

2023年路演方案模版(大全5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？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。

路演方案模版篇一

为确保事情或工作顺利开展，通常需要提前准备好一份方案，方案是阐明行动的时间，地点，目的，预期效果，预算及方法等的书面计划。方案要怎么制定呢？下面是小编帮大家整理的楼盘促销路演活动方案策划，希望能够帮助到大家。

随着新楼盘的`开发面世，开发商为促进楼盘的知名度，促进销售，在人流密集处向观众宣传产品信息、品牌理念，带动整体销售。

- 1，在繁华地段进行展演，以积聚楼盘人气。
- 2，通过展演，推广楼盘，达到品牌及口碑效应。
- 3，吸引客户关注度，积累有效客户，将客户引至楼盘。
- 4，现场看房班车可直达项目现场，促进销售。

8月24号(周六)

友谊广场

泽信金汇湾 倾城亮相

通过在广场人流密集处布置路演舞台、拱门、气柱、空飘等

吸引人流，以互动卡通玩偶互动、主持人互动、节目演绎、项目讲解等环节聚集人气，宣传楼盘信息。

活动方案、场地的确定

活动现场布置、搭建的完成

活动物料、奖品、宣传单页等的准备

现场工作人员、表演人员的安排确定

活动时间 09：30—18：30

上午：

09：30—10：00 热场音乐。派发dm□人偶互动。

10：00—10：15 主持人开场、简介泽信金汇湾，并介绍活动情况和流程。

10：15—10：30 演艺节目(舞蹈)

10：30—10：45 现场互动问答(根据dm单上内容进行项目问题、答对者派奖品)

10：45—11：00 客户经理讲解项目特点、卖点、现场看房班车看房可抽大奖。

11：00—12：00 看房班车组织现场看房客户，发车看房。

置业顾问现场接待客户、派发宣传资料

下午活动流程不变，演艺节目更新

安排卡通人偶在场地周边派发气球，吸引其来到展位前聚集。

主持人风格活泼、幽默、负责流程的指引、开场介绍和与来宾的互动

演艺节目，引爆全场，吸引来客活跃气氛

互动问答，派送小礼品

项目经理讲解项目特点卖点

看房班车，组织客户进行登记现场看房。

舞台为普通舞台，上铺红色地毯，背景为项目形象画面。

外围放置空飘、拱门、气柱等营造气氛，吸引人气

1. 雨天等不可抗力因素：提前监控相关信息，如有不确定因素，需及时上报。
2. 熟悉场地：熟悉展区环境；牢记安全通道及紧急出口方位、各个岗位人员站位及主要负责人联系方式。

路演方案模版篇二

活动主题

由创业津梁组织创业者、资深创业导师、投资经理、投资人对创业者提交的创业计划进行深入探讨和剖析，优化商业模式和业务规划，合理化融资策略，帮助创业团队避免陷阱少走弯路，提高参加炼丹炉项目的成熟度和创业团队的认知，从而促进融资到位和创业成功。

带给创业者的价值

- 3、有机会免费参加创业津梁每季度一次的大型优秀项目路演

会，该路演会只从炼丹炉活动项目中选取。

4、经过炼丹炉锤炼的项目，将通过创业商业计划书直通车优先推荐给众多投资人。

5、炼丹炉活动结束后一个星期内，创业津梁将向您出具活动证书和活动报告。

活动安排与议程

1、一般安排在周六下午2点到5点进行；

2、每个项目至少一个小时集中研讨时间；

3、活动议程包括：

-创业者、投资人、创业导师自由交流-项目路演和研讨

-有意向的投资人与创业者深入交流

与会投资人与创业导师来源

炼丹炉活动与会投资人主要是独家开发的天使投资人，他们来自私营企业主、知名企业高管和高净值的经济人士。

同时每场炼丹炉活动会有来自以下创投机构的合伙人或代表：

活动需知

1、所有与会人员的意见与建议，仅供创业者参考，是否采纳的决策权在创业者；

3、创业者需于活动开始前10分钟到达。

活动申请流程

- 1、创业者把商业计划书提交到商业计划书直通车；
- 2、申请炼丹炉活动；
- 4、创业者完成缴费；
- 5、创业津梁预定场地、邀请导师和投资人，对活动作出详细安排并发出活动通知。

路演方案模版篇三

郑州是金星啤酒集团所在地，郑州市场也就是金星啤酒的战略市场，如何使金星啤酒的品牌竞争力在郑州占有绝对优势地位，实现郑州市场份额的最大化一直是金星集团多年来努力解决的问题。今年以来，由于金星集团在郑州市场开发力度的进一步加大，市场覆盖率明显增长，金星集团与主要竞争对手s的竞争格局也全面进入了战略反攻阶段。但认真、冷静地分析市场，金星集团并没有陶醉于表面上的形势一片大好中，而是认真分析和解决郑州市场还存在的如下问题：

1、如何稳定覆盖率，并有效提高市场占有率。金星在郑州的覆盖率虽然较之往年有较大提高达到80%以上，但覆盖率能否保持稳定并实现持续增长的同时，市场占有率明显上升，这是最关键的。目前s在郑州的覆盖率和占有率虽然呈下滑趋势，但下滑的幅度并不是一落千丈，s并不是不堪一击，对金星集团的威胁依然存在，局部市场还可能出现反扑。

2、如何进一步提高消费者对金星啤酒的品牌忠诚度。金星啤酒的品牌知名度虽然较高，但消费者对金星啤酒品牌的忠诚度还有待于进一步提高。而目前郑州消费者对s啤酒品牌的忠诚度还较强，在s和金星同时存在的终端，s在局部市场品牌竞争优势还较强，白标10度s和银s还有较多的忠诚消费者。

解决问题的思路：除了进一步稳定市场价格、规范市场秩序，

保证客户利润的同时，最根本的就是要解决品牌忠诚度问题，即培养金星啤酒忠诚消费者群体的最大化。路演（路边演艺）这种方式与消费者保持零距离，具有较强的互动性，能吸引更多的消费才积极参与，能够充分调动消费者的激情，促进与消费者的沟通与交流，还能进行现场品尝和销售，通过路演活动能够有效地进行品牌传播，能够快速提升品牌形象，提高消费者对品牌的认同度和忠诚度。因此我们从4月份开始 在郑州开展了大规模的路演活动，取得了良好的效果。

一、路演活动的原则

1、针对性原则，活动要吸引目标消费者。一方面要在选择人流量较大、场地较宽广的地段作为路演现场。另一方面为了避免与s发生冲突，我们把路演的重点放在s势力不能及的西区 and 东区，而不在s的家门口搞活动。

2、连续性原则，各区域市场不间断提开展。虽然非典时期我们不得不停止了活动的举办，但非典影响一结束我们立即组织人员在持续改进的基础上重新开始了路演方案的实施，把品牌形象进一步提升，收到了较好的效果。

3、效益性原则。一方面要严格控制活动成本。除固定的演出劳务费用外，尽可能地通过各方关系联系免费场地。每次活动都要经销售总公司批准方能进行实施。另一方面要充分发挥活动效果。必须力求观众数量最大化的前提下，观众中目标消费者比例最大化（社区演出小孩、女性、高龄者比例较大，而路边演出目标消费者比例较高，尤其是在大型饭店门前，而且活动规模可大可小，甚至五六个人就可以组织一场演出）。

二、路演的主题

建设经济发达、文化繁荣、人民安康的现代化大郑州，是金星集团每一位郑州市民的美好梦想和神圣责任。金星集团以

美丽的郑州我的家为主题通过活动激发广大市民热爱郑州、建设郑州的激情，使每一位市民的责任感和荣誉感增强，团结拼搏，艰苦奋斗，积极投入到建设绿城郑州金星集团美好的家园行动中去。通过活动展示出金星啤酒志在与广大市民一道为建设郑州的美好未来而同呼吸共命运的社会责任感，提升金星啤酒品牌的社会公众形象，增强品牌与市民的情感沟通，提升品牌的美誉度。

三、路演实施步骤与实施

1、确定合作的演艺公司。我们与郑州一家颇具实力的演艺公司达成战略排它性协议，即金星集团以后的演出均委托此公司协办，此公司在演出过程中以金星集团艺术团名义出现，演艺公司以最低的价格每场1000元为金星集团提供服务。良好的合作伙伴为我们活动的顺利举行提供了有力的保障。

2、主持人台词的规范。活动效果如何主持人的水平至关重要，我们对主持人的台词进行了规范，既不要带有过多的商业气氛，又要恰到好处地对企业的有关情况 and 品牌资源进行高效传播。而且每次都要总结主持人的主持效果和台词内容是否完善，期间我们因对主持人主持水平不满意更换了一个主持经验丰富，善于现场煽情的主持，并不断修改台词使之更加完善，提高了品牌传播的效果。

3、编排演出内容。该演艺公司的所有演出节目均由金星集团选择和审订，而且对每次演出都要进行深度评估，以保证每一个出演的节目都精彩纷呈，深受观众喜爱，通过观众对节目本身的印象力增强品牌记忆力。每场节目次序安排如下：

(1) 金星集团有关领导讲话。公司领导代表金星集团对广大观众表示热烈欢迎和问候，向广大消费多年来的关心和厚爱表示衷心感谢。并表示建设现代化的美丽大郑州是金星集团每一位郑州人的共同梦想和责任，金星人愿与大家一道为建设美好的家园而风雨同舟，并肩奋斗。体现了金星集团“服

务社会，关爱民生”的社会公众形象，传播了良好的品牌形象。

(2) 文艺节目演出。节目形式以歌曲、乐器表演、小品、相声等为主，还根据实际情况穿插地方戏节目。力求每一个节目一方面突出赞美美好的郑州，美好的家园，金星集团共同生活在一个美丽繁荣的城市，郑州是金星集团与全体市民共同的家园；另一方面突出健康、时尚、活力，充分调动观众的情绪；再一方面突出互动性，请有一定演艺水平的观众同台演出。

(3) 啤酒竞饮赛。啤酒竞饮赛因特有的互动性和参与性得到了消费者的喜爱，是演出中调动观众激情的最有效手段。我们每场演出都采取现场报名的方法，以最快的时间内饮完一瓶啤酒者胜为竞赛规则，先进行分组参赛，再进行决赛。虽然最终获胜者的奖品仅是三件啤酒，但我们保证只要参与者都可以获得啤酒奖励，充分调动了观众的情绪报名者十分踊跃，竞赛现场异常火爆，把活动推向了高潮。

四、现场宣传与促销。

为了提高宣传效果，我们都在演出当天上午9时前搭好舞台，布置好舞台品牌宣传背景、彩虹门、气球彩带和太阳伞等现场宣传品，并标明演出时间，使过往行人关注此活动，就是他没有来观看节目，但至少品牌信息已经传播给了他，品牌形象加深了。我们从上午开始就组织五人以上的促销小组开始产品的促销，我们以大众型中国名牌金星啤酒作为促销产品，为保证市场价格稳定，我们促销价格与零售店的售价保持一致，而且凡现场购买者均可参加抽奖活动，保证参与者都有奖品获得，小到圆珠笔，大到随身听等，充分调动了消费者的购买激情，每场演出都能实现200至500件的销量，同时又起到了极强的品牌传播效果。

五、演出地点及时间选择。

1、大型社区。社区观众较多，宣传效果较好，但观众层次较多，目标消费者比例低。所以在此搞活动我们力求观众数量最大化，提前进行现场考察，场地联系，有的社区活动我们结合郑州市政府“三讲一树”（讲文明、讲卫生、讲科学、树新风）的宣传与社区的管理部门合办，保证了活动的顺利开展。演出的时间控制在晚上7时半至8时开始，因为这时大部分居民刚好吃完饭或正往家走，关注力比较强。

2、门前有广场的大型专销店。在此搞演出活跃了店方的人气，得到了店方的大力支持，同时增进了公司与专销店的关系，促进销售业务的进一步开展。而且出入酒店的人基本上都是啤酒消费者，过往的行人中啤酒消费者比例也较多，品牌传播的有效性强。时间以晚6时半至7时开始为好，下班人流量最大，同时酒店正是上台的时间。

3、大型商场门前。此地点场地宽广、人流量大，宣传效果较好，但需要交纳场地费用。所以此地的演出我们只在郑州最繁华的商业区搞了一场，时间选择在周末的上午10时，因为这时是商场人流量最大的时间。虽然费用较高，但效果非常好。

六、注意事项：

1、演艺方要确保节目的编排质量和人员的到位，现场要及时搭建好舞台，布置好场景；

3、业务员、促销员要及时到位并积极开展工作现场促销工作；

4、要协调好城管等部门，防止有关部门有各种理由阻碍活动的正常进行。

七、费用支出及效果评估：

至6月底我们已经在郑州市举办了近20场的路演活动。每场演

出费用1000元，其它杂费共2000元，总费用22000元。凡是搞过活动的地区品牌的美誉度和忠诚度都得到了有效提高，销量实现了明显的增长。总体评估，我们认为所取得的效果要比用这些费用进行局部促销和媒体广告宣传达到的效果大得多。事实证明这一方案的实施是成功的，进入7月份我们还将继续进行路演活动的开展，把品牌进行更加持久有效的传播，进一步提高品牌忠诚度。

路演方案模版篇四

活动主题及目的：以公益护眼，全民爱眼为主题，通过活动引导与指正，让学生在轻松的活动现场中，完成我们所需的步骤。

路演活动布置搭建设想：通过分模块搭建，每个区域搭建一个场地模块，形成一个整体的设计风格和主题。

类似以下布置：

活动模块布置讲解：

大门：指引学生进入活动现场，配合x展架和传单宣传。进入大门即进入活动现场。

舞台区：活动中心场地，进行活动讲解与节目表演。

3游戏区：增加活动趣味性，增加活动参与度。分散人流，增加活动流程。4签到等候区：活动讲解，进行验光等候，登记活动参与人员信息，指导人群活动。

5验光区：现场验光，推广产品。

6拍照及礼品区：参与完活动领取礼品，拍照分享活动。活动参与形式及设计：

1. 学生参与活动需要领取一张活动任务券，完成指定活动项目可领取精美礼品一份。每个区域参与完活动都会得道一个盖章，集齐所有盖章可以领取礼品和参与抽奖。

拍照并且分享朋友圈参与抽奖领取礼品

设计任务流程的目的是让学生有参与的趣味性，完成任务有满足感，并且可以增加活动现场人气，又可以分区域控制人流量。

设计任务流程又可以不知不觉的把app下载和验光放到任务里面，学生的警惕性会下降，更容易接受，增加趣味。

设计分享拍照，设计一个拍照背景墙，要求学生拿着礼品在背景墙拍照分享朋友圈。可以最大限度的进行活动宣传和品牌曝光。

路演方案模版篇五

自**年**月**日起至**年**月**日止，为期3个月。

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

（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**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**进口家电，重点引向**国市场。

（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**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! **家电
电□2.s.p.诉求: 买**产品, 现在买! 赶上年货接力大搬家!

(一) 为配合年度公司“**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**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。

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。

(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**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

（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**品牌家庭影院一套，超抽签决定。

（四）活动内容说明

收件期间：自**年**月**日至**年**月**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，并加以录像拍摄现场，节目于**月**日8点档播放，借以宣传于观众了解活动内涵，同时剪录15cf“试搬”情况，做电视插播，广为宣传，刺激销售，增加回收件数。