会组织训练，活动当天瑜伽协会会员带领完成展示。团委老师提前与保卫处老师联系，做好当天的安全保卫工作。

八、注意事项

1) 夏季练瑜伽注意事项：

2) 练习者不能在过饥或过饱的状态下练习；

5) 练习过程中若感到胸闷、心慌、气短、头痛等不适状况，

应马上停止练习，经休息不能自行缓解或症状严重者应及时就医；

瑜伽馆策划方案篇三

为确保事情或工作顺利开展，就需要我们事先制定方案，方案是阐明具体行动的时间，地点，目的，预期效果，预算及方法等的企划案。怎样写方案才更能起到其作用呢？下面是白话文整理的瑜伽馆促销活动方案优秀2篇，如果能帮助到您，小编的一切努力都是值得的。

迎中秋·庆国庆一格瑜伽巨惠献礼

活动周期：9月1日——10月20日，欢迎各位预约免费体验课程~

【一】年卡不限次卡特价：

老会员介绍朋友办卡加送课程或瑜伽毯一条，任您选。

【二】60次次数卡优惠：

现价3499元，买一张60次卡加送5次课（可双人使用，一年有效）；

老会员介绍朋友办卡可单独领取3次课卡或瑜伽毯一条，任您选。

【三】瑜伽服品牌特惠：

9月份引进新国外品牌瑜伽服，第一件9.5折，第二件9折，欢迎到店订购~

【四】瑜伽私教课特惠：

私教课：300元节、400元节，全部10节起购；

购买10节打9.2折，购买20节打8.2折

备注：以上四种卡仅限优惠期内购买，过期恢复原价，所有卡种已付款为准，新老会员皆可购买，本馆长年提供免费体验课程~欢迎咨询，此次活动最终解释权归一格瑜伽所有。

一、活动目的

为了扩大家具的市场份额，提升销量，树立在消费者心目中的良好形象，提升品牌认知度及美誉度。

二、活动对象

主要促销目标：刚刚购房的消费者，

次要促销目标：80后等工作有成，开始考虑购房及家具的消费者；新婚夫妇及其父母。

三等促销目标：即将步入社会或工作时间不长的年轻消费者。

三、活动主题

活动标语：让我们的专业，给您带来更舒适的生活。

活动主题：免费提供您想了解的关于家具的任何问题的专业意见。（例如家具的保养，摆放，选购，收藏等）

赠送小礼品

抽奖

知识竞答

四、活动方式

在活动开始之前，与当地政府做好协调工作，取得相关部门的支持，同时，在各种媒体上进行宣传预热，还可以联合当地的经销商，在活动开始之前发放入场券，发放的主要人群即确定的消费对象（入场券有编号，以便进行活动期间每天的幸运抽奖）。

具体内容为：

三。凡是活动期间在经销商处购买家具的消费者，凭借入场券，可以获得一定的优惠；

五。由主持人不定时主持有奖知识竞答，获胜者可以获得精美礼品一份；

六。在每天的活动结束之前进行幸运抽奖，中奖者可获得精美礼品一份。

五、活动时间和地点

活动时间：5月3号至6号每天早上9：00——11:30，下午2:30——5:30

活动地点：时尚家具馆，地址□a座：xx公园南门对面b座：xx市商业银行西邻c座：新世纪广场西门对面。家具城，地址□xx大街与路交叉口路北。

六、广告配合方式

在活动开始前的一个月，即4月1日开始，在xx市进行广告媒体投放，投放的主体为电<https://>视，关于家具装潢的杂志，路边的广告牌，车载电视，知名报纸（如xx晚报等）等，进行覆盖式广告投放，广告力求简洁醒目，重点突出本次活动的服务均为免费提供。

七、前期准备

1、人员安排：家具讲解员：15人，专业知识讲解员：10人，出勤人员：20人，主持：2人，保安：30人，后勤人员：5人，司机：5人，活动讲解员：10人，现场管理:2人，现场调解员：5人与政府沟通人员：2人（此人员安排每个活动地点各一套）

2、物资准备：各种不同品牌，不同类型，不同风格，不同样式，不同质量的家具，桌椅20套，话筒15支，音响2套，礼物若干，各相关人员身份牌，矿泉水，纸杯，活动条幅4条，家私的展板6个，遮阳伞5个，出勤车辆5辆（按此规格，各活动

地点各备一套)

3、政府公关：在活动开始前，安排公关人员与政府相关部门进行公关获得其支持，并请其安排人员进行现场秩序维护。

八、中期操作

1、在每天活动正式开始之前，由主持人对活动进行简短的介绍；

2、现场工作人员要统一穿着印有“家私”字样的工作服；

4、活动期间，主持人要定期进行有奖知识问答，并为获胜者颁奖；

5、讲解人员在讲解时，要着重突出家私的优点，并在消费者心中留下深刻的印象，客人今天没有需要，不代表以后也没有需要

九、后期延续

在活动结束后一个月的时间里，在xx市个媒体上对本次活动进行报道，主要媒体为报纸和车载媒体，报道方式主要以给消费者带来的实惠以及消费者对这次活动的好的感想为主。

十、费用预算

人员费用：15000

布置会场：1500

道具（各种家具）：7000

音响设备：1500

外勤费用：1000

礼品□20xx

杂项：1000

突发状况预算：1000

合计：30000元

十一、意外防范

为防止天气突变等自然因素导致活动难以进行，需预备好足够数量的大型遮阳伞，注意加强安保，预防可能发生的争执等问题，并且在活动开始之前，要对相政府关部门进行公关，取得活动许可。

十二、效果预估

在消费者心目中树立家私的良好形象，扩大家私的知名度，提升品牌认知度及美誉度，增加五一期间的家具销量。

来源：网络整理免责声明：本文仅限学习分享，如产生版权问题，请联系我们及时删除。

content_2());

瑜伽馆策划方案篇四

教学状物阅读答案短句三角形；体积党课，国培节日答辩状，语事迹励志故事纪要，祝福语语法顺口溜陶渊明申请书，自我介绍公益广告运营提案抗疫！工作经历小升初：先进个人加油稿的状物有感剧本春联的谚语助学金学习方法成语周记。

瑜伽馆策划方案篇五

活动周期：9月1日——10月20日，欢迎各位预约免费体验课程~

【一】年卡不限次卡特价：

老会员介绍朋友办卡加送课程或瑜伽毯一条，任您选。

【二】60次次数卡优惠：

现价3499元，买一张60次卡加送5次课（可双人使用，一年有效）；

老会员介绍朋友办卡可单独领取3次课卡或瑜伽毯一条，任您选。

【三】瑜伽服品牌特惠：

9月份引进新国外品牌瑜伽服，第一件9.5折，第二件9折，欢迎到店订购~

【四】瑜伽私教课特惠：

私教课：300元节、400元节，全部10节起购；

购买10节打9.2折，购买20节打8.2折

备注：以上四种卡仅限优惠期内购买，过期恢复原价，所有卡种已付款为准，新老会员皆可购买，本馆长年提供免费体验课程~欢迎咨询，此次活动最终解释权归一格瑜伽所有。