

# 最新营业策划意思(优秀5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。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 营业策划意思篇一

活动时间：6月22日——7月1日（10天）

广告语：

- 1、三楼品牌清仓大卖场不计成本先到先抢
- 2、购物狂潮价格风暴
- 3、再掀价格狂潮再造价格神话
- 4、省钱就是赚钱~！

活动内容：

一、20xx件小衫天天论斤卖

活动方式：

- 1、自活动之日起每天上午9：00——10：00，下午2：00——3：00两个时间段，每时间段商场在三楼开辟夏装“论斤卖狂卖区”活动时间内，所有在狂卖区货架上的商品，每斤0、5元起价，每个时间段仅限100件衣服，分秒必争，抢完为止。

2、配备电子秤2台（如有需求可适当考虑增加）

4、在非狂卖时间段，特卖区域服饰价格返回到正常价格。

二、500元羽绒服1元卖！

时间：23、24日两天

活动方式：

1、自活动之日起每天上午10：00——11：00，下午3：00——4：00两个时间段，每各时间段商场在三楼开展“500元羽绒服1元卖”活动，共200件羽绒服一律一元起价拍卖！

2、拍卖商品必须在售出小票上标明“拍卖”字样

3、服务员可以在每个时间段临时在三楼抽调，适当在特定时间段增加服务速度。

4、在拍卖时间段，服饰价格返回到正常价格。

三、每天好礼免费送

活动方式：

每天不定时发放免费好礼！（）详情请收听益天龙商厦店内广播

地点：益天龙商厦三楼清仓大卖场

活动详情

一、一楼大台北鞋业广场夏凉鞋20元起

二、一楼牛仔服饰馆夏凉小衫10元起

三、二楼服饰广场，男女装，内衣、箱包大出清1折起

四、三楼清仓大卖场再掀价格狂潮

三楼活动详情

一、广州知名品牌清仓处理

二、200万双星鞋清仓大甩卖

注意事项：

1、所有厂家增加应季货品（400件/厅——36平方米）

2、定价：应季商品：进价×1、2（1、5）

反季商品：低于进价

3、每个厅内增加2~3个花车或地架

4、单品大约50个左右

5、拍照单品写清原价和现价

6、制作适量爆炸签

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 营业策划意思篇二

1、一期商铺基本一售罄，二期商铺也在x月底开售，在五一的时候也做了相应的推广活动，这时端午正式我们再次加固客户、加大推广力度的时机。

2、项目在销期间有众多意向客户，加快逼定意向客户。

3、端午节假日，部分外出打工的客户回乡、机关事业单位事业单位放假，潜在客户量提升。

1、维系老业主关系，提供销售人员与业主沟通感情的机会。

2、口碑传播，通过老业主以及x民众之口为x做传播。

3、通过此次维系活动，为提高促进x二期商铺的销售。

xx年x月x日

x项目售楼处

x老业主及来访客户。

在售楼部门口贴挂钟馗像、挂艾草。渲染节日气氛。

### (一)活动内容

1、现场品尝各类粽子。

2、参与现场活动并领取礼品。

## (二) 活动流程安排

1、客户到场，签到。

2、现场品尝各类粽子(入会办卡展示)。

3、现场品尝各类粽子(入会办卡展示)。

## (三) 案场系列活动细则

1、“投飞镖、赢大奖”

活动时间□xx年x月x日9:00。

活动方式：凡是在此期间来访的老业主，均有一次参与本活动的机会(由销售代表引领客户到活动区域签字确认参与活动)，通过投飞镖，按照所得的环数赢取不同的奖品。

活动内容：每位客户均有三次投掷飞镖的机会，累加三次飞镖的总环数，换取相对应的奖品。

活动物料：飞镖10枚，标盘5个，登记与礼品桌1张。

奖品设置：

一等奖(25——30环)：绒线玩具(价值x元)。

二等奖(15环——24环)：水杯(价值x元)。

三等奖(15环以下)：钥匙扣(价值x元)。

备注：活动奖品以公司原有剩余礼品发放为主。

## 2、“品尝各类粽子”

活动时间□xx年x月x日9：00。

活动方式：由销售代表通知客户活动信息，邀请老客户及来访客户，在x日下午17：00时统计参与人数。

## 营业策划意思篇三

“青年置业——小户型当家”x报看房团暨浓情端午，“粽”享未来。

xx年x月x日

1□x报报名客户(200人左右，分为两批)。

2、现场来访客户。

3、前期来访来电客户(置业顾问回访邀请)。

(一)线上部分□(x报宣传)

1、活动前期的新闻预报和参与读者的咨询、报名。

2□x月x日的特刊释放，主要内容包括关于小户型的新闻报道和房地产开发企业小户型展示的形象广告。

(二)线下部分□(x报北线看房直通车)

组织读者参与专门针对小户型的看楼直通车活动。

(三)现场活动：(浓情端午，“粽”享未来)

目的：以端午节为噱头，结合华商报看房团的到场，通过现

场客户参与性小活动，并以赠送小礼品形式给客户利益点，使看房团及来访客户愿意长时间停留在销售中心，营造现场销售气氛。

形式：

1、x报看房团客户及端午期间来访客户在销售中心登记个人信息，即可领取端午节精美礼品一份(如粽子等)。

2、购买端午荷包制作材料，邀请荷包制作老师，现场给客户制作荷包，客户更可亲手diy端午小荷包。

3、外场接待，在邀请荷包制作老师现场教客户diy荷包的同时，做茶艺表演，同时会有演绎四人组配合表演现场弹奏古典音乐，让客户亲身体会高雅的茶文化，品评幽香茶味。

4、现场提供冷饮、冰激凌、爆米花，给客户带来凉爽夏季的感觉。

5、在x超市门口请2个环保大使派发环保袋，环保袋内装宣传资料，树立x楼盘的公众形象。

## 营业策划意思篇四

5月26日——6月10日

锦江大酒店

1、让顾客了解锦江大酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。

2、丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情消费；

3、开发现有场地资源，调动清淡时段的营业潜力；

4、凝聚宾馆销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业。

端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

“融融端午情团圆家万兴”在祁阳酒店消费水平日益提高成为一个高档次的状况下，首先在广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

1、客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，每现金开房1间送20元餐饮消费卷。

2、餐饮部以“融融端午情团圆家万兴”的名义开展如下促销活动。

1)、美食城的菜价10元，燕京纯啤买一送一。

2)、贵宾厅菜金八折。消费300元以上送消费卷20元，并送ktv下午场(不含海鲜、鲍翅燕、煲汤、烟酒)。

## 营业策划意思篇五

20xx端午节期间。

以中秋佳节、端午节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展；同时通过“端午营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务（vip服务、社区服务、自助服务）的认知和感受，提高电子渠道的分销效率，切实提升经营业绩。

活动主要包括以下内容：



## （一）“端午营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动：

### 1、“端午营销。自助服务送好礼”

（1）活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值200元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

（2）凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值200元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

### 2、“端午营销。卡庆双节”

（1）活动期间申请卡免收当年年费。

（2）刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易pos单据和银行卡到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达1000元（含）以上，赠送价值100元礼品；

刷卡消费达5000元（含）以上，赠送价值150元礼品；

刷卡消费达10000元（含）以上，赠送价值200元礼品；

刷卡消费达20000元（含）以上，赠送价值300元礼品；

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费5000元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

各行应根据当地实际情况，积极筛选3—4个大型商场、高档宾馆、高档饭店等消费交易量大的特约商户，对当天消费达到标准的客户采取现场赠礼的方式，提升活动的轰动效应。

### 3、“端午营销。速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

（二）“端午营销。产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“端午营销。产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有：

1、营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页（近期下发），以新颖、丰富的视觉感染力，吸引客户关注。

2、网点柜员统一佩戴工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3、活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

4、积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形

象。

5、切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

### （三）“端午营销。产品欢乐送”社区活动。

1、扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

抓住中秋节和端午节的有利时机开展“端午营销。产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

2、结合活动促销内容，确定社区目标客户，积极拓展相关业务量，切实提升社区营销经营业绩。

#### （1）积极拓展速汇通业务

9月、10月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开展凭学生证或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务；对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性；对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取异地代发工资等批量汇款业务。

#### （2）切实促进个人储蓄存款业务

9月、10月个人存款的目标社区应确定为校园社区和批发市场等商业社区，切实抓住学生学费缴纳以及商业交流频繁的季

节特点，大力吸收储蓄存款。抓住端午节期间股市休市的商机，重点营销“个人通知存款”，抓住新生入学的时机，重点营销“教育储蓄存款”，营销宣传中要注意突出我行通知存款助理财、教育储蓄可只分两次存入的创新优势。端午节期间，各行要做好安排，活动期间，各行要安排专人值班，妥善处理客户投诉或满足客户的特殊需求。

### （3）有效发展个人汽车贷款业务以及各项个人消费信贷业务

活动期间，各行应在汽车经销市场、家电批发市场、住房装修市场等商业社区加强对汽车消费信贷以及我行各项个人消费信贷业务的宣传和营销。加强对高中端客户的营销力度，推进集团客户购车服务合作；同时加强与人保财险公司以及汽车经销商的沟通合作，加大对集团客户资源的拓展力度，促进个人汽车贷款业务稳步增长。

在活动期间，各行要加快业务受理的效率和审批速度，在规范操作的基础上力求为客户提供便捷高效的服务。

### （四）“端午营销。产品欢乐送”活动。

以本次活动为切入点，通过建立客户回访制度、了解客户节日需求，充分利用合作单位的服务功能向客户提供全方位贵宾增值服务；同时抓住高端客户“端午”期间有闲暇考虑个人或家庭的财务规划问题的有利时机，向高端客户推介个人理财业务，进一步提高乐当家理财服务的吸引力。主要内容有：

- 1、活动期间，各行采用信函方式或人工送达方式向客户发送省分行统一制做的一张节日贺卡，并同时准备一定金额的礼品。礼品袋由省分行统一制作下发，礼品由各行自备。

- 2、联合本地餐饮、娱乐等行业的高档合作机构在活动期间向持有我行卡的客户提供打折优惠；联合机场、车站等交通部

门向我行客户提供贵宾服务。

3、端午节期间，客户外出较多，各行要确保理财中心、理财专柜和客户专窗正常营业；同时组织营业网点、个贷中心等经营机构切实落实客户绿色通道服务和各项优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境；另外要密切协作，严格执行“漫游服务”标准，确保总行V客户在全国范围内能够得到专门服务，兑现乐当家的品牌承诺。

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在10月份实现以下目标：

- 1、客户新增超过历史同期最好水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高；
- 4、自助设备存取款及其他代理业务交易量比9月份增长10%。
- 5、圆满完成各项业务指标。