

2023年民宿装修设计方案 情人节装修方案 (大全8篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

民宿装修设计方案篇一

20xx的春节姗姗来迟，与情人节又是如此的接近，为了提高卖场的销售额为来年的`销售计划做好开门红，经公司销售与策划共同讨论研究，制定了如下促销计划，只为做好的开门红！

2月14日——情人节；2月18日--26日——春节

2月5日—2月18日

2月8日—2月14日

2月12日—2月14日

2月14日

2月12日—2月20日

1：“新年新衣裳，喜气洋洋过大年”，2月5日—2月18日xx百货全场服饰、家居家纺折上8.8折□xx百货与你共贺新春佳节。

2：“情如金，爱如钻——定情信物大优惠”2月8日—2月14日，珠宝黄金镶嵌类，满999元，送99元代金券，另可再赠

送“情侣观影套票”一份；黄金类全场免收手工费，购满1999元即可赠送“情侣观影套票”一份。

3：“一爱到底——购物大换购”2月12日—2月14日，凡在此期间购物满199元，即可以199元换购“情人节大礼包”一份，内含□xx酒店大床房一晚+情侣观影套票”一份+巧克力一份。

4：“一生一世玫瑰送佳人”2月14日，凡在2月14日当天下午13点—14点期间，购物满299元，即可到商场服务总台领取玫瑰花一束。

5：“化个靓装会情郎”2月14日，活动当天，商场化妆品专区将为女性顾客提供免费化妆服务，让她们漂漂亮亮会情郎！

6：“最登对情侣评选活动”参与细则：

a□活动设置3个奖项

第三名“浓情蜜意”：奖品为388元家居、床品代金券，共3名。

b□参与办法：

2月12日—2月14日

扫描商场官方微信号，发送情侣照片

c□2月20日

公布获奖名单，凭获奖短信到服务总台领取相应奖品

以上活动方案仅供参考，祝各卖场生意兴隆，财源广进！

民宿装修设计方案篇二

2、活动地点：亿海。澜泊湾小区内

3、活动内容：

让亿海。澜泊湾小区业主的装修省心省力省钱

主流装修公司、建材一线品牌走入小区

性价比装修，您值得拥有

4、活动对象：亿海。澜泊湾小区所有业主

1、通过家居装修建材、装饰行业的总动员，为准备装修的业主打造一个一站式优质平台，让业主一次搬回一个家。并且期待通过真正的低价，要求参展商户让利以期多销，让业主买到物美价廉的家装产品！

2、通过小区精准定位，促进商家集中爆发式签单，提高效率。

3、通过整体活动宣传和活动落地，并带动亿海。澜泊湾小区人气。尤其是活动期间户外密集大力度的推广更能给亿海。澜泊湾品牌印象加分。

1、现场免费发放80p精装版实用《装修宝典》。

2、签到有礼：仅限前100户，签到就送精美礼品一份。

2、看遍设计：大牌设计公司，资深设计师为您新家绘蓝图。

3、限量特价品牌产品秒抢购：699元马桶、10元全铜地漏、188元吊灯。

4、多重好礼，预缴定金即可抽奖：现金红包。

5、预缴定金：1年内消费有效，保留享受活动价。

1、招商对象：装饰公司、地板、瓷砖、卫浴、橱柜、厨房电器、木门、吊顶、墙纸、灯具、窗帘、家具、家电等，一应俱全，以满足业主一站式选购的需求。

2、招商要求：原则上每个建材类目只招1—2家，凡参加的商户，必须是在本市有正规门店的优质商户，并且确保产品为品牌正品，保证产品质量和环保性。

3、每个商家能享受到现场一个摊位，交房期间的宣传。

1、现场推广，为期时间60天。

2、小区内喷绘宣传/展架展示

1、每个商家交纳活动保证金1000元，活动结束后退还。

2、收取每个商家摊位费用1000元。

民宿装修设计方案篇三

1、利用情人节的特殊气氛来开展此次的德芙巧克力促销活动，扩大自己的品牌知名度与市场占有率，营造良好的企业形象。

2、借助此次情人节促销，增加德芙巧克力的销售量，提高本季度的销售额。

3、开展此次促销，便于制定相应的竞争策略，应对同行的竞争者。

4、加强老顾客的长期购买，形成忠诚顾客；吸引新的顾客购买我们的产品，形成满意顾客。

5、为情人节过后的市场淡季期间，树立售点信心获取售点支持形成销售增长。所以在活动的设计上更多是要考虑吸引注意，促进记忆，达到好感，提高本企业巧克力的市场竞争力，进一步提高市场占有率，在销售中有一个大的突破。

1、年龄在16—23岁，处于恋爱期注重浪漫的情侣，主要是大学生群体。

2

、年

龄在24—30岁，具有时尚年轻的未婚女性白领。（女

性爱吃巧克力巧克力可以说是最美味的食品之一，尽管女性在体形和美味的抉择中痛苦不堪，但从现实来看，女性对巧克力的偏好仍十分明显。）

3

、年

龄位于30—45岁已婚夫妻的目标消费者。

注：大学生和时尚年轻的未婚女性白领视为此次促销活动的主要对象，年龄位于30—45岁的已婚夫妻作为此次促销活动的次要对象。

主题一：得到你是我一生的幸福

得与福正好是德芙的谐音，有利于加深企业品牌。

此主得与福正好是德芙的谐音，有利于加深企业品牌。

此主题也突出情侣或夫妻间互相倾慕与浓浓的幸福感，也符合七夕这节日。

主题二：勇敢、浪漫、真爱

当今社会竞争压力增大，大家很少有心情空闲下来去整理自己的爱情，我们容易把身边爱的人给忽略了。其实，大家都需要被爱以及敢于向心爱的人表达自己的爱，只是忙碌的身影使大家失去了沟通，失去了人生应有的爱。呼唤着爱的温馨与亲切，是一种意境，也是一种梦境，让人们的爱在德芙的活动中徜徉。

我们此次活动就是创造一个有爱情氛围的平台，激发那些含蓄、羞于表达的人们要敢于把自己的爱表达出来，让对方感受到爱的存在。在活动中，可以利用丰富多彩的活动形式让现场观众充分感受到活动带给情侣们的快乐，为他们创造一个浪漫的氛围。情侣们的相互合作时的默契，一起分享参与的快乐，在互帮互助中体会真爱的伟大。

这样的机会，爱的表达不会使情侣们尴尬，反而更有利于促进他们爱情的进一步发展。在这种氛围下，我们的品牌也在不知不觉中得到巩固，大家都会记得是德芙的这次活动给了他们提供了一个传递情感和拥有美好回忆的平台，德芙在他们心底扎根。

民宿装修设计方案篇四

举步行走，沿街不乏各种奶茶店，随着经济的发展，衍生了更多形式的奶茶店，千篇一律的奶茶店铺要想立足社会，困难重重。下面是小编整理的奶茶店装修方案推荐，希望对你有帮助！

的梦想都建立在金钱的基础上，你开店铺的目的大部分是为了赚钱，少部分在赚钱的基础上坚持自己的理想。所以奶茶店的特色就相当重要。很多人来奶茶店或者说咖啡店的目的不是真的想喝一杯奶茶，而是醉翁之意不在酒，找三五好友在一个优雅、娴静的地方聊聊天，所以奶茶店的装修必须营造舒适、轻松、高雅、浪漫的氛围。摆放精致的饰品，让顾客充分感受到舒适的氛围。

奶茶店铺空间较小，但是该有的设备一定要采购，然后将他们有序的组合在一起，店内的桌椅可以采用卡式桌椅，既可以节约空间，又显得较为现代化，厨房采用不锈钢材料，既干净又卫生。墙面用明亮的颜色，也可以贴一些墙纸增加温馨氛围。

奶茶店主打温馨，尽量以明快的色调为主。颜色的选择可以粉色与白色，或者白色与蓝色都会营造出一种清新的效果。也可以尝试将吧台做成黄色，将背景墙做成粉绿色，再配上醒目的标志，给人清新翠绿之感。深色系列可以彰显奶茶店铺的神秘，可以采用马赛克地面铺贴，几何图形的灯罩，墙上挂上艺术范儿的油画，整体给人厚重、神秘特色。如：1. 北欧风格的多选用原木色和砖色做为主色调；2. 现代感十足的奶茶店应多采用玻璃、不锈钢、金属等材料，可选用偏淡一点的颜色作为主色调，传统的奶茶店则多以暖色调如：黄、橙、红等为主。

有趣的东西最能吸引人的眼球，小编曾经见到一家奶茶店有很多小饰品。墙上挂着世界地图，地图上很多地方都标上了红旗，问过的人都知道，那是他走过的地方，墙面上还有很多自己拍的民俗风情照片，还有老式的鱼缸、唱片机、手绘的奶茶瓶子等等，走进店铺清新复古文艺范儿就会扑面而来。

民宿装修设计方案篇五

为了迎接五一劳动节，作为新时代的大学生因该率先作为表率。尽管我们生活的校园很干净，为了让我们的校园更加舒适，作为学校的一份子出点微薄之力是应该的。

二、活动目的、意义和目标：

劳动者五一，作为消费者的我们，在劳动节的我们体验劳动生活。作为共青团员的一员。需要我们要社会主人翁意识，服务社会意识。在五一之际，我们需要更加美丽的校园，校园因为你我的努力而美丽。

三、活动资源需要：

各班五个代表，需要30把扫把，5个垃圾带。若干抹布。

四、活动开展：

1、4月25日召集各班团支书及学生会成员开会，转达我们这次活动任务。

2、4月26日由学生会成员访遍校园各角落，统计需要清理的地方。3、4月27日由我们学生会简单安排工作组。

4、5月1日7点半召集各班代表，分配任务。

5、12点，活动结束。

五、经费预算：

活动中用具可从各班接，或者自备。本次活动无需任何花费。

1、在美化校园过程中，各位同学应当注意避免损坏学校公务。

2、各位同学应当放松心态，服务学校中来。

3、活动结束后，应当妥善归还用具。

七、活动负责人及主要参与者：

各班共青团员、学生会成员

活动策划人□20xx.2.20

民宿装修设计方案篇六

1、 家装会展：

1、1市场部要配合展会的策划，协助企划助理到展会现场实地勘测，能重复利用的宣传用品就不再做新的，搬运过程中尽量减少宣传物品的非正常损坏。

1、2展会前电话告知客户展会时间、地点及我们展区的位置，并告知展会期间有推出优惠活动，邀请其来了解、比较一下。

1、3通过各种方法提前收集参展的同业卖点，以便我们及时调整。

1、4详细掌握展会的策划案(理由+卖点分析+过时不候)，以及....

2家装课堂/名师见面会/户型发布会：

2、1市场部要对该小区详细调研、并针对重点小区拟出开发方案，总经理必须重视，活动时间一般为发钥匙前一周，小区前三户应重点跟踪。

2、2协助企划助理写好活动策划案，并将活动流程复印数份

夹在宣传单内。

2、3要求工程部确定样板房(工地)：至少2套，在工地及竣工个1套，并提前落实现场、样板间细节的安排。

2、4活动前必须进行全员培训、人员安排、礼仪培训。

2、5准备好笔、纸等，中午尽量留住客户，提供免费午餐。

2、6课堂内容：(1)介绍公司的过去：成立时间、荣誉、所做工程。(2)介绍公司的特点、特色：品牌公司与“游击队”的区别。(3)介绍家装常识：如何避免家装陷阱，怎样处理家装消费维权。(4)绿色家居标准，如何识别假伪材料、环保家装与主材选购(增加互动性活动)。(5)三大承诺。(6)标兵项目经理的评选标准。(7)优惠政策。(8)3大目的：做朋友、做交流、做服务。(9)小区方案的讲解、说明，家居风水学基本知识。

2、7须当天召开咨询会后的各部门总结会，分析活动的得失。要求务必重视活动存在问题分析，不允许出现不上报活动情况(存在问题分析)或者是连续几个星期上报的存在问题都是一样的敷衍现象出现。

2、8召开户型发布会必须准备充足的户型方案，图纸必须有一定的厚度、设计含量且包装要精美。

2、9在每周五以前，总经理必须亲自到待参观的样板房(工地)进行考察落实，并切实做好参观前的工作，不允许敷衍了事，应付差事。

2、10活动失败的主要原因：(1)市场部调研极度不包位，没有进行大规模地毯式的调研工作。(2)设计部的配合度不够。(3)对户型方案发布会的意义没有真正的理解。没有准备足够的精美户型方案，对出的方案极度不重视，在数量、质

量方面极度欠缺。

2、11如在小区举办家装课堂驻点布置要有展会效果。

2、12活动过程中：

2、12、1全体员工一定要清楚公司此次活动的....

一. 活动主题：

零甲醛 真健康！

大铭装饰20xx零甲醛环保之旅拉开帷幕！

20xx年，家居装修正式进入环保时代。

面对市场纷纷扬扬的绿色装修宣传，谁敢真正承诺家装零甲醛？

4.1日，大铭装饰零甲醛环保之旅为您揭示真正的零甲醛健康！

二. 客户征集

1、自营客户信息收集：4.1号开始大铭装饰店面开始搜集客户信息及确定意向客户信息；由专人负责与客户联系，告知促销活动。

3、网络客户信息收集：4.1号启动网络宣传及团购报名。

三. 活动形式

签单无理由8.8折

活动期间，签单即可在原有报价基础上享受装修费8.8折超级

优惠!

设计费全场3折

活动期间，签单即可在原有报价基础上享受设计费全场3折优惠!

铭牌享受 订单有礼

活动期间，交定金送大礼!

交定金500元送名牌豆浆机一台!

交定金1000元送精品电饭煲一台

民宿装修设计方案篇七

今年是公司一周年庆典活动，我们公司以传播家居装饰新文化为主题，服务广大车城消费者为宗旨，推广***装饰家居文化设计新理念、推动十堰家装业的整体水平、树立**装饰在十堰家装业界的品牌形象。提升**装饰企业员工的自豪感，以事促人，以人带事，从而进一步将整体团队精神再次升华；对外，将有效地创立**装饰公司良好的公众服务形象以及展示过去一年来取得的良好业绩，并在大众的关注下充分展示**装饰公司先进的企业理念、良好的企业文化氛围、一流的施工质量等等。最终取得良好的社会效益与经济效益。

暂定xx年**月*日—***日(具体待定)

暂定金源通大厦，

**装饰公司

(待定)

房地产商拟邀请：、香格里拉

活动全程策划：天下策划工作组

1. 天下策划工作组的具体工作

(1). 策划大纲文案

(2). 平面广告文案产品与企业广告语各类宣传品文案电视广告文案报纸杂志广告文案

(3). 公共关系文案

(4). 平面设计，宣传品设计及印刷，广告设计

(一)新闻联络会筹备

举行此次活动的新闻媒介联络会议，通报此次活动的主题与内容，发送统一的新闻发布稿给所有参会媒介单位。

地点暂定文贸一酒店内(联络工作由阔达装饰公关部门协调并及时通报活动筹备小组)

事先联络暂定媒介名单：

十堰日报社十堰晚报社东风汽车报社

十堰电视台经济频道十堰电视台生活频道

十堰电视台新闻频道雅中广告

(二)活动现场布置

举行“阔达周年庆典活动舞台布置，音响，演艺界目，广告条幅、拱形门□pop宣传海报、宣传单、现场安全部、、工程

部，后勤部等相关负责人碰头会，作好具体工作安排与上交工作计划，提供相关名单(与会领导、嘉宾、记者、业主)节目单等，实行分层到位，具体人负责制。

各媒体、建材联盟商、相关部门的汇报工作情况，并落实各自的工作。各项工作基本到位，包括：

b□宣传海报、印刷品设计与印刷工作务必在*月*日完成。此工作负责人吴琼

c□主持人的联系，音响调试，节目的排练，电源电器的调试；

d□开幕式致词的审核批准，由李总进行审核(在*月*日前交付李总)。

e□嘉宾致词稿的准备；

f□嘉宾休闲区的落实工作；

g□迎宾小姐、乐队、人体dm的培训及宣传工作。

(三)活动外场宣传准备

1、大幅海报指定阔达装饰专人在各在建小区门口张贴。(海报印刷事宜专人联络暂未定)

2、宣传单页由及宣传员在*月*日和*日在人群密集区进行散发(人体广告宣传员请兼职大学生，要求形象较好)。

3、通过市内雅中广告在当期(*月*日发行)进行宣传，十堰晚报在*日*日进行广告与报道交叉进行宣传。

(四)媒介宣传策略：

2、*月*日——*月*日在十堰电视台生活频道、新闻频道、经济频道、东风电视台作系列新闻报道(或专题报道)。

通过媒体强势宣传，造就强大的广告的优势，让车城各界和老百姓了解本次阔达周年庆典活动并积极参与到本次活动中来，树立阔达装饰的市场知名度和百姓亲和力，打造空前的盛况，成为市民关注的热点和车城新的亮点，让阔达走进千家万户，贴近百姓生活，达到广告空前宣传的效应。

民宿装修设计方案篇八

装修五一活动策划案：

赏牡丹，订家装，赏牡丹，订家装，三店同绽放

活动送礼及优惠从4月30日至5月8日止

一：

1、主题：热烈庆祝洛阳城市人家成立一周年；洛阳城市人家政和路旗舰店盛大开幕；

2、优惠：工程造价8.3折(综合管理费不参与打折)活动期间每天享受家装团购惊喜价

3、礼品：活动期间交意向合同就送家居实用好礼(茶具、碗具、锅、枕芯)活动期间凡签单即送大礼(详见礼品赠送规定)

4、主材：

1、5月2日家装团购会(半天)

活动主题：赏牡丹，定家装，

活动地点：牡丹大酒店三楼、十五楼会议室。

活动内容：1、家装团购会：与资深设计师进行一对一的沟通。

2、活动现场签单扎气球，赢取幸运大礼。

3、主材商风采展示并提供相应品牌的

活动促销：

1、活动期间凡是持户型图到城市人家任意店面咨询的客户，均可享受贵宾礼遇，并获得精美礼品一份。

2、牡丹大酒店活动现场特设幸运抽奖环节，现场客户均有机会参与抽奖。

3、凡活动现场与我公司签订意向合同或装修合同的客户，均有机会上台扎气球，获得幸运大礼。

4、凡签单即送大礼(详见礼品赠送规定)

2、5月3日至5月8日店面洽谈会

活动主题：店面洽谈会

活动时间□20xx年5月3日至5月8日全天

活动地点：中州店活动内容□a□店面洽谈会；

活动促销：

1) 凡活动期间进店持户型图咨询的客户，均可获得精美礼品一份。

2) 凡活动现场与我公司签订意向合同或装修合同的客户，均

可享受：1、免费量房、出预算；2、参观样板间；3、可参加样板间征集活动；4、得实用家居礼品一份(茶具、碗具、锅、枕芯)。

3) 凡签单即送大礼(详见礼品赠送规定)

三、三大承诺：

1□

2、三级工程验收，监理、项目经理、工程部经理层层把关。

3、坚持走材料最好的经营理念，材料品牌公示，不搞伪劣贴牌。

一活动目的

今年是公司一周年庆典活动，我们公司以传播家居装饰新文化为主题，服务广大车城消费者为宗旨，推广装饰家居文化设计新理念、推动十堰家装业的整体水平、树立装饰在十堰家装业界的品牌形象。提升装饰企业员工的自豪感，以事促人，以人带事，从而进一步将整体团队精神再次升华；对外，将有效地创立装饰公司良好的公众服务形象以及展示过去一年来取得的良好业绩，并在大众的关注下充分展示装饰公司先进的企业理念、良好的企业文化氛围、一流的施工质量等等。最终取得良好的社会效益和经济效益。

活动时间：暂定xx年**月*日—*日(具体待定)

活动地点：暂定金源通大厦，

主办单位：装饰公司

参加单位：(待定)

房地产商拟邀请：、香格里拉

活动全程策划：天下策划工作组

1. 天下策划工作组的具体工作

(1). 策划大纲文案

(2). 平面广告文案产品与企业广告语各类宣传品文案电视广告文案报纸杂志广告文案

(3). 公共关系文案

(4). 平面设计, 宣传品设计及印刷, 广告设计

二, 实施细则

(一) 新闻联络会筹备

举行此次活动的新闻媒介联络会议, 通报此次活动的主题和内容, 发送统一的新闻发布稿给所有参会媒介单位。

地点暂定文贸一酒店内(联络工作由阔达装饰公关部门协调并及时通报活动筹备小组)

事先联络暂定媒介名单:

十堰日报社十堰晚报社东风汽车报社

十堰电视台经济频道十堰电视台生活频道

十堰电视台新闻频道雅中广告

(二) 活动现场布置

举行

各媒体、建材联盟商、相关部门的汇报工作情况，并落实各自的工作。各项工作基本到位，包括：

a□拱门、条幅、舞台布置、礼品及礼品台的布置、站位、安全通道指示牌、停车

d□开幕式致词的审核批准，由李总进行审核(在*月*日前交付李总)。

e□嘉宾致词稿的准备；

f□嘉宾休闲区的落实工作；

g□迎宾小姐、乐队、人体dm的培训及宣传工作。

(三)活动外场宣传准备

1、大幅海报指定阔达装饰专人在各在建小区门口张贴。(海报印刷事宜专人联络暂未定)

2、宣传单页由及宣传员在*月*日和*日在人群密集区进行散发(人体广告宣传员请兼职大学生，要求形象较好。)

3、通过市内雅中广告在当期(*月*日发行)进行宣传，十堰晚报在*日*日进行广告和报道交叉进行宣传。

(四)媒介宣传策略：

2、*月*日——*月*日在十堰电视台生活频道、新闻频道、经济频道、东风电视台作系列新闻报道(或专题报道)。

通过媒体强势宣传，造就强大的广告的优势，让车城各界和

老百姓了解本次阔达周年庆典活动并积极参与到本次活动中来，树立阔达装饰的市场知名度和百姓亲和度，打造空前的盛况，成为市民关注的热点和车城新的亮点，让阔达走进千家万户，贴近百姓生活，达到广告空前宣传的效应。

活动背景：

家装是一项系统工程，传统家装与建材是分开的，不能满足市民的需要，消费者选择装饰公司后，又马不停蹄的奔走于各大建材卖场，在无数次挑选中不尽人意，造成消费者精力和财力的浪费，市民也渴望家装、建材、饰品一条龙享受，而且趋势越来越强烈。

金百年精品装饰城，作为襄樊家装建材大本营，满足了襄樊消费者的需求，解除市民的后顾之忧，从设计、装修、建材、室内配套等一条龙的服务、一站式消费大体验，让每一个客户随心所欲，省心、放心，不用再东奔西走，烦心事，在金百年精品装饰城轻松解决。

xx年4月1日，

活动的意义：

此次活动以传播

装文化新理念，树立金百年精品装饰城的品牌形象。对内巩固和加强各商家联盟战略合作伙伴关系，提升各商家企业员工的自豪感，以事促人，以人带事，从而进一步将整体团队精神再次升华；对外，将有效地创立各商家公司良好的公众服务形象以及展示以往一年以来取得的良好业绩。

活动的预期效果：

营销策略及品牌战略

市场切入点：

(2) 打造金百年精品装饰城

(3) 广告与促销推广同步运作。

市场定位：

1. 市场定位：金百年精品装饰城——装饰建材集团军

金百年精品装饰城——家装建材大本营

2. 形象定位：金牌服务、百年不变；

3. 消费理念定位：家装、建材、室内饰品一条龙服务，

采购一步到位，购物生活两全其美一站式消费快乐大体验不必东奔西走，万事无忧

4. 广告定位：好生活金品质好日子一百年大市场、大营销、大行动的战略

借

成立品牌联盟，相互拉动，促销活动相互推销产品，互帮互助，利用整体优势，让消费者得到实惠，拉动销售，抢占市场，实现经济和社会效益的双赢。

市场推广及营销活动系列：

1、家装建材品牌大联展：将组织品牌家装、建材公司现场展示优秀、顶尖、独特的设计创意和装修设计理念。

2、春季欢乐家装赶集会：将组织浩浩荡荡的装修消费团队参会，加强消费者与企业之间的相互交流与沟通，实现共赢。

展示规划:

企业风采区-----现场文艺演出助兴,展示各家装企业特有企业文化及独特装修设计理念。

赶集会促销区-----品牌装饰器材(陶瓷、卫浴、电工、油漆、地板等)大型促销活动,以及待装户现场抽奖活动等,为消费者提供多种形式服务。

效果评估:将商家的销售以及消费者的购买行为有效的联系起来,加强了消费者对的品牌记忆,增加了其购买的概率。

xx年

1、欢乐家装、快乐共享。

xx年

活动,汇集家装建材豪华阵容,强强联手,共创辉煌,收获一个浪漫的春天。 开幕期间促销活动:(3月28日-4月8日)

推出

2、春天盛会市民节日。

多家装饰、建材经销商提供优质产品展示和咨询服务。现场大型文艺演出气氛热烈,摸奖异彩纷呈,为送上一道家装文化大餐。

打动消费者、让消费者怦然心动、与之产生共鸣的行为,让襄樊广大市民亲历家装生活,让消费者感受到省时、省力、省心、省钱,并且享受装修新房的快乐心情。

3、开幕式举行

必将是盛况空前、意义深远、造福百姓、展现襄樊现代人居的重要组成部分。100套家居装饰方案大赠送，凡在活动期间咨询并签单的客户均享受超值优惠！设计师陪同业主现场看样板房，免费接送参观，让工地开口说话。为数千个家庭提供了免费设计服务和绿色家装讲座。

4□

活动时间□xx年3月28日—4月8日

回馈顾客大抽奖

签单最终结算金额在四万元以上的，送电动自行车一辆+价值xx元的现金消费卡一张；

签单最终结算金额在八万元以上的，送家庭影院一套+价值4000元的现金消费卡一张；

活动注意事项：

xx年

媒体支持：

《襄樊晚报》、《楚天都市报襄樊版》、《消费广场》

广告表现策略：各档期促销活动报纸宣传。

媒体分析：

《襄樊晚报》，《楚天都市报襄樊版》：读者多为市内及各专业厂职工，喜欢这类信息，广告宣传覆盖面广，效果明显。

为年轻人，诉求点明确。

活动宣传准备：

通过市内《消费广场》进行宣传，襄樊晚报在3月28日至4月8日进行广告和报道交叉进行宣传和促销同时进行。联络工作由专人负责，也同时设计稿件。 活动外场宣传准备：

1、大幅海报指定专人在各在建小区门口张贴。

2、dm宣传单页由人体广告宣传员在人群密集区进行散发。

3、百人自行车游行市区，携带横幅和绶带在市区内进行环城游行。注意有关部门审批事宜，协调城管部门和相关管理部门。

媒介宣传策略：

通过媒体强势宣传，造就强大的广告的优势，让襄樊各界和老百姓加深对金百年精品装饰城的印象并积极参与到系列活动中来，树立金百年精品装饰城品牌的市场知名度和百姓亲和力，通过科学的策划和市场运行，成为xx年4月襄樊市民关注的热点和新的亮点，让金百年精品装饰城品牌走进千家万户，贴近百姓生活，达到广告预期宣传的效应, 和销售的更大突破。