

# 2023年商家评比活动策划案(通用10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。

## 商家评比活动策划案篇一

1. 购物每满1000元减328元可采取抽奖的形式：可设置抽奖箱一个，里面可放置三个乒乓球，球上分别标注218元、318元、418元由顾客自己抓取)
2. 大唐通宝公司开展《感恩母亲》或《妈妈的手镯》征文活动，凡是有文章的顾客均有精美礼品赠送。

## 商家评比活动策划案篇二

x由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”。并逐步发展成为零售企业的龙头老大，其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评。从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业。现在x入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下：

1. 基本目标：为庆祝本店开业及端午佳节到来之际以低价让利物美价廉的产品优质的服务来赢取顾客。扩散商场知名度树立良好的企业形象。
3. 营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润。
3. 长期目标：提高销售额扩大市场占有率最终实现经济效益和社会效益的统一。

1. 市场状况：选址在繁华商业区周围具有现实的北京华联金博大等大型超市等竞争者并还有可能具有潜在竞争者。

2. 产品状况：产品大多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别不大商品种类齐全。

3. 宏观环境状况：消费群体大多数为流动性人口人口密度较高客流量大消费者的现实需求和潜在需求都很大。

优势：具有很强的规模效应.在一定程度上具有很大的竞争力.而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营营销具有特色培训体系健全化等显著特点。

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多.

机会：目前零售业的.发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮。

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多.

1. 以成本为基础以同类产品价格作为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品。

2. 给予适当数量折扣鼓励多购.

1. 综合运用产品组合策略价格组合策略销售渠道策略等市场营销策略以取得最佳的经济效益。

2. 保持本土化经营。

1.“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客x在郑州开张并传递物美价廉的信息以及优美的购物环境引起顾客的购买

欲望从而增加销售。

2. 并附以街头发传单的形式并向顾客传递x的经营理念“天天低价”原则。

3. 在刚开店期间广告预算投入多些在店开张热潮过后应立即削减广告量尽量减少不必要的广告开支以压缩广告量来压缩成本同时做到保持商品的低价。

4. 注重卖点的广告宣传即pop广告。

1. 建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系。

2. 企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转。

3. 设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲述爱护资源保护环境的途径树立良好的社区关系。

4. 赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象。

5. 邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式。

1. 实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特殊服务。

2. 对消费者促销：赠送样品减价推销。

3. 把握需求特征现在多以季节性商品和一般感性商品进行促销以刺激消费需求扩大销售额。

## 商家评比活动策划案篇三

□

与电台联系，尽可能以黄金时段播报。播报内容参见文

搞。(3月1日前后播出)电视:

根据实际情况配合店内图像播放、广告旁白另复(内容逐情修订)。(加盟店在制作电视广告时,应与电视台编播人员协作力求阐明广告意图3月1日前播出)

## 商家评比活动策划案篇四

凡于活动期间购物的女性,凭购物小票(不限金额)可获得xx美容院美容卡一张(面值50元)

注:与一家较知名美容院联手合作

2扮靓女人,购物添光彩

凡3.8妇女节当日凭单张38元购物小票的女性顾客可参加大转盘一次,如果你转中的时间正是你购物的时间段,将获赠相应的三八节礼品,奖品多多,幸运多多,一票限转一次,金额不做累计.

时间设定(每30分钟为一单元)

礼品选择:一袋早餐奶或护肤品(售价不超过2元),护肤品可选择一些小赠品以减少费用支出.

费用预估:预估每个时间段有10人中奖,机动费用为500元

3.3月8日妇女节购物的女性顾客享受会员双积分

节日美陈:正门南侧设妇女节商品专卖区,上方悬挂相应主题吊牌,针织区悬挂妇女节主题吊牌.

宣传方式:流动字幕商品展板\店内海报广播

## 商家评比活动策划案篇五

二、：

三、：

一至三层卖场

(1)活动期间内商场各楼层妇女商品专柜特价销售，务求折扣做到最低。商品范围包括：珠宝化妆、服饰饰品、皮鞋皮具等。

(2)开展“只有他才最爱你”活动。“三·八”节当天，只有男士到商场业务部门指定的数家相关专柜购物才能享受特别优惠或购物到一定金额赠送特别礼品。

(3)活动期间，在共享大厅组织不少于10辆花车做促销。促销商品建议为服装、鞋帽、饰品等女士购买热情高、售价又相对较低的物品。

(4)举行“时代女性风采飞扬”内衣展示秀。三八节当天上午和下午各进行一场内衣展示秀。模特所穿内衣由二楼女装部提供。

(5)“做漂亮健康的’女人”活动。邀请妇女健康咨询工作者现场解答女性顾客提出的问题。联系多家健身、美容、娱乐、技能培训等单位，为三八节在商场购物到一定金额的女性顾客提供优惠，同时也为他们争取客源。

商场入口等明显处设立活动须知；活动期间播音室滚动播出活动内容；3月3日和7日晚报各刊登1/2版套红广告。店内参加活动商品pop特别注明。

## 商家评比活动策划案篇六

1、狂欢帽子节！展出款式新颖、色彩鲜丽的各款男女老少帽子！部分帽子、手套半价销售！让您在享受暖冬的同时，增添一抹靓丽的风采！操作说明：在寒冷的冬天，帽子是不可少的御寒用品，也越来越成为时尚年轻人着装的一大点缀。在帽子展出陈列上，可以突出红色的圣诞帽，一方面渲染节日氛围，另一方面也通过圣诞帽带动其他帽子的销售。

2、购物送手套，还有连环大惊喜商场购物满12元，凭购物小票，赠送一双手套（手套价值5x1元左右），在手套里还藏有奖券。同期可开展手套节，展出销售不同款式的各类手套。

## 商家评比活动策划案篇七

20xx年1月1日——20xx年1月16日

百万现金券大放送欢天喜地迎新年

1、喜迎新年，红包免费送

活动期间，凡来xx电子市场购物的顾客，不论购物多少，均可凭市场统一销售票据，在市场服务中心领取红包一扎。

2、畅享新年，赛格送“旺”

活动期间凡来xx电子市场购物的客户，无论消费多少均可凭购物凭证至服务中心参加幸运抽奖，获得1次抽奖机会。

中奖等级名额奖品设置奖品价值

一等奖5名旺旺大礼包150元

二等奖10名旺旺大礼包50元

三等奖50名旺仔牛奶5元

纪念奖2000名旺旺仙贝1元

## 2、家居市场元旦促销活动方案

一、进店就有礼。厨柜、衣柜、电器、厨房用品系列产品，统一最低xx折，进店有礼，送环保购袋(进门必须送，不送处罚!)

二、交定金500元，即送380元电子砂锅产品1套。

三、订满再送。(折后价为准)

1、订购总金额厨柜、厨房用品(不含电器)满5001元—10000元者，直送价值500元抵扣券。

2、订购总金额厨柜、厨房用品(不含电器)满10001—15000元者，直送价值1000元抵扣券。

3、订购总金额厨柜、厨房用品(不含电器)满15001元—xx0元者，直送价值1500元抵扣券。

## 3、手机元旦促销活动方案

20xx年1月1日-20xx年1月8日，凡购买xx手机，均有便携式旅行小音箱赠送。

赠品介绍：该赠品为便携式旅行小音箱，主要的`用户利益点在于手机音乐的共享，可以在郊游，聚会等时刻，随时随地播放手机中存储的音乐。

# 商家评比活动策划案篇八

在一些节日的到来时吗，商家都会通过举行促销活动而吸引顾客，举行促销活动时需要有活动方案。下面本站小编给大家介绍关于促销活动策划方案的相关资料，希望对您有所帮助。

## 一、期限

自x年x月x日起至x年x月x日止，为期3个月。

## 二、目标

把握购物高潮，举办“超级市场接力大搬家”，促销x公司产品，协助经销商出清存货，提高公司营业目标。

## 三、目的

(一)把握圣诞、元旦以及结婚蜜月期的购物潮，吸引消费者对“接力大搬家”活动的兴趣，引导选购x产品，以达到促销效果。

(二)“接力大搬家”活动在a□b□c三地举行，借此活动将x进口家电，重点引向x国市场。

## 四、对象

(一)以预备购买家电之消费者为对象，以f14产品的优异性能为主要诱因，引导购买x公司家电，并利用“接力大搬家”活动，鼓舞刺激消费者把握时机，即时购买。

(二)诉求重点：



1. 性能诉求：

真正世界第一！

x家电！

2.s.p.诉求：

买x产品，现在买！

赶上年货接力大搬家！

五、广告表现

(一)为配合年度公司“x家电”国际市场开发，宣传媒体之运用，逐渐重视跨文化色彩，地方性报纸、电台媒体、电视节目选择，亦依据收视阶层分析加以考虑。

(二)以x公司产品的优异性能为主要诱因，接力大搬家s.p.活动为助销手段，遵循此项原则，对报纸广告表现之主客地位要予以重视。

(三)tv广告，为赢得国际消费者，促销欣赏角度并重，拟针对接力大搬家活动，提供一次30分钟实搬、试搬家录现场节目，同时撷取拍摄15"广告用cf一支，作为电视插播，争取雅俗共赏，引起消费者的强烈需求。

(四)pop□布旗、海报、宣传单、抽奖券。

六、举办“经销商说明会”

为配合国际市场开发策略，并增加此次活动之促销效果，拟会同公司及分公司营业单位，共同协办“年末促销活动分区说明会”，将本活动之意义、内容及对经销商之实际助益做

现场讲解，以获求充分协助。

## 七、广告活动内容

### (一)活动预定进度表

注：“接力大搬家”日期定于圣诞前后，理由有二：

1. 圣诞前后正是购货高潮期，应予把握。
2. 圣诞前后，是目标市场顾客非常忙碌的时刻；交通必然拥挤，交通问题不易妥善处理。

### (二)活动地区

在x国a□b□c三地，各择具备超级市场之大百货公司举行。

### (三)活动奖额

#### 1. “接力大搬家”幸运奖额

(1)a地200名□b地150名□c地150名，如下表：

表5-4 “接力大搬家”幸运奖地域分布

区别 次别

a地 b地 c地

首次抽奖 100名 70名 70名

二次抽奖 100名 80名80名

合计200名150名150名

(2) 以户为单位，每户限时相同，均为10分钟。

(3) 每户10分钟，以接力方式进行。

## 2. “猜猜看”活动奖额

(1) 完全猜对者一名，与搬最高额者同额奖品，同时猜中者，均分。

(2) 附奖5位，最接近搬最高额者，每名赠x品牌家庭影院一套，超抽签决定。

## (四)活动内容说明

1. 收件期间：自x年x月x日至x年x月x日，在a□b□c三地举行试搬，除选定之百货公司本身广为宣传外，并加以录像拍制现场，节目于x月x日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15□cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。

### 一、活动背景

由一个乡镇小企业壮大为一个世界皆知的“零售帝国”.并逐步发展成为零售企业的龙头老大,其足迹几乎遍布世界各地获得了消费者的一致好评.从一九九六年在深圳开业现已有多家连锁超市也相继开业.现在入驻郑州的第一家分店即将开业其具体活动安排如下:

### 二、活动目的:

1. 基本目标: 为庆祝本店开业及端午佳节到来之际以低价让利物美价廉的产品优质的服务来赢取顾客.扩散商场知名度树立良好的企业形象。

3. 营销目标：通过各项活动扩大顾客的活动参与度拉动销售增加商场效益并通过娱乐营销的方式增加企业利润。

3. 长期目标：提高销售额扩大市场占有率最终实现经济效益和社会效益的统一。

### 三、目前营销状况：

1. 市场状况：选址在繁华商业区周围具有现实的北京华联金博大等大型超市等竞争者并还有可能具有潜在竞争者。

2. 产品状况：产品大多数以大众化消费品为主品种繁多价格差别不大商品种类齐全。

3. 宏观环境状况：消费群体大多数为流动性人口人口密度较高客流量大消费者的现实需求和潜在需求都很大。

### 四、swot问题分析：

优势：具有很强的规模效应.在一定程度上具有很大的竞争力.而其本身不断进行技术更新并购买卫星打造强势供应链管理具有高度规范化经营理念科学化营运营营销具有特色培训体系健全化等显著特点。

劣势：运营成本高规模巨大带来管理上的更大挑战在异地发展面临问题颇多。

机会：目前零售业的发展形势很好市场机率很高及对市场的把握分析有利于企业抓住机遇引领购物新高潮。

威胁：存在现实的和潜在竞争力市场风险因素较多。

### 五、价格策略：

1. 以成本为基础以同类产品价格作为参考并以“天天低价”的口号推出物美价廉的商品。
2. 给予适当数量折扣鼓励多购。

## 六、促销策略：

1. 综合运用产品组合策略价格组合策略销售渠道策略等市场营销策略以取得最佳的经济效益。
2. 保持本土化经营。

## 七、广告宣传：

- 1.“5m”原则：选择报纸和电视两媒介以告知顾客在郑州开张并传递物美价廉的信息以及优美的购物环境引起顾客的购买欲望从而增加销售。
2. 并附以街头发传单的形式并向顾客传递经营理念“天天低价”原则。
3. 在刚开店期间广告预算投入多些在店开张热潮过后应立即削减广告量尽量减少不必要的广告开支以压缩广告量来压缩成本同时做到保持商品的低价。
4. 注重卖点的广告宣传即pop广告。

## 八、公共关系：

1. 建立和维持企业与消费者之间的正常的合作关系。
2. 企业与供应商建立良好的协作关系以保证商品正常运转。
3. 设立科普画廊利用图文实物文体等形式向人们讲述爱护资

源保护环境的途径树立良好的社区关系。

4. 赞助失学儿童多参加一些公益活动树立良好的企业形象。

5. 邀请官员对企业参观考察出席新闻发布会等形式。

九：营业推广：

1. 实施会员制促销：消费者成为会员后可享受各种特殊服务。

2. 对消费者促销：赠送样品减价推销。

3. 把握需求特征现在多以季节性商品和一般感性商品进行促销以刺激消费需求扩大销售额。

共2页，当前第1页12

## 商家评比活动策划案篇九

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费模式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，也存在诚信的问题，正是基于这种情况，中寰创世建议与媒体联动，增强活动公信力，借媒体的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

20xx年10月1日、3日、5日上午10：00和下午17：00。

价值5600元的套装组合家具，全部套装组合家具为30套。

持有合美嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”卡的客户。

1、9月10日—10月5日期间，至合美嘉家具自选商场认购秒杀

券；

2、10月1日—10月5日期间，在凤凰城合美嘉一元秒杀券认领处认购；

4、9月10日—10月5日期间，预订合美嘉套装组合家具，获赠一元“秒杀”券。

2、入户推广：郑州晚报发行队伍，每天进家入户直接推广；

3、小区推广：合美嘉指定小区由郑州晚报发行的人员有针对性的目标客户进行推广；

5、媒体推广：合美嘉报广□dm□大屏进行活动的推广。

合美嘉的客群主要以郑州消费者居多，要把活动推广好，首先要影响郑州的人群，要影响郑州人群就要选择能够影响郑州人群的媒体。郑州晚报主要发行郑州市区及周边市县区，办报60多年，在郑州老百姓心目中有着良好的口碑，在郑州市区发行覆盖面广，党报性质订阅，读者中事业单位中层以上领导占比多，与合美嘉客群吻合，选择与郑州晚报合作更适合。

2、以“预订合美嘉套装组合家具，送郑州晚报和郑州手机报”的形式进行目标客户的收集。

3、以“郑州晚报·家具惠十一”的专题栏目形式进行活动的推广及活动内容的传达。

1、郑州晚报·富之岛套装组合家具一元秒杀团成员招募形式，进行大规模客户召集；

2、合美嘉客户信息库，群发短信告知活动内容进行客户组织；

3、合美嘉建材家居客户信息库，群发短信告知活动内容进行客户的组织；

4、活动期间，到合美嘉店咨询或有购买意向的客户，进行零散客人的组织。

7、照相机或摄像设备：每场活动最好全程摄录，以备公司留存和有质疑的客户查证；

8、秒杀活动主持人：以口才好、语言富有煽动性、体健貌端的人为宜，需一人；

9、公证人员：为了体现活动的公平、公正、公开的原则，建议设置活动公证人员；

10、颁奖礼仪人员：引领领导上台及送上颁奖牌等相关环节的协助。

1、参加合美嘉家居自选商场·富之岛套装组合家具一元“秒杀”活动，需持一元秒杀券；

4、一元秒杀券不退换、不记名、遗失不补、逾期作废，仅限使用一次，用后自动作废；

7、如果有采用制假秒杀券等非法方式参与活动的，合美嘉保留相关法律权利；

8、在法律许可的范围内河南合美家居有限公司拥有调整活动内容及一元秒杀券的最终解释权。

1、上午8：00——下午5：00

秒杀活动开始前，组织合美嘉员工在活动现场摆设一元秒杀券售卖台，进行秒杀券的售卖；



2、上午8：00下午3：00

3、上午8：00—9：50下午3：00——16：50

4、上午9：50下午16：50

为了体现公平，活动开始前十分钟，封存秒杀箱，不得再投递秒杀券；

5、上午10：00下午17：00

6、上午10：10下午17：10

请合美嘉领导讲话，介绍合美嘉及合美嘉企业文化、经营理念等；

7、上午10：20下午17：20

随机请一位现场的客户上台，摇动秒杀箱，查验秒杀箱是否完整及有无猫腻存在；

8、上午10：25下午17：25

随机请一位客户上来从秒杀箱里抽出一张秒杀券，并由该客户当场公布秒杀券编码及客户信息，然后请上抽中的客户上台；(第一场活动请合美嘉领导抽取第一个客户)

9、上午10：28—10：48下午17：28—17：48

10、上午10：50下午17：50

11、上午10：55下午17：55

合美嘉员工引导客户光临合美嘉卖场；

12、上午11:00下午18:00

登记幸运客户信息，并办理相关手续，协商送货事宜。

1、每场活动抽出五位幸运客户，且最好有客户自己抽取，以免引起质疑；

3、活动开始前及结束后，合美嘉员工多注意引导客户光临合美嘉卖场，推荐特惠活动；

5、每场秒杀活动的幸运客户，主持人当场进行身份核实并当场公布。

## 商家评比活动策划案篇十

在一年一度的双11中，商家有着怎样的活动方案呢?活动方案里面有着怎样精彩的环节呢?下面本站小编给大家介绍关于双11商家活动方案的相关资料，希望对您有所帮助。

### 一、活动背景

在双十一活动前夕，商家可以参加淘金币、聚划算、等活动以增加其的品牌曝光率，提高品牌知名度，从而在双十一活动中的销售做铺垫。

### 二、活动时间与活动商品

活动时间：11月7日到11月15日

活动方式：

1. 淘金币：挑选10款产品(顾家支持)上淘金币活动

2. 聚划算：挑选3款产品(顾家支持)上聚划算活动

### 三、店铺活动

1. 好评送消费券
2. 收藏拿双十一红包
3. 关注有好礼

活动规则：(1)消费券只限购买原价商品；(2)聚划算商品不参加双十一活动。

### 四、活动推广

1. 直通车引流
2. 店铺活动通告
3. 宝贝描述通告
4. 帮派社区宣传
5. 旺旺签名活动预告
6. 淘客联盟

### 五、活动跟进

美工：做好退款办理时间、订单信息修改、发货快递和时间等声明放置在首页及商品详情页。

客服：售前x名+售后x名+客审x名(负责订单审核和打印) 确保电脑配置;确保公司网络;检查促销软件设置。快捷短语和自动 回复(提前准备、包含促销、尽量少用)

仓库：确保库存准确，避免缺货。 准备好打印机及相关材料

和打包用的材料。准备适当比例的货品提前包装并分开堆放在活动中，保证客服端、制单员、仓库的沟通畅通，以保证售中过程中修改订单信息等情况的顺利解决。

## 六、库存准备

(2) 根据预期销售规模，做好双11大促活动主要销售商品库存的提前备货。务必于活动前和相应的供货渠道确定应急补货机制，确定供货渠道的供货能力，建立紧急沟通联系方式，保障在库存不足的情况下可以快速做到货品补充或及时下架。

(3) 检查货品条码管理体系，确保所有发货货品都有条码，便于出库检查配货准确时使用扫描枪扫条码的方式做校验，提高速度和效率。

(4) 务必于双11活动前的2~3天做一次全仓盘点或相关大促活动商品的盘点，清晰库存规模，并将真实库存数据100%录入到ops中。

## 七、人员准备

(4) 按照流量的高低去计算各个岗位的人员数量

(5) 物料要针对可能出现的最大流量和包裹数去计算

## 八、物料准备

(2) 快递面单、发货单纸张贮备，打印机调试、打印耗材(色带、墨盒)准备，为提升打单环节的速度，不建议双11大促活动期间使用普通针式打印机打印发货单，而是建议采用激光打印机或热敏标签打印机打印发货单。对需要打印配货汇总单或分单汇总单配货的商家，务必准备高速喷墨或激光打印机及其耗材。

(3) 本次双十一活动提出的要求更多的是对商家的服务方面的要求，特别是 发货环节的要求，要求在2天内将所有北、上、广、深、杭的客户优先发货。所以建议在包装或面单上有明显的文字标示或颜色标示等方式。以便快速分拣。

一、时间： 年 月 日上午。

二、地点：售楼中心现场。

三、人员：工作人员、客户、礼仪、主持人、贵宾等。

四、拟邀贵宾：市政府有关主管领导、市建委、市房地产管理局领导、市建筑、规划设计院负责人等。

五、拟邀媒体：电视台□xx日报、新闻台等。

六、预定目标：对外传达开盘典礼的信息，显示企业实力，扩大社会知名度和美誉度，体现美好前景，促进楼盘销售，与此同时进行企业社会公关，树立xx地区\*房地产开发有限公司积极良好的社会形象，并融洽与当地政府职能部门、客户及供应商的关系。

七、会场布置：

1、主席台区：主席台区也就是剪彩区设在售楼中心南边，主席台中间为主持人及贵宾讲话用的立式麦克风，台面铺有红色地毯，背景墙为喷绘画面，主题为“开盘庆典仪式”。

2、签到处：来宾签到处设置在主席台北侧。签到处配有礼仪小姐。签到处设置签到处指示牌。

3、礼品发放区： 届时也可将签到处的桌子作为礼品发放桌。

4、贵宾休息区：可放在售楼中心现场，设置沙发、茶几饮料、

水果、湿毛巾，摆放精美插花作为点缀。

## 八、开盘活动要点：

### 1、室内外表现

#### 1) 彩旗(彩条)

2) 在售楼处大门外道路两旁悬挂，挂在沿街灯柱上，用以烘托热烈的销售气氛。

#### 盆景花卉

在售楼处大厅的各个角落，分别摆设，以增加视觉美感、清新空气和烘托亲切氛围。

#### 3) 气拱门、气球

在工地现场、市区主干道布置大型气拱门、热气球、道旗，借以营造项目热烈的开工、开盘气氛。

### 2、现场表演活动内容：

1) 军乐队：用于演奏振奋人心的乐曲，作为背景音乐贯穿开盘庆典仪式的始终。

2) 腰鼓队：在现场安排一支由20人组成的腰鼓队，用于迎宾和送宾，增添喜庆欢乐的气氛。

3) 舞狮活动：在仪式过程中穿插舞狮活动表演，预示着美好的发展前景。

### 3、开盘促销活动配合：

以“1000元当10000元，不买房也可以轻松赚一把”为活动宣

传主题，吸引客户踊跃购房，形成让利于客户、开盘即旺销的良好公众形象。

活动文案如下：

为酬谢首批客户，开发商特斥资80万元，于9月30日现场发售购房vip卡100张，并免费赠送抽奖卡100张。购房vip卡每张卡统一售价1000元，卡面值分别为5000元、7000元、10000元三种，持卡人在购房时可冲抵与vip卡同等金额的房款，购房vip卡系无记名卡，可自由转让。

抽奖卡奖品设置为购房券5000元10名，购房券3000元20名、物管费1000元30名，均可冲抵房款，品牌电饭煲20个，品牌电熨斗20个，中奖率100%，抽奖卡依现场排队顺序免费赠送。赠完为止，以上酬宾活动由xx市公证处全程公证。

现场排队应遵守先后顺序，按现场指定的起止点方向排队，9月30日早上6：00开始接受排队。

本公司将于20xx年9月30日上午8：00开始发送“排号出入卡”。

获得“排号出入卡”后，每十人一组依次进入营销现场办理登记、交费取卡手续。

“购房vip卡”在购房兑换时，必须与购卡收据一并出示，方为有效。

活动规定：参与者必须年满18岁以上，具有完全民事行为能力，持有效身份证明的中国公民、华侨、港澳台同胞或外国公民(每人限购、取卡一张)

购房vip卡售出不退，购房时冲抵购房款；不购房或超过购房时间期限此卡作废，不予兑换。可以自由转让，转让价格自

定。

购房vip卡在购房时凭卡面金额冲抵同等金额房款，每套房仅限使用一张卡。

本次活动对团购客户无效。

#### 4、筹备工作：

1) 拟定与会人员。于 月 日向与会领导发出请柬□

2) 提前准备好请柬，并确认来否回执。

3) 提前5天向气象局获取当日的天气情况资料。

4) 落实管辖范围内的保安指挥和负责秩序工作。

5) 提前6天落实指挥和负责秩序工作。

6) 做好活动现场的礼品、礼品袋

7) 提前8天办理气球、活动场地、气拱门所需的审批。

5、来宾身份识别：来宾到场后，礼仪小姐为来宾佩带胸花。贵宾由礼仪小姐指引或公司领导陪同前往贵宾休息区。

#### 6、人员安排：

1) 预设礼仪小姐10名，入口处4名，签到处2名，会场区4名礼仪小姐要求统一着礼服。

2) 工作人员15名；

3) 公司工作人员30名；



## 九、仪式流程：

11:00 客户签约，开盘销售活动正式展开。

## 十、媒体计划：

### 1、报纸广告

27日、28日、30日在《xx日报》第x版刊登整版广告，告知开盘的信息。

### 2、电视广告

电视台录制开盘录像，制成vcd作为开盘活动的资料。并由电视台制作新闻，报道整个开盘活动现场的情况，进一步扩大宣传。

### 3、电台广告

在开盘前后两个月播出开盘的信息。

### 4、印刷品广告

楼书、海报已印制完毕，采取派员发放与夹报相结合的方式。

## 十一、广告预算

1.《xx日报》27、28、30日整版 x元

2.电视台录制开盘录像及新闻报道 x元

3.电台广告宣传 x元

4.开盘仪式场地户外广告管理处审批 x元

5、礼仪公司各项费用 x元

(含舞台、音响、舞狮队、腰鼓队、军乐队、礼仪小姐及主持人酬金)

6. 气球(开盘现场及市区主干道) x元

7. 鲜花盆景租赁 x元

共计 x元

贵州演艺策划传媒有限公司

贵州演艺策划传媒有限公司业务范围:

1. 专业文艺演出: 大型演唱会、文艺晚会、电视综艺节目制作
2. 各式商务演出: 公司晚会、会议演出、新年联谊活动
3. 新闻发布会、时装展示会、产品推介会及商务促销露演
4. 各种会议服务、展览展示
5. 礼仪庆典: 开业庆典、周年庆典、开工奠基剪彩仪式及剪彩仪式等。

满就减

价格优惠是最直接、最传统的促销方式。x期间大部分顾客都是在为新年购置新服装, 有效地采取“满x元减x元”的活动, 可有效地促使消费者同时购买多件衣服。在进行“满就减”活动的时候, 一定要注意商品的定价, 如果一件衣服的价格就超过了设定的价格, 或者这个金额很大, 需要买十件八件

才能凑够，那么，促销的效果将会被削弱。这个“x元”的价格区间最好设定在两件到四件衣服的价格，这样才能达到促销的目的。

## 赠送礼品

赠送礼品也是很多服装商家常采用的招数。在赠品上要有所选择：有些商家搞活动时选择赠品刺激或者特价商品时往往是凭感觉，粗枝大叶地随手拈来，其实这些赠品的选择是很有学问的。赠品的选择要符合目标人群的需求，要是他们强烈想得到的，或一些时令性的商品，绝对不可设置一些顾客不需要或可要可不要的商品；折扣商品要拉开档次，前面所说的赠品的目的是为了吸引人气，却都不能带来利润，而我们搞促销的目的是为了销售和利润，所以在折扣商品上要拉开战线，提前规划设计好，争取利润达到最大化。

吆喝叫卖的时代已一去不在，最好的方法是融销售于活动和娱乐之中，结合一些公关活动，进行品牌积累提升品牌形象。娱乐活动与传统的打折促销相比，更容易让消费者融入其中，除了让消费者享受到价格优惠之外，还能有效地宣传店铺和品牌，将店铺、品牌的文化和气质传达给消费者。在活动安排上一定要有参与性和趣味性，活动的难度把握是关键。太简单就缺乏挑战性，太难又会使消费者反感，效果将适得其反。

## 主题促销

由于各个厂家和商家各显神通，大举宣传，消费者往往被淹没在各种促销的海洋里。你的促销活动想跳出来，给消费者耳目一新的感觉，就必须有个好的促销主题。一个好的促销主题就像是一个动人的“媚眼”，对消费者起到第一步的吸引。

因此x节日的促销主题设计有几个基本要求：一要有冲击力，

让消费者看到后记忆深刻;二要有吸引力或者让人产生兴趣,例如很多厂家用悬念主题吸引消费者继续探究;三要简短、易记,一些主题长达十几个字或者更多的谁会理睬。

## 针对性促销

由于店铺的目标顾客大都有地域性限制,所以选择媒体要针对这些目标顾客,争取一网打尽。一般不建议用电视等覆盖面广,且针对性散乱的大众媒体。最好是采用廉价的和有针对性的传单、海报,甚至是对会员的一对一沟通,这样x节省了成本又能确保其有效性。