

# 2023年新店开业活动方案 新店开业活动 主持词(精选7篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

## 新店开业活动方案篇一

尊敬的各位领导、各位嘉宾，亲爱的兄弟姐妹们，朋友们：

大家上午好！

在这春回大地，万物复苏的季节；在这火热的渝城，多情的土地上！我们意气风发，让每一张笑脸都象春天的彩霞；我们喜气盈盈，让每一面旗帜都舒展着节日的快乐。

不论你是长期携手皇威，共享康乐财富的老嘉宾，还是刚刚了解皇威，找到可靠伙伴的新朋友，我们的心情都是同样的激动，我们的血脉都在同样的喷张。因为我们怀着大展鸿图，共创伟业的雄心相聚在此；我们带着诚信，健康，合作，共赢的信念相聚在此，共同举办重庆皇威实业有限公司渝北事业部新店面开业庆典。

今天，不仅仅是皇威实业的大喜日子，也是各位嘉宾朋友们的大喜日子。因为，它标志着皇威实业的发展，见证了皇威实业的壮大，也预示着皇威实业美好的未来，皇威实业必将以此为契机，为山城人民提供更好的服务，让更多的人喝上健康的皇威“活净水”。让欢快的乐曲响起来，让喜庆的腰鼓敲起来！让我们共同祝愿皇威实业渝北事业部新店面开业大吉，让我们在这美好的春天里，携手魅力皇威，共享康乐财富！

现在，我宣布重庆皇威实业有限公司渝北事业部新店面开业庆典，现在开始！

(礼花)

首先，请允许我为大家隆重介绍莅临庆典现场的领导，他们分别是让我们用热烈的掌声，欢迎他们的到来。

皇威的发展壮大，离不开各位嘉宾朋友的大力支持，离不开各位兄弟姐妹的辛勤努力，更离不开各位领导的“呵护”。我为什么要说“呵护”呢？因为公司的领导就像爱护自己的孩子一样，关怀着皇威，皇威秉承的信念源自他们的坚持，皇威肩负的使命来自他们教诲，皇威每一次的成长都凝聚着他们的心血。下面就让我们请出一位皇威父亲级的人物——重庆皇威实业有限公司副总经理，市场管理中心总监，张小兵先生为庆典致辞！

感谢张总的致辞，从张总的讲话中，我们看到了皇威实业的领导们对于企业发展壮大的坚定信心，看到了皇威人为了使命而付出的不懈努力，皇威实业一定会在新的征程上继往开来，不断地创造辉煌！接下来，我要请出一位特殊的人物，可以毫不夸张地说，没有他，和他带领的团队的辛勤努力，就没有今天的庆典，就没有今天这大好的日子！下面掌声请出重庆皇威实业渝北事业部经理姚志强先生为大家致辞！

感谢姚经理的讲话，通过两位领导的讲话，我们可以看出，皇威实业是一个心系山城百姓，致力于人民饮水健康，勇于承担责任的大型集团公司，携手皇威就是携手健康，携手快乐，携手财富，那么携手皇威的嘉宾朋友们又有什么话想对我们说呢，就让我们掌声请出(嘉宾)为我们致辞！

感谢的讲话，皇威永远是一个可靠的伙伴，让我们携手魅力皇威，共享康乐财富！

几经寒暑不眠夜，赢得祝捷锣鼓声！兄弟姐妹们，我们的辛勤努力将会得到回报，嘉宾朋友们，你们的明智选择将会得到印证，因为，接下来，我们将共同经历历史性的一刻，那就是重庆皇威实业有限公司渝北事业部新店面剪彩、揭牌仪式！

## 新店开业活动方案篇二

现在的大部分的营业厅中只是单纯的办理与手机相关的业务及费用的处理，很难在其上突破局限做出更多的迎合消费者的特色服务，我们磨子桥联通营业厅在不变联通业务及服务的情况下，大胆的设置与手机相关的'产品及服务，旨在一切为消费者的利益及爱好出发。磨子桥联通营业厅位于科华北路24号，比邻四川大学几周遍的各个高校，是学生人群集中的地方，在5月1号开业，其由于特殊的地理位置和环境，我们为了迅速的扩大其在学生人群中的影响力和号召力，体现出我们此次开业的主题：“原来服务可以这样完美”拟此开业策划书。

原来服务可以这样完美。

我们磨子桥联通营业厅开业庆典的店内布置主要体现两个主题：一个是“喜庆开业”，一个是“对消费者服务”。

1、店内pop□吊旗□x展架由联通提供的的开业宣传pop吊旗□x展架，在店内主要区域悬挂和首要位置展示主要突出营业厅开业的喜庆氛围。

2、花篮及花卉：开业的当天在营业厅的门口摆放4个花篮里面的花以红色为主，左右各两个。在消费者的第一视觉上产生喜庆的惬意。

红色气充拱型门：在营业厅门口放置一个直径15米的红色拱门。在拱门上悬挂开业条幅。增加开业当天的喜庆氛围。

卡通气模：在营业厅的门口设置两个卡通气模，更加增加了营业厅开业时的风味。

三色气球拱门：在营业厅的大厅正门口外，设置红黄蓝三色的彩色气球拱门，一方面可以营造开业的喜庆氛围另一方面可以营造出较为强烈的时代气息。

在开业的前期，用dm单的形式向社会及周边的学生人群发放，利用其中的广告宣传和人群的从众心理宣传营业厅的开业方式及对消费者的让利情况。

此项活动最终解释权归磨子桥联通营业厅所有广告与实物不近相同或有出入的，一切以磨子桥联通营业厅内的公告版为准，恕不另行通知。

## 新店开业活动方案篇三

以趣味的，有悬念的一连串活动为契机，诱动成人消费群体，借此传播和深化企业形象与知名度；力争取得商场营业的“开门红”。

### 二. 目标市场分析

从时下手机大商场而言，其消费人群较为大众化，它和国美，苏宁，永乐没有严格意义上的区分。而消费的层次区分，在于商场类的手机品种的档次定位。但作为一个有规模的手机商场，不可能只经营某一档的手机，而是给消费者提供更宽泛的选择空间。因为从时下的手机消费而言，手机已经成为普遍消费，所以在本次策划上，我们更多的考虑是活动本身对大众的适用性和吸引力，而非吸引单一人群。

### 分析

“手机世界”优势分析：

2. “手机世界”在宁波有成熟的经营思路，对杭州的市场具有很强的借鉴作用；
3. “手机世界”有部分品牌为买断式经营，这样享有部分手机的价格优势；
4. 专营的手机大商场，因为在杭州还是首次，更能引起社会关注。

#### “手机世界”劣势分析：

1. 一个刚进入新市场的专营手机的商场品牌，无法在短期内与消费者建立情感关联，这会导致消费者随促销而动，一旦商场没有后续的促销活动，商场营业额就会大降。
2. 与国美、苏宁、永乐相比较，这三大商场，已经有了一定的品牌性，如果“手机世界”在价格上没有相当大的总体优势，很难在短期内有强大的竞争力。
3. 刚进入一个新市场，熟悉一个市场的经营环境，就要有一个较长的时间，而在这个时间内，一些不可预知的人为干扰因素，随时都有可能发生。

#### “手机世界”开业的威胁点：

1. 象国美、苏宁、永乐如果掌握了手机世界的开业时间，极有可能联合发动降价促销活动。这必然影响了“手机世界”开业的活动效果。
2. 竞争对手的人为干扰因素也不可忽视。

#### “手机世界”的机会：

1. 运用“手机世界”这一专有品牌的专有属性，可以建立起消费信赖。

2. 通过“手机世界”十二月十五日的试营业策划，一月一日的元旦促销策划，和年关的促销策划，可以使活动有很强的连动性。从而使“手机世界”的经营状况，不会产生太大的起伏。

3. 运用主题概念先行，价格策略引导，优质服务随后的策略来做到手机经营的连续性。

4. 年关为手机销售的旺季，对“手机世界”的活动策划有较大的帮助。

#### 四. 总体策略

12月15日———12月31日活动预热阶段。

1月1日———1月5日活动启动阶段。

1月6日———一年关，活动延续阶段。

#### 五. 总体运作

活动预热阶段：主要以软性文章为主，类似于新闻运作，新闻点初拟。

1. 《手机也开大卖场》

2. 《宁波“手机世界”进驻杭城——手机零售业面临新一轮洗牌》

4. 《手机零售业遭遇价格战——消费者说有了实惠，大零售商说不怕竞争》

5. 《价格战燃起战火——手机世界坦言：我们最终卖的还是服务》

预热硬性广告操作：

12月28日——都市快报通栏广告，主题：一元钱可以做什么？

12月31日——都市快报整版广告，主题：手机世界开业之喜，每天200台手机一元钱底价拍卖。

副主题：其它手机也正在超低空行动。

活动启动阶段：

主要中心活动：在商场门口搭台，现场策划大型手机1元底价拍卖会，拍卖会现场穿插手机走台秀，现场活动竞猜等活动，让活动更具有可看性和消费者的参与性。

其它：如果场地允许，可专设品牌手机促销，向手机厂家收取一定的场地费用。一元底价手机拍卖会，也可以和手机厂商联手操作。

现场氛围：主要为商场立面的立式条幅，为各厂家的恭贺条幅，场地允许可设置飘空气球3—4个，人体卡通气模2个左右。 活动延续阶段：

中间穿插一定的人为的新闻运做，过年的活动主题：（为了让品牌和消费者建立一定的情感关联，过年的活动要策划的较为温馨）真情服务100%，真心回馈100% 操作：

在过年前4天左右：选择一家报纸打出广告“手机世界和杭州人民一起贺新年”。

副主题：真情服务100%，真心回馈100% 操作：

活动之一：过年时，设置阶段时间，手机世界免费为市民进行手机检修

活动之二：每两人身份证生日号码相加等于100，或者100的整倍数，到手机世界买手机或手机配件，都可享受100的抵扣：

例：甲的生日号为3月25日，乙的生日号码为7月5日，即 $325+75=400$ ，400为100的整倍数，就可以享受100元的抵扣。以上活动的优点：充分建立口碑传播，活动也比较温馨，可以和消费者建立较好的情感关联。

## 新店开业活动方案篇四

各位来宾、女士们、先生们：

大家好！今天，四面八方的朋友汇聚在这里，都是为了庆祝一个共同的盛事，即xx宾馆的开业庆典仪式。借此机会，我谨代表xxx协会向xx宾馆顺利开业表示热烈的祝贺！向宾馆全体员工致以亲切的问候！

喜庆的`音乐，欢乐的歌声，缤纷的礼花，烘托出了一个喜气洋洋的热闹气氛，这是xx的盛事，这是酒店界的盛典！让我们共同祝贺这一盛事，让我们共享这一美好的时刻！让我们共同祝愿并期待xx宾馆创造辉煌事业，拥有灿烂的明天！

最后，祝xx宾馆骏业鸿开、客源如江！

祝各位来宾，身体健康、工作愉快！万事如意！

谢谢大家！

## 新店开业活动方案篇五

尊敬的各位领导，各位来宾，尊敬的女士们，先生们：

大家上午好！

今天是20\_\_年12月30日，在这银装素裹、分外妖娆的美好时节，在新年的钟声即将敲响之际，我市又一座现代化的大型商业企业——\_\_隆重开业了。首先，让我们以掌声对永顺新世界开业大吉表示热烈的祝贺。前来参加开业庆典仪式的领导和嘉宾有：

在这里，我代表\_\_全体员工对各位领导、各位来宾在百忙中、冒着严寒前来参加开业庆典表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

下面，有请\_\_致开业词！

接下来，让我们以热烈的掌声欢迎\_\_讲话。

盛世创辉煌，龙马展精神，从今天开始，永顺新世界将带着温馨的祝福，逐渐走进临江市老百姓的生活，您的关爱就是永顺新世界的动力，您的支持就是永顺新世界行进的脚步。我们相信，有了大家的关怀和支持，\_\_一定生意兴隆，前程似锦！

下面，有请\_\_x开业剪彩！

为了感谢各位领导和嘉宾的光临，永顺新世界总经理杜军先生在鸭绿江酒店备下薄酒淡菜，敬请各位赏光，下面，请各位领导、各位嘉宾到永顺新世界参观游览！10点30分，请各位领导来宾到鸭绿江大酒店用餐。

下面，我荣幸的宣布，\_\_开业大吉，鞭炮齐鸣！

## 新店开业活动方案篇六

一般一份基本的促销方案起码需要包括以下几项内容(美文网) 前言：主要指简单的市场背景分析，市场动态等。

促销目的：做事情总要有目标，促销肯定是有预计的目的，

终端促销活动想达到什么样的结果，是为了提升销量还是想遏制竞争对手?这是在制作方案时候必须强调的。是处理库存，是提升销量，是打击竞争对手，是新品上市，还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

促销主题：主题是在促销活动中要表达的重点和核心，能让促销活动得到有效传播，主题要简明扼要，能有效吸引消费者，利于宣传。 促销内容：这是促销的核心部分，本次促销活动的具体内容是什么，是采用什么样的方式，必须在方案里明确描述出来。

促销的执行非常关键，同一个店，不同的执行确实就是不同的效果。如果能有一些广告配合就更好。如配合媒体做一些宣传广告，能引人气。在执行促销时，终端商应当先对执行人员进行系统的分工，只有各个工作人员明确职能，才能使促销有条不紊地展开，不然，如遇到人多，管理混乱，就会使促销活动的效果大大折扣，无法达到预期的目标。

### 三、促销活动的效果反馈

一场促销活动的具体效果如何，是由市场说了算，在活动结束后，终端商及时运用各种方式收集有关信息，进行效果分析，总结出问题点，以便下次执行活动时得到改正，这样有利于提高终端商的促销操作水平。

促销现场将包含以下几项主题活动

#### 爱我你就抱抱我——亲子游戏

游戏设计简述：将lx标识做成拼图，把孩子的眼睛蒙上，由妈妈抱着孩子，将拼图完成。每2个家庭组成一个竞赛组，获胜者将获得免费亲子照一张，参与最终最甜蜜的“抱抱照”评选。

参与条件：

- 1、现场购物，凭当日购物小票
- 2、银卡会员可直接参与。

效果预测：

活动简单有趣，参与性强，活跃卖场气氛，同时可带动游乐场的人员购物。最重要的是，在活动过程中强化了“lx”品牌的宣传，让更多的人产生记忆。

销售促进(sales promotion)是与人员推销、广告和公共关系相并列的四大基本促销手段之一。本文所述的促销活动是指针对消费者的销售促进，至于针对经销商、制造商和销售人员的销售促进，在此不列为讨论范畴。

随着竞争的加剧，针对消费者的促销活动在营销环节中的地位已越来越重要。据统计，国内企业的促销活动费用与广告费用之比达到6：4。正如一份缜密的作战方案在很大程度上决定着战争的胜负一样，一份系统全面的活动方案是促销成功的保障。

如何撰写促销方案?笔者认为，一份比较完善的促销活动方案应由下述12部分组成：

## 一、活动目的

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么，是处理库存，是提升销量，是打击竞争对手，是新品上市，还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

## 二、活动对象

活动针对的目标是市场的每一个人，还是某一特定群体？活动控制在多大范围内？哪些人是促销的主要目标，哪些人是促销的次要目标？这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

三、活动主题在这一部分，主要解决2个问题，即确定活动主题和包装活动主题。降价，价格折扣？赠品，抽奖，礼券？服务促销，演示促销？消费信用，还是其它促销工具？选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑活动的目标、竞争条件和环境，以及促销的费用预算和分配。在确定了主题之后，要尽可能艺术化地“拉虎皮做大旗”，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。几年前爱多vcd的“阳光行动”堪称经典，它把一个简简单单的降阶促销行动包装成维护消费者权益的爱心行动，但不可借鉴。这一部分是促销活动方案的核心部分，应力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

#### 四、活动方式

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有2个问题要重点考虑：一是确定伙伴。拉上政府做后盾，还是挂上媒体的“羊头”来卖自己的“狗肉”？是厂家单独行动，还是和经销商联手，或是与其它厂家联合促销？和政府或媒体合作，有助于借势和造势；和经销商或其它厂家联合，可整合资源，降低费用及风险。二是确定刺激程度。要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促进销售的反应越大。但这种刺激也存在边际效应，因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

#### 五、活动时间和地点

促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上

也要让消费者方便，而且要事前与城管、工商等部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短，会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

## 六、广告配合方式

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒介炒作？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

## 七、前期准备

前期准备分三块：

- 1、人员安排
- 2、物资准备
- 3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交\_点。谁负责与政府、媒体的沟通？谁负责文案写作？谁负责现场管理？谁负责礼品发放？谁负责顾客投诉？要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的区域试行方案

等。

## 八、中期操作

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条不紊。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

## 九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传？脑白金在这方面是高手，即使一个不怎么样成功的促销活动也会在媒体上炒得盛况空前。

## 十、费用预算

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。有了一份有说服力和操作性强的活动方案，才能让公司支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，使促销活动起到四两拨千金的效果。