

2023年珠宝店开业活动策划方案(通用5篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

珠宝店开业活动策划方案篇一

四月是一个春意盎然的季节，四月是一个绿意浓浓的季节，四月也更是一个激情澎湃的季节。去年的今天我们美丽的珠宝宫殿开业了，同样，今年的今天，我们迎来了同样美丽的一天，“浓情四月，缤纷五洲”，借助今天的活动我们为众多的支持我们、鼓励我们的朋友们带来了雅俗共赏的娱乐节目，也为朋友们准备了相应的礼品。借助活动的开展可以有力的提升xx珠宝的品牌知名度、美誉度与信誉度，有力的拉近与消费者的距离。而专卖店的周年庆典与五一劳动节又相距较近，也成为我们为五一宣传的一个很好预热期。为此，我们组织了相对较大的一个宣传阵容。

- 1、提升品牌知名度、美誉度、信誉度；
- 2、提高产品销售量。

浓情四月，缤纷五洲

浓浓的春意，浓浓的绿，浓浓的（四海五洲）深情，浓浓的多姿多彩心（新）意。

20xx年xx月xx日-xx日

xx珠宝专卖店

河北xx珠宝首饰有限公司

本次活动主要分为两部分

1、邀请新闻记者参加；发布新闻，包括本次周年庆典的信息还有五一的活动概括。

2、“浓情四月，缤纷五洲”周年庆典大型回报演出；具体附后。

1、活动背景以绿色为主，体现浓浓的春意，也预示着曼都珊珠宝的春意正浓。

2、专卖店内，挂旗、宣传单页、一周年纪念的饰品（胸针、头饰品），专卖店内用无颜六色的鲜花花球布置，营造一个充满生机、绿意盎然的气氛。

3、专卖店正门口拱门一个，空飘气球6个（门口左右两边各三个）。

4、演出区：搭建演出台（演出单位提供）。

7、演出区：演出背景

平面类燕赵都市报

珠宝店开业活动策划方案篇二

5月31日-6月2日

“金粽”钜惠(省市)

一楼、直营店、加盟店

1. 借助端午节三天小长假进行促销活动提高品牌知名度。

2. 提高目标消费者心目中的形象。

1. “金粽”钜惠(省市):

5月31日-6月2日凡购买元以上,加()元钱即送绒沙金粽摆件一个。

2. 端午节旧饰换新颜:

5月31日-6月2日,顾客可将以前的首饰拿到凯福珠宝专卖店/柜换取新的首饰,只收取加工费()元/克,同时免费提供清洗服务(非凯福品牌换金也可参加),使所有首饰“旧貌换新颜”。

(仅限有以旧换新门店)

3. 端午节黄金大放价:

5月31日-6月2日,黄金放价三天,全城超低价,每克直降()元。

4. 圆梦钻石柜:

(2)在各地电视台做活动宣传广告,还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做“金粽”钜惠(省市)、端午节旧饰换新颜、端午节黄金大放价活动的内容、各地专卖店/柜地址及电话的详细广告。

2. 活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至凯福珠宝推广总部品牌部做好活动评估、总结,以便提供更好的营销服务给加盟伙伴。

1. 活动期间各加盟商需自行计算满()元加()元送绒沙金粽摆件一个。(绒沙金粽由总部统一采购加盟商直接从公司采购。素金可不参加)

2. 活动期间端午节旧饰换新颜工费()元，需要各加盟店自行制定。(没有以旧换新的商家可以不参加)

3. 黄金三天全城超低价，各加盟商需自行计算直降()元。并将金价以标价牌形式放置柜台明显位置。(详见附件黄金标价牌)4. 圆梦钻石柜，需将特价牌放置钻饰，翡翠特价专柜当中。

(详见附件特价牌)

1、活动策划5月7-8日;

5、方案及物料设计稿件发各部门5月17日;

1. 黄金标价牌

2. 促销台卡

3. 促销展架

4. 圆梦钻石柜台卡

5. 促销吊旗

珠宝店开业活动策划方案篇三

鞭炮连串，财运不断;大钱不少，小钱常赚;门面热闹，八方客源;经营妥善，常露笑脸。下面给大家分享一些关于新珠宝店开业活动策划范文5篇，希望能够对大家有所帮助。

一、序言

如何确保“首战必胜”是所有新生项目的首要问题，对零售店来讲，它的开业活动是否别致新颖即“首战是否能大获全胜”，“给人以耳目一新并最终一炮打响，对于在五马街先声夺人并立稳脚跟有着至关重要的影响。既要有轰动的场面，又要有实实在在的营业额，两者兼具，这是本次活动的宗旨。

以圣诞节为契机，以所有的品牌专卖店为推广平台，借助产品手册、抽奖酬宾、珠宝鉴定、特价产品□vip贵宾计划等多样化的形式内容聚集人气，提高品牌关注度及拉动销售，为品牌的持续经营收集潜在客源信息。我店决定策划一次促销活动。

一、活动主题

爱在有情天——__珠宝圣诞特惠酬宾

二、活动时间

12月21日-25日，共计五天

二、活动说明

以圣诞节为契机，以所有的品牌专卖店为推广平台，借助产品手册、抽奖酬宾、珠宝鉴定、特价产品□vip贵宾计划等多样化的形式内容聚集人气，提高品牌关注度及拉动销售，为品牌的持续经营收集潜在客源信息。

三、活动目的

- 1、以圣诞节为契机，将潜在客群转变为实际消费客群拉动产品的销售，提升销售额；
- 2、以特惠活动为平台，吸引更多潜在客群关注品牌动态，提高品牌知名度；

3、通过针对性的活动展示品牌文化，拉近品牌与客群的距离，提高品牌竞争力。

四、活动内容

1、抽奖酬宾：

活动期间，每天进店的前50名顾客，无论其是否购买产品，均可领取一张抽奖券。奖券由正券和副券组成，正券由顾客保管，副券投入抽奖箱。活动最后一天，进行现场抽奖，顾客凭副券及手机号或身份证号兑奖。

获奖名额分一二三等奖及纪念奖等数个等级，每个等级可设置一定数量的获奖名额。奖品内容应多样化，既可以是不同价值的产品实物(戒指、耳环、链坠等)，公司纪念品(台历、钥匙扣、名片夹等)，也可以购物代金券或折扣券充当。

2、珠宝鉴定：

活动期间，顾客可以将自己的珠宝首饰拿到门店，由我们的专业珠宝鉴定师为其免费鉴定真伪、等级。如有可能，该环节可以一直延续下去，可以增加公司品牌在消费者心目中的可信度和亲和力，有利于提升品牌形象。

3、特价产品：

活动期间，每个门店每天都将主推一至二款特价产品，以适当的折扣或是与其他产品搭配销售的形式推出市场酬宾。从21日到25日特价产品的品类及折扣比例应逐步加大，尤其是产品品类更应契合爱情的主题，以便与圣诞的氛围吻合。

搭配策略：如按原价购买指定款产品(主打产品)后，再加极少的现金即可拥有一款精致的特色产品(小饰品为主，如戒指、)。

4□vip贵宾计划

活动期间，凡一次性购买产品达到一定金额的客户，即可直接转为vip客户，获得我们特别推出的vip贵宾服务，可享受在所有门店购物折扣、终身免费提供珠宝维护和清洗、购物积分等特惠项目。

另外，活动期间可适当的准备部分玫瑰花，24日和25日两天，每天前20名进店的女性均可获赠一枝。

五、活动支持

1、媒体的广告支持：

活动开始前连续三天，选择优势平面媒体，借助其广泛的覆盖面，推出活动主题并预告活动内容，使更多的消费者获知我们的圣诞特惠信息。版面简洁，画面温馨，突出品牌形象。

平面媒体的选择：

(1)当地的dm杂志或是报纸连续三天，每天半版硬广；

(2)圣诞节当期的电视报一期，半版硬广。

如有可能，可选配一篇千字左右的软文，围绕主题介绍针对不同人群选购珠宝的技巧，及简易的珠宝辨别方法。

2、产品手册支持：

制作一批精美的产品手册，全方位介绍公司产品信息，圣诞节活动内容，特价产品信息等详细信息，提前五天放置于各个门店的显眼位置，便于顾客取阅。产品手册的制作需要注重可读性和实用性，使顾客能够长久保留。

同时，还可以将产品册放置于部分报刊亭、商场或是超市门店，扩大发行覆盖面。

3□pop海报

提前一周制作好一批精美的pop海报，张贴于各门店显眼位置，及各主要街道、超市、商场、小区门口等人流量集中的区域。海报强调视觉冲击力，突出主题。

4、其他物件支持：

x展架4个、横幅4条、抽奖箱4个、抽奖券1000张、签到簿4本□pop海报40张左右，奖品若干，音响、话筒及音乐光碟每个店面一套，圣诞装饰物品4套，纸笔，剪刀、透明胶布，礼品袋，玫瑰花，桌椅等相应必备工具。

六、现场布置

各门店的装饰应在20日前完成，活动期间如有破损，应在第一时间修补整齐，并保持其完好至活动结束：

利用圣诞装饰物品装饰门店，要求突出圣诞的氛围；

x展架放置于门店门口；

横幅悬挂于门店门头；

产品手册，放置于门店最显眼处，以便于顾客可以方便的取阅；

抽奖箱放置于产品手册旁边；

25日当天，在规定时间内将抽奖箱放置于门店前空地，进行现场抽奖；

七、注意事项

3、做好顾客的资料收集，尽可能的留下顾客的姓名、工作单位、手机号码等基本资料，在活动结束后整理完整并上交公司，为公司的长久经营累积资源。

4、耐心解答顾客的每一个询问，如不能马上回复，应留下顾客联系方式，待获得正确回答后第一时间内回复客户。

八、人员安排及分工.

20__年珠宝市场总体低靡，局部活跃。节节攀升的金价降低了市场热度。而以打折为主的价格战千篇一律，忽视了品牌的建设和维护。

__珠宝作为业界的翘楚，在春节期间再次强力出手，给市场带来福祉，给消费者带来福音。

一、活动意义

__珠宝诉求品质，演绎经典，引领时尚。此次策划活动目的是提升公司产品销量及销售额，强化品牌认知度及美誉度，同时也是部分新品的上市。

二、活动对象

孙子兵法曰“凡战者，以正合，以奇胜”。集中优势兵力，重点突破，选择节日营销的重点市场。

2. 活动控制的范围：优先选择的特定区域。（一、二级市场）

3. 促销的主要对象：职业女性、职业男性。重视工艺、追求时尚；注重品牌；对珠宝有所诉求。

4. 促销的次要对象：注重装饰；关心质量和服务。

三、活动主题

1、确定活动主题

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，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。一个好的主题很关键。

我们的主题是：价格折扣+抽奖+服务促销

价格折扣：按产品的实际价值加上合理利润(40%-100%)，把得到的结果除以其相应的折扣点，最终的数字作为产品定价。折扣点选择吉祥的数字：八八折、六八折、四八折。

抽奖：具体形式见“活动方式”。

服务促销：继续宣传和推出公司的售后服务。归纳为八项保证服务——保质量、保调换(可等值异地换货)、保纯度、保克重、保维修、保缩放、保清洗、保翻新。

2、包装活动主题

消费者。这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

本次促销活动的主题是“高贵、尊崇、祥和”。(具体形式见小册子)

整个店面环境设置应该凸现这个主题，员工服装统一是红黄色，是唐装，表达春节传统、祥和的意思。

卤素灯不要耀眼，选用一些光线柔和、温暖的，但不要显得暧昧。其次，可分时段选取一些高雅、柔和、喜气的背景音乐播放。一些顾客可能没看到柜台，但被音乐吸引，而成为

潜在顾客。

其它设置如吊旗、灯笼□pop□展架等要尽量凸现春节喜气祥和的气氛，同时彰显__公司大气精致的形象。

四、活动方式

1、确定伙伴：和商场、经销商、加盟商联合，可整合资源，降低费用及风险。具体公关由市场督导负责，和商场敲定活动形式、时间和地点。利用商场春节大型促销宣传吸引自己的人气。

2、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。建议公司在每个销售网点举办一个抽奖活动：凡是在活动期间购买__珠宝首饰的顾客：

奖品设置(设七个等级)，特等奖，一、二、三、四、五等奖及安慰奖。具体内容待商榷。

五、活动时间和地点

活动时间：20__年1月24号——2月7号。

此次活动在__珠宝公司所有销售网点同期进行。

此次促销活动在设在商场内专柜、岛柜进行。不搞场外搭台销售。

六、广告配合方式(待定)

报纸

优点：1. 信息的传播可以限制在目标区域内。

2. 广告制作速度快。

3. 灵活、及时，区域市场覆盖面大，能广泛地被接受，可信赖性强。

缺点：1. 杂乱，针对性差。

2. 保存性差，复制质量低，传阅者少。

3. 浪费发行量：信息可能被送给很多永远不在市场买公司产品的人。

4. 一种高度易见的媒介，竞争对手可以很快获取我们促销活动的情报。

电视

优点：1. 综合视觉、听觉和动作富有感染力，能引起高度注意，触及面广。

2. 能很好地建立形象的一种媒介。

缺点：1. 制作成本高。

2. 干扰多，瞬间即逝，观众选择性少。

3. 大多数广告只有10到30秒长，这就限制了我们的可传送的信息量。

杂志——

优点：1. 区域、人口可选择性，可信并有一定的权威性。

2. 复制率高，保存期长，传阅者多。

缺点：1. 广告购买前置时间长，有些发行量是浪费的，版面位置无保证。

2. 篇幅成本和创意成本较高。

七、前期准备

前期准备分三块：

1、人员安排：要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交__点。谁负责与商场的沟通？谁负责现场管理？谁负责礼品发放？谁负责顾客投诉？谁负责产品介绍？谁负责数据记录？要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。活动前对所有营业员进行培训，统一思想，统一口径，明确活动目的、意义、对象和重点。

2、展柜形象：展柜形象是一个系统的工程，在卖场中一般体现在以下方面：企业统一的v

i□起到整体形象的塑造；展柜色彩，能够吸引眼球的亮丽色彩或者彰显高贵的神秘色彩；展柜用材：衬托产品形象的材质；展柜灯箱：华丽、明亮、引人注目的灯箱；展示现场商品的pop□x展架、易拉宝等道具：可以充分展示产品个性，突出卖点；展柜现场的装饰布置：如花环、汽球、灯笼、吊旗等道具的采用，给人以灵性、活力的展示。主题烘托春节喜气洋洋的气氛，具体工作由店长和经验丰富的营业员来做。

3、备货：确定新品、促销产品、传统产品的种类，并准备充足的货源。列一个备货清单，接单清点；然后参照每天的销售数据，及时补充。

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？

综合成本(低)、媒体知名度(高)、受众(多)、宣传时间(及时)及方式(切实可行)，选择当地一两个主流媒体单位。报道这次春节促销活动的主题，展示公司品牌形象。详细操作不报道，以免竞争者效仿。

十、费用预算

整个活动费用包括：活动期间员工工资(含加班费)、广告媒体费用、店铺包装费用(购买吊旗、气球、灯笼、制作条幅等等)。总费用单店控制在一万元以下。

另外还要考虑到商场的扣点。建议各个店铺负责人结合本店实际情况，参照策划方案，在活动开展前半个月，拿出详细的费用预算，及店铺包装意见，并传真给公司市场部。

十一、意外防范

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、甚至天气突变导致客流减少等等。

这些意外可能影响活动

的继续进行。各店铺负责人必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。不能因为单店的意外而影响整个公司活动的进行。建立活动期间店铺主管全面负责制，并以此作为其绩效考核的依据。

十二、效果评估

活动结束后，各店铺应及时盘点库存，整理销售数据(包括销售量和销售额)，销售日志，结算商场扣点，统计购买者情况(大概年龄、性别、穿着、陪同者人数、消费金额)，实际总费用(包括明细帐)等。

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。

各分店按照以上要求认真总结，将结果在促销活动结束后一星期内反馈给公司市场部。

珠宝店开业活动策划方案篇四

5月31日-6月2日

“金粽”钜惠(省市)

一楼、直营店、加盟店

1. 借助端午节三天小长假进行促销活动提高品牌知名度。
2. 提高目标消费者心目中的形象。

1. “金粽”钜惠(省市):

5月31日-6月2日凡购买()元以上，加()元钱即送绒沙金粽摆件一个。

2. 端午节旧饰换新颜：

5月31日-6月2日，顾客可将以前的首饰拿到凯福珠宝专卖店/柜换取新的首饰，只收取加工费()元/克，同时免费提供清洗服务(非凯福品牌换金也可参加)，使所有首饰“旧貌换新颜”。

(仅限有以旧换新门店)

3. 端午节黄金大放价：

5月31日-6月2日，黄金放价三天，全城超低价，每克直降()元。

4. 圆梦钻石柜：

(2)在各地电视台做活动宣传广告，还可在黄金时间以字幕的形式在电视台上做“金粽”钜惠(省市)、端午节旧饰换新颜、端午节黄金大放价活动的内容、各地专店/柜地址及电话的详细广告。

2. 活动后期做好活动将以上数据及媒体投放频次、代理商反馈意见等收集至凯福珠宝推广总部品牌部做好活动评估、总结，以便提供更好的营销服务给加盟伙伴。

1. 活动期间各加盟商需自行计算满()元加()元送绒沙金粽摆件一个。(绒沙金粽由总部统一采购加盟商直接从公司采购。素金可不参加)

2. 活动期间端午节旧饰换新颜工费()元，需要各加盟店自行制定。(没有以旧换新的商家可以不参加)

3. 黄金三天全城超低价，各加盟商需自行计算直降()元。并将金价以标价牌形式放置柜台明显位置。(详见附件黄金标

牌)4. 圆梦钻石柜，需将特价牌放置钻饰，翡翠特价专柜当中。

(详见附件特价牌)

1、活动策划5月7-8日；

5、方案及物料设计稿件发各部门5月17日；

1. 黄金标价牌

2. 促销台卡

3. 促销展架

4. 圆梦钻石柜台卡

5. 促销吊旗

珠宝店开业活动策划方案篇五

20xx年9月10日

迁西xx商场

迁西xx商场、戴梦得古珀行公司

迁西鸿福购物商场门前

时逢迁西鸿福商场开业，同时戴梦得古珀行第一次亮相迁西，借着商场开业的人气，正是推出古珀行的良好时机，本次专场发布会主要利用前来参观商场开业的迁西市民，让他们接触古珀行，认识古珀行，并希望通过他们的口来传播古珀行的产品，意为推广古珀行的自身产品。

1、时间掌控：25分钟

2、内容：

a □通过模特表演的形式，展示古珀行珠宝的各种产品，中间穿插主持人的产品介绍。

b □在专场发布会期间，散发古珀行珠宝的宣传单页和代金卡（价值100元），模特展示之后，集中举行“情动9月古珀行大奖连连送活动。

即：凭宣传单页和代金卡前去古珀行领取抽奖号码后，将抽奖号码放置奖箱内，等待抽奖。

一等奖：奖价值4688元的钻饰。

二等奖：奖价值3688元的钻饰。

三等奖：奖价值1688元的钻饰。

1、奖品部分甲方自筹。

2、宣传品甲方自筹。

3、模特8人，男女各4名，8000元。（含往返车费、食宿另计）

模特级别：中上等（在省级比赛中获奖人员）