

最新母亲节宾馆活动方案(精选5篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

母亲节宾馆活动方案篇一

__月__日在__地区上市。上市之后销售量提升缓慢，主要问题是缺乏品牌知名度，消费者首次购买率不高，对产品缺乏认知。前期在漯河部分中高档酒店搞了免费品尝活动，但由于影响范围有限，效果平平。

为了能在短期内尽快提高“__酒庄”知名度，增进消费者对“__酒庄”的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助5月10日“母亲节”这一事件，以“__酒庄”名义传播“母亲节”概念，提醒__目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，使“__酒庄”深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

二、活动目标

- (一)提高“__酒庄”在__地区的品牌知名度。
- (二)提高“__酒庄”在目标消费者当中的指名购买率。

三、活动亮点

- 1、争取首位效应，制造社会热门话题。

在大中城市庆祝“母亲节”已经普及，但在__地区了解这个节日的人还不多。

“__酒庄”通过开展有关“母亲节”的活动，可以造成一定的轰动效应，使活动成为公众焦点话题。并且在首次了解“母亲节”的消费者心目中，可以留下“__酒庄让我知道母亲节”的印象和记忆，产生良好的社会效应和品牌传播价值。

2、迎合目标消费群心理，满足情感需求。

“__酒庄”目标人群是25岁~45岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结。“邵阳酒庄”对“母亲节”的提醒和推广，可以引发其潜在情感需求。

3、选择媒体空白时区，制造传播效果。

本次活动避开了五一前的营销高峰期，当其他品牌媒体投放、促销活动都暂时疲软期间，在5月10日当天形成高潮，活动效果倍增。“母亲节”活动包含的情感因素，以及在漯河消费者当中的新鲜感觉，完全可以抵消消费者五一期间积累的信息接受疲劳，达到的传播效应。

四、活动流程内容

(一)、活动预热期

漯河大多数人没有过“母亲节”的习惯，“__酒庄”本身知名度也不高，直接对整体活动“冷启动”就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为“母亲节”活动的正式展开做好铺垫工作。告知漯河公众“今年5月9日是母亲节”，以及“__酒庄”在“母亲节”

当天要做的活动内容和承诺，引起消费者参与活动的欲望。

时间：5月1日——5月9日

内容：

1、特约500名品质监督员

为了精确锁定目标消费者，提高本次活动实效性，特在漯河选择500名政企中高层管理人员，在5月1日邮寄贺卡、母亲节宣传折页、“邵阳酒庄”vip品酒卡(可在指定酒店免费领取“__酒庄”两瓶)，告知他们“母亲节”活动内容，邀请他们5月8日到各活动酒店参加“母亲节”庆祝活动。通过聘请他们作为“邵阳酒庄品质监督员”进行关系营销，促进他们的主观能动性，扩大“__酒庄”在中高端消费者中的口碑效应。

2、__有线电视台卫视台插转广告

5月1日~9日，在__有线电视台投放广告，告知漯河消费者“__酒庄”5月10日举行的活动内容，以及开展活动的主要地点。广告片时间30秒，播出形式为各卫视台插转广告。

母亲节宾馆活动方案篇二

为了能在短期内尽快提高知名度，增进消费者对“——”的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助“母亲节”这一事件，以“——”名义传播“母亲节”概念，提醒目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，使“——”深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

二、母亲节活动目标

(一)母亲节促销活动方案提高品牌知名度。

(二)提高目标消费者当中的指名购买率。

三、母亲节促销活动方案母亲节活动亮点

1、争取首位效应，制造社会热门话题。

在大中城市庆祝“母亲节”已经普及，但在漯河地区了解这个节日的人还不多。“——”通过开展有关“母亲节”的活动，可以造成一定的轰动效应，使活动成为公众焦点话题。并且在首次了解“母亲节”的消费者心目中，可以留下“——让我知道母亲节”的印象和记忆，产生良好的社会效应和品牌传播价值。

2、迎合目标消费群心理，满足情感需求。

“——”目标人群是25岁~45岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

3、选择媒体空白时区，制造传播效果。

本次活动避开了五一前的营销高峰期，当其他品牌媒体投放、促销活动都暂时疲软期间，在5月8日当天形成高潮，活动效果倍增。“母亲节”活动包含的情感因素，以及在漯河消费者当中的新鲜感觉，完全可以抵消消费者五一期间积累的信息接受疲劳，达到的传播效应。

四、母亲节活动流程内容

(一)、活动预热期

大多数人没有过“母亲节”的习惯，“——”本身知名度也

不高，直接对整体活动“冷启动”就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为“母亲节”活动的正式展开做好铺垫工作。告知公众“今年-月-日是母亲节”，以及“——”在“母亲节”当天要做的活动内容和承诺，引起消费者参与活动的欲望。

时间：

内容：

1、特约500名品质监督员

为了精确锁定目标消费者，提高本次活动实效性，特选择500名政企中高层管理人员，在5月1日邮寄贺卡、母亲节宣传折页，告知他们“母亲节”活动内容，邀请他们5月8日到各活动酒店参加“母亲节”庆祝活动。通过聘请他们作为——品质监督员进行关系营销，促进他们的主观能动性，扩大“——”在中高端消费者中的口碑效应。

2、有线电视台卫视台插转广告

有线电视台投放广告，告知消费者“——”-月-日举行的活动内容，以及开展活动的主要地点。广告片时间30秒，播出形式为各卫视台插转广告。

3、50家酒店免费品酒活动

5月1日~8日，选择漯河市市区50家中高档酒店，在酒店大厅内设置“邵阳酒庄”展台，摆设小瓶装的“邵阳酒庄”酒，邀请来酒店内消费的目标消费者免费品尝。展台周围放置易拉宝，介绍5月8日“母亲节”当天，在该酒店内举行的活动内容，并向消费者派发宣传“母亲节”活动的宣传单页。

4、漯河主要街道悬挂“母亲节”内容条幅

5月5日~8日，在漯河市人流量大的街道高密度悬挂条幅，以“邵阳酒庄”的名义，采用富有煽情色彩的语言提醒大家关注“母亲节”，形成浓厚的节日气氛。

5、发送“母亲节”亲情短信;短信发送活动内容。

5月5日~8日，以“邵阳酒庄”名义，向持有“邵阳酒庄”点酒卡的目标消费者发送“母亲节”精彩短信，提醒消费者5月8日是“母亲节”，以情感交流打动消费者。5月7日、8日，通过短信发送活动内容，告知目标消费者5月8日“邵阳酒庄”活动内容，以及开展活动的主要地点。

6、在漯河高档消费场所派发宣传单页

5月6日~8日，除开展免费品酒的50家酒店之外，选择其他高档商场、娱乐城等场所，派发精美宣传单页，告知5月8日“母亲节”当天，“邵阳酒庄”开展的活动，以及开展活动的酒店名称。

(二)、母亲节促销活动方案活动执行期

经过前期的启动工作，活动进入最终执行阶段，5月8日这一天在50家酒店内同时展开，需要配备大量人员，事先必须做好培训，保证工作执行的细节。

时间：5月8日

内容：

1、《大河报》派送“母亲节”精美夹页

在漯河市区的《大河报》中夹送“邵阳酒庄”dm单页，提醒目标消费者采取庆祝“母亲节”的行动，告知“邵阳酒庄”当日活动内容，以及提供的礼品承诺，促成其行动。

2、发布《内陆特区报》广告

母亲节宾馆活动方案篇三

为了能在短期内尽快提高知名度，增进消费者对xx酒庄的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助母亲节这一事件，以xx酒庄名义传播母亲节概念，提醒目标消费者对母亲节的关注，引发其对母亲节的庆祝活动，使xx酒庄深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

二、母亲节活动目标

- 1、母亲节促销活动方案提高品牌知名度。
- 2、提高目标消费者当中的指名购买率。

三、母亲节促销活动方案母亲节活动亮点

- 1、争取首位效应，制造社会热门话题。

在大中城市庆祝母亲节已经普及，但在xx地区了解这个节日的人还不多□xx酒庄通过开展有关母亲节的活动，可以造成一定的轰动效应，使活动成为公众焦点话题。并且在首次了解母亲节的消费者心目中，可以留下xx酒庄让我知道母亲节的印象和记忆，产生良好的社会效应和品牌传播价值。

- 2、迎合目标消费群心理，满足情感需求。

xx酒庄目标人群是25岁~45岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在回报养育之恩的心结，可以引发其潜在情感需求。

3、选择媒体空白时区，制造最大传播效果。

本次活动避开了五一前的营销高峰期，当其他品牌媒体投放、促销活动都暂时疲软期间，在5月8日当天形成高潮，活动效果倍增。母亲节活动包含的情感因素，以及在xx地区消费者当中的新鲜感觉，完全可以抵消消费者五一期间积累的信息接受疲劳，达到最佳的传播效应。

四、母亲节活动流程内容

(一)活动预热期

大多数人没有过母亲节的习惯，xx酒庄本身知名度也不高，直接对整体活动冷启动就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为母亲节活动的正式展开做好铺垫工作。告知公众今年-月-日是母亲节，以及xx酒庄在母亲节当天要做的活动内容和承诺，引起消费者参与活动的欲望。

时间：

内容：

1、特约500名品质监督员

为了精确锁定目标消费者，提高本次活动实效性，特选择500名政企中高层管理人员，在5月1日邮寄贺卡、母亲节宣传折页，告知他们母亲节活动内容，邀请他们5月8日到各活动酒店参加母亲节庆祝活动。通过聘请他们作为品质监督员进行关系营销，促进他们的主观能动性，扩大xx酒庄在中高端消费者中的口碑效应。

2、有线电视台卫视台插转广告

有线电视台投放广告，告知消费者---月-日举行的活动内容，以及开展活动的主要地点。广告片时间30秒，播出形式为各卫视台插转广告。

3、50家酒店免费品酒活动

5月1日~8日，选择xx市区50家中高档酒店，在酒店大厅内设置xx酒庄展台，摆设小瓶装的xx酒庄酒，邀请来酒店内消费的目标消费者免费品尝。展台周围放置易拉宝，介绍5月8日母亲节当天，在该酒店内举行的活动内容，并向消费者派发宣传母亲节活动的宣传单页。

4□xx主要街道悬挂母亲节内容条幅

5月5日~8日，在xx市人流量大的街道高密度悬挂条幅，以xx酒庄的名义，采用富有煽情色彩的语言提醒大家关注母亲节，形成浓厚的节日气氛。

5、发送母亲节亲情短信;短信发送活动内容。

5月5日~8日，以xx酒庄名义，向持有xx酒庄点酒卡的目标消费者发送母亲节精彩短信，提醒消费者5月8日是母亲节，以情感交流打动消费者。5月7日、8日，通过短信发送活动内容，告知目标消费者5月8日xx酒庄活动内容，以及开展活动的主要地点。

6、在xx高档消费场所派发宣传单页

5月6日~8日，除开展免费品酒的50家酒店之外，选择其他高档商场、娱乐城等场所，派发精美宣传单页，告知5月8日母亲节当天□xx酒庄开展的活动，以及开展活动的酒店名称。

(二)母亲节促销活动方案活动执行期

经过前期的启动工作，活动进入最终执行阶段，5月8日这一天在50家酒店内同时展开，需要配备大量人员，事先必须做好培训，保证工作执行的细节。

时间：5月8日

内容：

1、《xx报》派送母亲节精美夹页

在xx市区的《xx报》中夹送xx酒庄dm单页，提醒目标消费者采取庆祝母亲节的行动，告知xx酒庄当日活动内容，以及提供的礼品承诺，促成其行动。

2、发布《xxxx报》广告

在《xxxx报》发布半版广告，以问候、致贺的方式向xx市所有母亲表示慰问，传递xx酒庄当天针对母亲节举办的活动内容，邀请目标消费者前来指定酒店内参加活动。同期《xx酒庄杯《母亲与成长》专栏刊登征文一篇。

3、50家酒店开展送檀木梳、康乃馨给母亲

在xx酒庄指定的50家酒店内开展送礼活动：凡是在当日晚18:00??20:30，和母亲一起来酒店消费的顾客，或者带着妻子和小孩的顾客，均可获得xx酒庄赠送的檀木匠高档木梳一把、康乃馨鲜花一朵。另外还可根据顾客要求赠送小瓶x酒庄酒。

4、母亲过生日，额外送大礼

在xx酒庄指定的50家酒店内为母亲过生日，除檀木梳、康乃馨以外，额外送出精美礼品一份。

五、活动评估

统计电视媒体发布日收视率，根据播放次数估算到达人次。

统计报纸媒体发行量，根据发布次数、传阅人数估算到达人次。

估算过街条幅悬挂街道日人流量，统计到达人次。

估算酒店内日人流量，与活动未开始前客流量进行比较，统计到达人次。

六、媒体表现

平面媒体内容以及表现方式见附页设计稿，在此略过。

报纸稿：（略）

dm单页内容：（略）

宣传页内容：（略）

易拉宝内容：（略）

酒店条幅内容：娘，谢谢您的养育之恩！

电视稿：30秒

画面一：一个婴儿抱着妈妈的脖子，发出第一个词语：妈妈。
（背景音乐：《世上只有妈妈好》）

画面二：一个两三岁的儿童跌倒，趴在地上哭着喊：妈妈。

画面三：一个五六岁的儿童走向幼儿园，挥手告别说：妈妈。

画面三：一个八九岁的少年放学走出学校，跑过来说：妈妈。

画面四：一个十八九岁的青年在火车上挥手告别，喊道：妈妈。

画面五：一个二十多岁的大学生身穿学士服，与妈妈相拥说道：妈妈。

画面六：一个三十岁的男人身穿礼服，和穿婚纱的妻子一起说道：妈妈。

画面七：一个四十多岁的男人坐在老板桌前，对着电话说道：妈妈。

画面八：一张张母亲照片快速掠过：怀胎十月、深情哺育、公园玩耍、雨中打伞等等(旁白：妈妈，我们学会的第一个音节；妈妈，伴随我们成长每一步)

画面九：5月8日日历特写，突出页面上母亲节三字。叠印大字幕：感恩母亲，母爱永恒。(旁白：感恩母亲，母爱永恒。)

画面十□xx酒庄主画面标版，叠印字幕□xx酒庄与您共度母亲节。

画十一：动画字幕：敬请关注5月8日活动，详情见5月8日□xxxx报》(旁白：敬请关注5月8日活动，详情见5月8日□xxxx报》。)

(根据资料片的情况在《画面一》至《画面八》之间进行调整。)

短信内容：

a□襁褓中你哭她笑，蹒跚中你跌倒她尖叫；病痛中你呻吟她哭泣，人生路上你成功她骄傲。

b]宁可不大，如果茁壮是以母亲的蹒跚为代价；宁可不大，如果风华换来的是母亲的白发；宁可不大，如果漂泊留给母亲无限的牵挂；宁可不大，如果上帝能再还我们一个年轻的妈妈。

c]感恩母亲，母爱永恒。5月8日]xx酒庄三重礼品敬献天下慈母。孝心礼：高档木梳；青春礼：鲜艳康乃馨；长寿礼：精美生日礼品。详情请注意5月8日]xxxx报》，或拨打咨询热线：

七、费用预算

报纸媒体：

八、活动执行细则

(一)活动预热期：4月21日??4月30日

九、培训内容

(一)活动内容培训

结合活动整体方案内容进行培训，让所有酒店促销人员了解母亲节送礼活动有关内容，包括时间安排、礼品设置、目标消费者选择。

(二)母亲节知识培训

结合宣传折页]dm单页等进行培训，让所有酒店促销人员了解母亲节的来历。

(三)送礼活动标准说词

当母亲节活动目标消费者到达活动酒店，促销人员按照以下内容对消费者表达节日祝福、介绍活动内容、送出礼品。

各位先生、女士：你们好！

今天是母亲节□xx酒庄为了表达对母亲们的感激和关爱，特地准备了鲜花和礼品送上节日祝福，现在有请在场的母亲接受我们的祝福！

(母亲起立，送上康乃馨)

您好!这是母亲花康乃馨，祝您青春常驻，永葆美丽!

(送上木梳)

a□(回答不是)那我就不打扰各位用餐了，祝你们共度一个温馨快乐的母亲节!

b□(回答是并出示身份证确认，送上生日礼物)祝您生日快乐，万事如意!

现在我就不打扰各位用餐了，祝你们共度一个温馨快乐的母亲节!

c□(回答是，但没带身份证)我们的活动截止今晚八点半结束，在此之前您可以随时凭身份证和酒店发票到xx酒庄展台处领取生日礼物，我们欢迎您的到来。现在我就不打扰各位用餐了，祝你们共度一个温馨快乐的母亲节!

母亲节宾馆活动方案篇四

为提升酒店的知名度和美誉度，增进目标消费群体对“母亲节”的印象和记忆，通过媒体以“亲情”进行包装，号召做儿女的向父母亲表达关爱和祝福，借势造势，强化家庭责任，反哺母亲，奉献孝心，值5月10日母亲节到来之际，策划以“感恩母亲·母爱永恒”为主题的专题活动，具体方案如

下:

- 1、母亲节促销活动方案，提高品牌知名度；
- 2、提高目标消费群体在酒店的购买率和消费额；
- 3、通过活动，增进酒店和公众的了解和沟通，制造新闻线索，扩大对外形象宣传。

2017年5月8日-10日(5月第2个周末)

母亲节活动目标群体为25岁-45岁之间的时尚白领女青年和在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务或商务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，“回报养育之恩”的情结，可以引发其潜在的消费可能和情感需求。

1、广告主题：感恩母亲·母爱永恒！

2□广告词：世界上有一种最美丽的声音，那便是母亲的呼唤。
——但丁·(神曲)

1、赠送康乃馨鲜花：凡2017年5月10日当天到店消费的女士每人赠送康乃馨1支。(客房由总台在客人登记时发放、唐人街美食城在客人落座后发放、品位自助餐厅在客人落座后发放，并致以母亲节日问候)

2、微博抽奖：到店消费晒照，并@酒店官微及3位好友，就有机会获得价值228元的免费自助餐券。

3□生日祝福：凡5月10日当天生日的女士，可凭身份证领取精美礼品一份。(酒店优惠券、纯天然成分的巴颜喀拉——红景天系列旅行套装)

4、女士营养菜单：餐饮部推出三道养颜营养菜肴。自助餐消费的女士可免费任选一道菜肴。

5、优惠酬宾：活动期间原价228元观景自助餐，母亲节专享套餐□x元。唐人街美食城推出母亲节专享·港式下午茶套餐。

1、短信群发：感恩母亲·母爱永恒!5月10日x酒店推出“母亲节专享特惠活动，当天生日女士更有精美礼品赠送!(5月19日发送)(市场企划落实)

2、店内pop□大堂、餐厅门口、一楼电梯口各一块。(5月5日前完成)(市场企划落实)

3、网络推广：通过官方微博、官方微信展开线上推广，5月2日开始预热，5日起开展为期6天的线上抽奖活动，关注酒店官微并@3位好友，每日送出一张自助餐免费券。(市场企划落实)

4、主流媒体：5月9日、5月12日，活动前、后软文报道。

母亲节宾馆活动方案篇五

一、母亲节活动背景

为了能在短期内尽快提高知名度，增进消费者对“——”的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助“母亲节”这一事件，以“——”名义传播“母亲节”概念，提醒目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，使“——”深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

二、母亲节活动目标

1、母亲节促销活动方案提高品牌知名度。

2、提高目标消费者当中的指名购买率。

三、母亲节促销活动方案母亲节活动亮点

1、争取首位效应，制造社会热门话题。

在大中城市庆祝“母亲节”已经普及，但在漯河地区了解这个节日的人还不多。“——”通过开展有关“母亲节”的活动，可以造成一定的轰动效应，使活动成为公众焦点话题。并且在首次了解“母亲节”的消费者心目中，可以留下“——让我知道母亲节”的印象和记忆，产生良好的社会效应和品牌传播价值。

2、迎合目标消费群心理，满足情感需求。

“——”目标人群是25岁~45岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

3、选择媒体空白时区，制造最大传播效果。

本次活动避开了五一前的营销高峰期，当其他品牌媒体投放、促销活动都暂时疲软期间，在5月8日当天形成高潮，活动效果倍增。“母亲节”活动包含的情感因素，以及在漯河消费者当中的新鲜感觉，完全可以抵消消费者五一期间积累的信息接受疲劳，达到最佳的传播效应。

四、母亲节活动流程内容

（一）活动预热期

大多数人没有过“母亲节”的习惯，“——”本身知名度也

不高，直接对整体活动“冷启动”就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为“母亲节”活动的正式展开做好铺垫工作。告知公众“今年-月-日是母亲节”，以及“——”在“母亲节”当天要做的活动内容和承诺，引起消费者参与活动的欲望。

时间：

内容：

1、特约500名品质监督员

为了精确锁定目标消费者，提高本次活动实效性，特选择500名政企中高层管理人员，在5月1日邮寄贺卡、母亲节宣传折页，告知他们“母亲节”活动内容，邀请他们5月8日到各活动酒店参加“母亲节”庆祝活动。通过聘请他们作为——品质监督员进行关系营销，促进他们的主观能动性，扩大“——”在中高端消费者中的口碑效应。

2、有线电视台卫视台插转广告

有线电视台投放广告，告知消费者“——”-月-日举行的活动内容，以及开展活动的主要地点。广告片时间30秒，播出形式为各卫视台插转广告。

3、50家酒店免费品酒活动

5月1日~8日，选择漯河市50家中高档酒店，在酒店大厅内设置“邵阳酒庄”展台，摆设小瓶装的“邵阳酒庄”酒，邀请来酒店内消费的目标消费者免费品尝。展台周围放置易拉宝，介绍5月8日“母亲节”当天，在该酒店内举行的活动内容，并向消费者派发宣传“母亲节”活动的宣传单页。

4、漯河主要街道悬挂“母亲节”内容条幅

5月5日~8日，在漯河市人流量大的街道高密度悬挂条幅，以“邵阳酒庄”的名义，采用富有煽情色彩的语言提醒大家关注“母亲节”，形成浓厚的节日气氛。

5、发送“母亲节”亲情短信；短信发送活动内容。

5月5日~8日，以“邵阳酒庄”名义，向持有“邵阳酒庄”点酒卡的目标消费者发送“母亲节”精彩短信，提醒消费者5月8日是“母亲节”，以情感交流打动消费者。5月7日、8日，通过短信发送活动内容，告知目标消费者5月8日“邵阳酒庄”活动内容，以及开展活动的主要地点。

6、在漯河高档消费场所派发宣传单页

5月6日~8日，除开展免费品酒的50家酒店之外，选择其他高档商场、娱乐城等场所，派发精美宣传单页，告知5月8日“母亲节”当天，“邵阳酒庄”开展的活动，以及开展活动的酒店名称。

（二）母亲节促销活动方案活动执行期

经过前期的启动工作，活动进入最终执行阶段，5月8日这一天在50家酒店内同时展开，需要配备大量人员，事先必须做好培训，保证工作执行的细节。

时间：5月8日

内容：

1、《大河报》派送“母亲节”精美夹页

在漯河市区的《大河报》中夹送“邵阳酒庄”dm单页，提醒目标消费者采取庆祝“母亲节”的行动，告知“邵阳酒庄”当日活动内容，以及提供的礼品承诺，促成其行动。

2、发布《内陆特区报》广告

在《内陆特区报》发布半版广告，以问候、致贺的方式向漯河市所有母亲表示慰问，传递“邵阳酒庄”当天针对“母亲节”举办的活动内容，邀请目标消费者前来指定酒店内参加活动。同期，“邵阳酒庄杯”《母亲与成长》专栏刊登征文一篇。

3、50家酒店开展“送檀木梳、康乃馨给母亲”

在“邵阳酒庄”指定的50家酒店内开展送礼活动：凡是在当日晚18：00——20：30，和母亲一起来酒店消费的顾客，或者带着妻子和小孩的顾客，均可获得“邵阳酒庄”赠送的“檀木匠”高档木梳一把、康乃馨鲜花一朵。另外还可根据顾客要求赠送小瓶装“邵阳酒庄”酒。

4、母亲过生日，额外送大礼

在“邵阳酒庄”指定的50家酒店内为母亲过生日，除檀木梳、康乃馨以外，额外送出精美礼品一份。