

最新重阳节商品促销方案(实用5篇)

年会策划需要明确活动的主题和定位，以及参与人群的需求和期待。这些营销策划案例展示了企业如何通过不同的推广手段和创新的思路来吸引消费者的注意力。

重阳节商品促销方案篇一

大家知道如何策划服装促销活动？有哪些方案可以作为参考呢？

一、促销的3个执行关键

本文虽然突出实战介绍，但一些重要的理论介绍还是不能一概省去。让我们在开始之前，再次审视一下促销的定义：促销从字面理解就是“销售促进”，是通过信息传播和说服活动，与个人、组织或群体沟通，以直接或间接地促使他们接受某种商品或服务。

站在零售的角度，在这个定义里，有三个关键词值得关注：

- 1、“信息传播”，主要就是指促销广告的宣传和氛围营造；
- 2、“沟通”，主要指现场的促销口头介绍和导购接待；
- 3、“说服”，这主要指通过促销买赠、降价和销售技巧等各种努力达成最终的交易。这三个关键词，构成了零售促销执行环节最主要的工作事项，是我们在促销准备和执行中必须重点对待的。

二、促销的6大主要目的

卖场促销，和单一品牌的厂家促销活动，在其出发点上还是有着诸多鲜明的不同：厂家活动突出自身品牌和销量的提升，

而卖场促销则既要突出个体品牌和品类的表现，又要关注卖场整体，实现综合量和质的提升。从卖场的角度，其开展的促销目的主要有以下几种：

- 1、鼓励顾客大量购买，迅速提升卖场整体销售量。
- 2、给顾客带来新鲜感，加深对某商品品牌的印象。
- 3、争取潜在顾客尝试购买，使顾客尽快熟悉商品(新品)，促进商品(新品)的销售。
- 4、提升卖场品牌形象之目的。
- 5、老品、积压品清库，降低高库存。
- 6、吸引竞争对手的顾客改变既有的消费习惯，抢夺顾客，打击竞争对手。

三、促销执行的3大原则

1、创新至上

创新是促销实现“突破”的“秘密武器”，是狙击其它品牌跟进和拦截的有效方式。如果活动形式没有创新，简单地依靠打打特价或买赠来执行，这样的活动不可能取得良好的效果。在各个商家促销手段日益同质化的今天，要做到创新就要充分地进行差异化，促销方案的设计、广告的发布等均要考虑到差异化。

2、少量多次

由于消费者的欲望总是无止境，且都有越不容易得到的东西越想得到的心理，因此促销要遵循“少量多次”的原则，每次促销力度不宜过大(减少其期望，避免对平常销售的影响)，产品范围不宜太多(越难得到的东西，越想得到)，人为设定

一些活动门槛让客人觉得占了便宜。

3、赢在细节

消费者在最终决定购买的那个环节，经济学上称为“惊险的一跃”，意思是说消费者很娇贵，往往会因为一些在平时很不起眼的小问题而放弃购买，警惕性非常高。在这种情况下，把握好执行细节就显得尤为重要。在整个促销活动中，从小到海报设计与张贴，大到促销流程精细化及现场执行都要关注细节。

四、促销的.3种常用分类

虽然有了促销目的，但在很多时候，我们却还是经常陷入这种一种思考中：我该何时做促销呢？何时做促销效果会更好呢？以下的各种促销分类和形式，或许能让你在促销策划时找到更多的思路：

1、大型节假日促销

包括但不限于：元旦促销、春节促销、元宵节促销、三八节促销、端午节促销、建军节促销、中秋节促销、国庆节促销等。

2、主题性促销

针对某一品类商品或事件的策划组织的专项性主题促销，包括但不限于：

(1) 针对卖场重要节日开展的庆典促销，比如公司司庆促销

(2) 新店开业促销

(4) 一般性主题性节日促销：情人节促销、3.15促销、517促销、父亲节、母亲节

(5) 卖场策划的主题性节日促销：手机节、智能手机节、音乐手机节

3、常规性促销

除以上两类外，为了活跃现场气氛、围绕某一特定目的或市场应变开展的小规模促销，我们称之为常规性促销，主要包括以下几类：

(1) 平常周末提升人气和销量的小型促销

(2) 应对竞争对手开业等促销活动的应对性促销

(3) 针对清库机的专项促销

(4) 店庆促销

(5) 新品上柜促销

(6) 针对该区域有重大活动或节日的借势性促销。比如，海南每年年底都会有一个政府组织的大型海南欢乐节，海南的王者天创手机连锁也会同期举办“王者天创手机欢乐节”，一直以来市场反响不错。

五、促销执行的“6连环”流程

促销到底应该怎么搞？开展一个完整的促销活动都有哪些步骤和流程？对于不少营销新手来说，对于做促销活动这种事情，想起来觉得很思路简单，一旦真正开始操作起来却又不知道从何开始，具体要做哪些准备工作。以下的“6连环”将让你轻松面对促销：

(一) 策划有亮点

1、明确促销的时间、地点、对象及活动形式。

2、活动主题一定要突出，要抢眼、要有正当合理性。

终端促销，能够有一个勾人眼球的活动标题，整个活动就基本成功了一半。比如，某次促销活动，某连锁手机卖场打出了这样的活动标题：****店庆，送豪礼美女送地球，送美女其实就是由美女员工送的美女挂历，送地球就是送了个地球仪，但活动标题非常吸引人，很多消费者都非常好奇地急于了解该活动。再比如，在某个淡季，某手机店策划了一场促销活动：重奖移动老用户，0元购机，1元换礼，不仅活动标题简明直接，诱惑力超强，而且一下子牢牢抓住了众多的移动用户。

俗语说：名不正则言不顺，做促销同样讲究师出有名，没有理由平白无故地给顾客优惠或送礼，不但不能增进销售，反而可能让有意购买的顾客退避三舍。所以，在做促销主题设计时，一定要告知外界“我为什么要做这次促销？”，比如周年庆、比如店庆之类，让消费者真正相信活动的真实性。

3、利益点要明确。（顾客为什么要买？有什么好处？）

4、活动细节要考虑周全。

5、特别强调：

(1)不同的商品、不同的顾客群体促销的主题氛围风格有所不同。如：情人节促销现场营造一种浪漫甜蜜的氛围。粉红色色调布置，主题高雅、婉约；(2)以价格搏杀和赠品pk为主的促销，表现形式要直白、简单，顾客一看就懂；(3)好的活动主题：一要对现场顾客有诱惑力；二要具备传播价值。

(二)准备须到位

1、人员分工：成立促销活动“常委会”，对活动准备期进行明确分工。

- 2、天气确认：通过气象局、网络及相关途径，了解活动当天的天气情况。
- 3、现场蹲点：确定活动的最佳位置，确定最佳外场活动时间。以最容易引起顾客关注、驻足的地点和时间为佳。
- 4、场地落实：提前一周甚至一个月与城管或物业公司确定场地。
- 5、临促招聘：对促销员要进行严格把关，宜精不宜多，避免鱼龙混杂。好的促销员可以保留备一次活动使用。
- 6、临促培训：促销员和临促必须经过促销活动的内容培训方可上岗。
- 7、激励制度：传达好公司销售政策，制定科学可行的现场激励制度，提振员工积极性。
- 8、物料准备：喷绘、海报、单页等宣传物料；横幅、帐篷、促销台、赠品发放登记表等现场物料。
- 9、赠品：根据目前礼品库存情况和促销需求，及时向行政部提出采购需求，并跟进。

(三) 预热要充分

一场成功的促销活动，三分靠现场，七分靠预热。

预热要以活动现场为圆心，以活动周边××里以内为半径，针对目标人群集中的地方进行充分预热。预热时间通常在3-5天为最佳时间。太早容易被忘记，太晚产生不了效果。

(四) 执行最关键

1、提前布场。

- 2、人员分工：活动总指挥、宣传员、销售人员、产品及赠品保管员。
- 3、及时、充分地将销售信息传达给现场每一个人。
- 4、通过喊口号、碰头会等形式对导购员进行鼓气。
- 5、对现场对手制造的干扰信息要及时排查、解决。
- 6、销售赠品、奖品、奖金发放要及时入账。

(五)检查不能省

准备再充分的活动都会有疏忽和不足的地方。因此，执行过程中，检查环节一定不能省。发现问题，尽量当场解决问题；如果实在解决不了，要争取在下一次活动时尽量避免。大型活动的执行更容不得丝毫的马虎，否则不但会走样变形，而且可能产生恶劣的社会影响和负面效果。

(六)要及时

- 1、半天一总结，及时鼓舞士气。
- 2、活动结束后，和全体员工一起现场召开总结会议。表扬表现优秀的人员，肯定成绩，找出不足。
- 3、第二天，门店干部集中起来开会总结，就活动的策划、准备及执行进行充分总结，将经验写出来让其他市场借鉴、学习，将不足之处列出来避免再次发生。

重阳节商品促销方案篇二

前言

于该品牌的过程，经过调查证明醇和延安市场的全面展开，76%的消费者认为朋友推荐的。形成意见领袖的消费者能建立良好的口碑效应，缩短了市场的培育期。

本次促销推广活动，主要依靠××企业集团健全的金牌网络优势，占领各大餐饮店，形成名烟与名酒的联袂出击，完成与消费者的亲密接触。

一、活动目的：

- 1、提高××在××市的知名度；
- 2、增加消费者的尝试率；
- 3、精耕通路，决胜终端，拉动销量；
- 4、扎实管理，打击竞品，建立美誉度，为推广活动的全面展开打下坚实的基础。

二、活动时间：

12月5日——202月5日

三、活动地点：

××市各大酒店、餐饮店(各零售终端暂不执行)

四、促销手段：

促销小姐推荐、与口子窖联袂促销、集卡兑换

五、活动执行：

- 1、火借油势，风助火威：

充分利用××的金牌营销网络打造××迅速占领××各餐饮终端，并在消费者心目中形成较好的口碑，占领市场关键是占领消费者的心理市场。口子窖营销奇迹已经成为行业里程碑式的历史，提到白酒除了茅台五粮液就是口子窖，可见口子窖的影响力之大。本次活动口子窖与××的联袂可以说是门当户对，对提升××的知名度和美誉度方面锦上添花。

执行技巧：

a□餐饮店门口的pop提醒等每购口子窖一瓶赠送××香烟一包；(引发需求)

b□促销小姐主动提示消费者××的促销活动；(兴趣激励)

c□云南××新品上市促销期间，两空盒兑换一包烟。(信息记忆)

2、欢乐集卡结良缘：

来自云南的××，以她高贵幽雅的姿态，落户古城××。谁能与她喜结良缘，很简单，亮出你的通行证，××伴你行。根据消费者市场研究分析，人类的贪欲一直伴随整个消费过程，集卡简单易行，操作性强，往往在白领一族形成较大的传播影响。

执行技巧：

a□消费者凭三个××烟盒中心牡丹徽标到餐饮店可兑换××香烟一包；

b□另外每购买口子窖酒一瓶照常赠烟一包；

c□促销小姐主动提示××如何兑换并主动帮消费者剪下，打消消费者有失面子的疑虑。

3、形象小姐公关：

受过正规培训的酒店促销小姐水平技巧远高于临促，她们承担着产品推广的重大责任，行业的使命使她们更了解消费者，通过有效的沟通最终达成交易成功的目的。

执行技巧：

a□形象小姐与消费者面对面的沟通贯穿整个促销活动的始终；

b□以产品展示、产品介绍影响消费者的心理，以便达到最佳的促销效果；

c□重大节日安排部分促销深入到各大卖场(商场、超市、大型专卖店等)

4、全面撒网，重点培养：

酒店以外的各零售终端pop□dm的辅助促销活动的. 顺利执行，扩大目标消费者的影响力，促使游离态的消费者和潜在消费者对××的认知度，为下一步各终端渗透奠定基础。

执行技巧：

a□pop□dm要求有活动的告知信息；

c□餐饮店的pop简洁醒目易识别，是我们目标消费者的重点培养基地。

六、危机控制：

1、消费者与促销员发生争执怎么办？

前期的促销员培训，专业的促销队伍，严格的管理制度，是

维持促销队伍生存的关键，若发生争执有大堂经理解决，根据××的促销员规定处理，赔付消费者双倍赠品并书面道歉。

2、消费者拿出大量的烟标来兑换怎么办？

如数兑换。（品牌的忠诚消费者）

3、消费者只在酒店兑换，不吃饭怎么办？

不管吃饭与否，只要不是“假冒伪劣”烟标，照样兑换。

4、促销员私扣赠品怎么办？

印发促销员礼品流水台帐，记录消费者的姓名电话，结合口子窖的提货量和消费者的随机兑换量，制定科学合理的礼品。历来促销礼品的流失是不可避免的，但我们要降到最低限度。

重阳节商品促销方案篇三

一、目的：

利用315消费者权益保护日这一节日，在活动中注重以公关活动为主，穿插商场的促销活动，营造本商场注重消费者权益的良好形象。

二、时间：

3月10日——3月18日（3/15日为消费者权益保护日，包括前后的双休日）

三、活动主题：

消费者维权知识有奖判断

四、活动内容：

(一) “消费者维权知识对与错”有奖投箱活动

1. 思路：活动期间，商场每天准备1000张有关消费者维权知识的纸片，每张纸片上内容为一条有关消费者维权知识的对错题，消费者在纸片后填写自己的姓名、联系电话后，根据对错判断投入商场内设置的对错两个箱内。凡是答对的消费者，就有可能获得以下奖品(抽奖产生)。

2. 奖项设置：

一等奖：1名价值1000元奖品(购物券)；

二等奖：5名价值500元奖品；

三等奖：50名价值20元奖品；

鼓励奖：若干名小礼品一份

3. 注意事项：

*营业员不得参与活动(可采取凭购物小票领判断题的做法)；

*此活动可以由某厂家赞助，以节约费用，但由商场自身举办，这样对商场形象的宣传就直接有力。

*维权知识问题从有关消费者权益保护的法律条文中取得。

*活动持续时间、奖项设置、获奖人数、每天发放的对错判断题的数量、是否每天抽奖、还是活动期间共抽一次奖由企业自己控制确定。

(二) 当地消费者协会现场受理消费者维权活动。

(三) 当地消费者协会受理的维护消费者权益的图片或文字资料展：如20xx年**市十大消费者维权案例。

(四)商场设立有关消费知识的讲座。

3. 超市“你敢写，我就给”迎3.15策划

活动的主题：超市“你敢写，我就给”迎3.15活动筹划

活动目的：

为迎接3.15日的到来，和感谢顾客对我们超市在过去的一年里的大力支持，本着互惠互利的原则，经过研究决定举行一次别开生面的让利大酬宾，希望通过我们的活动，能够为顾客朋友节约每一分钱，带来更大的实惠，同时为了感谢顾客朋友的热情购买，在活动期间凡在本超市购买40元的顾客朋友，将还有更大的惊喜。

活动一：

活动时间：2月20日至3月8日

活动对象：2月20日--3月8日在本超市购买40元的顾客

活动的地点：本市的所有xxx超市均参加此次活动。

活动内容：购满40元的顾客可以到服务台领取一张报名的表格，在奖联上写下自己想要的奖品，同时奖品必须是本超市卖场有售的商品，并且是售价不超过20xx元的商品，然后留下有另外一半有活动特制的号码副券，把自己的姓名和奖品的正券投入我们为你准备的奖箱。

注意点：顾客在写奖品的时，只有写一份商品的名称，同时遵守我们的规定，不得填写大于20xx元的商品和在本超市没有销售的商品，如有出现上类情况而又成为我们的幸运观看，我们将以无效的方式取消获得奖品资格，希望顾客朋友遵守。对以上内容，视同顾客朋友认同，本超市不承担任何责任。

奖项设置：

一等奖：3名奖品：获得自己在奖券上填写的不超过20xx元的商品

二等奖：5名奖品：以自己在奖券上填写的五折价格购买该商品

三等奖：10名

奖品：以自己在奖券上填写的八折购买该商品或者返还在本次活动消费的金额。（最多返还不得大于200元）

活动二：

同时为了以后更好地为顾客朋友很好地服务，我们愿意聆听顾客朋友对我们的心声，只要你在以前或者是未来对我们的工作有很好的意见和见意，我们都愿意聆听，使我们更好地服务你们。

其中可包括以下内容：

一：您对我们超市的哪里不满意和满意的地方；

二：您对我们有何种的建议；

三：我们要如何服务您；

四：您在我们的超市有过种种的不愉快；

五：您对我们的评价；

六：我们要如何经营好我们的超市；

七：您想希望我们以后怎样让利给您；

八：对我们的出售的商品有何要求；

只要您对我们有想说的冲动都可以拿起你手中的笔，我们都愿意听，同时我们将对我们有很大的提议者给予奖励，将在这些热情的顾客朋友当中评选出以下的幸运顾客：

一等奖(二名)：奖1000元有的mp3一台

二等奖(五名)：奖300元的照相机一台

三等奖(十名)：奖100元的商品

鼓励奖若干名：奖20元的购物券

开奖的时间和地点：3月15日晚6：00在各店活动区

领奖时间及地点：3月15日-3月22日营业时间内，请获奖顾客凭有效证件至各店服务中心领取奖品，如获得价值100元(含)以上的奖品，须缴纳20%的个人所得税，由本公司代缴。

活动宣传方式：

超市广播：

从2月1日至3月1日每2小时播一次为频率

从3月2日至3月15日每1小时播一次频率

文字：

超市dm支持(每一星期为一期)

各超市店门前张贴pop广告宣传

4. 中心百货“情牵3.15”系列曲策划

活动时间：3月13日-16日

活动主题□xxx超市“情牵3.15”系列曲进行时

活动口号：与幸福同行与精彩握手

活动内容：

旋律a□春潮涌动——让您欢喜让您欣慰

走在风和日丽的三月，您一定被春风春雨感动，被自己的浪漫情怀感动，现在，请让我们来感动您。

您对xxx超市的关心由来已久，我们的成长凝聚着您的支持，我们除了感谢还是感谢。油盐柴米酱醋茶，让我们为您精打细算，漫漫风雨人生路，我们真诚陪您走。

让历史见证“3.15”，我们的感恩行动于3月13日---3月16日闪亮登场。除名烟名酒，特价商品和部分专柜商品外，全场一律8.8折让利酬宾。您欢喜，我欣慰，xxx超市永远是您生活的好帮手。

旋律b□爱洒宝宝——妈妈，我把祝福和梦想飞上天了

xxx超市的风筝带回家中，同时也请您把xxx超市的祝福捎到孩子的心上。宝宝，我们祝你健康成长，天天向上。

宝宝，只要你的爸妈代你在超市购物满15元，这只漂亮的风筝就属于你的了，你就可以随心所欲地将它与梦想给飞上天了。

旋律c□情牵“3.15”——有奖问卷调查活动

凡在本超市购物满15元起，评电脑小票可到服务中心领取“有奖调查卷”一份，填写后交回服务中心即可参与现场的摸奖，

内设一等奖4名,奖价值38元的文体商品组合;二登奖6名,奖价值28元的化妆品组合;三登奖10名,奖价值18元的任意商品组合,并根据编号评出特别奖2名,奖价值500元的购物券一张.好心情自然有好运气,好运气一定给您好心情。

旋律d□情涌xxx超市——购物淘金之旅

“走温馨通道,踏淘金之旅”3月16日惊喜为您准备.我们在超市内不同地方分别放置了15套“诚信经营,放心消费”的电脑打印字,如您能把每一套字完整地找出来,那么请到我们的服务中心把您的奖品拿回家.每人限找一套,15套惊喜送给15位朋友.祝您幸运。

重阳节商品促销方案篇四

一、促销主题:忆一段历史佳话尝一颗风味美粽

二、促销目的:树立五四新华都的人文形象,同时增进销售额的提高。

三、促销时间□x月xx日——x月xx日

四、促销对象:第一商圈内的居民

五、促销商品:主要商品成品粽及熟食、海鲜等;

六、促销内容:

(一)价格促销:对一些成品粽及熟食进行特价活动□x月x日——x日)

具体品项由采购部决定(一楼促销栏及广播进行宣传)

(二)娱乐促销:可选2项中的其中1项

1) 包粽子比赛

游戏规则——3人/组；限时5分钟，以包粽子多者为胜；

胜者奖其所包粽子的. 全数；

其余参加者各奖一个粽子。

活动时间——6月23日/24日

活动地点——一楼生鲜部的冻品区前

道具要求——桌子、喇叭、包粽子的材料（糯米、豆子、花生、肉、竹叶）

负责人——生鲜部，采购部配合

2) 射击粽子比赛

游戏规则——每人可获得5科子弹；以射中的是标识为豆沙、肉粽等即获得该种粽子一个；

活动时间——x月x日/x日

重阳节商品促销方案篇五

紧紧围绕楚湘楼努力建设一个高文化品位与高档次形象的商务酒楼，并且使之成为邵阳一处著名的人文商务酒楼，策划一系列相关的焦点事件，进行层层推进式的全方位新闻报道、促销活动和广告推广。

2、策划目标

(1)、近期：通过一系列强有力的宣传推广活动迅速提升楚

湘楼知名度，并初步在邵阳市民中确立楚湘楼文化品位和服务档次高这一印象，从而带动酒楼销售，力争在宣传开始后的三个月内达到预期目标。

(2)、远期：使楚湘楼真正成为一个具有浓厚艺术氛围的人文景观和商务文化基地，牢固确立楚湘楼是邵阳高档酒楼第一品牌“人文商务酒楼”的地位，在广大市民中形成“更上一层楼，商约楚湘楼”的概念，同时由于其价值附载了巨大的知名度，酒楼的價值将大大提升，使之获得更好的经济效益。并且，楚湘楼作为一个著名的酒楼品牌，可进行具有极高经济回报的品牌输出，同时可带动、带活楚湘楼其它相关项目。

3、优势与劣势

楚湘楼这一项目可以说优势和劣势都很突出。

优势：

(1) 随着国家宏观政策的放开和邵阳餐饮业的兴旺发达，这一项目进入的门槛越来越高。因此，转型后短期内很难出现竞争者。

(2) 规划起点高，由于一开始楚湘楼就把赶超和打造邵阳餐饮业最成功的例子作为目标，因此起点要比其他的酒楼高出许多，这为最终把楚湘楼建设成为一个知名的人文景观式商务酒楼打下了良好基础。

(3) 内部管理非常到位，由于楚湘楼是由长城大酒店直接投资和管理的，因此管理和服务水准上要比邵阳同行业其他酒楼成熟很多，在绝大多数已有顾客中留下了良好的形象和口碑。

劣势：

(1) 楚湘楼原址上原有酒店几经易手，一直经营不善，服务质量低下、管理不到位等原因在市民心目中留下了极坏的印象，更由于前些年的社会上的老大小红包在此经营，使之在市民中的形象更加恶化。

对策：只有加强品牌形象宣传，明确告知消费者现有楚湘楼的形象，才能消除人们对楚湘楼的误解和不了解。

(2) 地理位置不具备竞争优势，邵阳其他酒楼绝大多数处于交通要道旁，人气旺盛，而楚湘楼地处邵水西路，交通便利但不发达，不利于品牌形象的传播，还有就是餐饮业中的湘中人家、湘里人家、厨佬星等也近在咫尺，吸引了市民的注意力。

对策：只有实现策划目标，大大提升楚湘楼所附载的文化品牌特色等方面的附加值，提升档次，进行差异化营销，从大众餐饮转型为高档人文商务酒楼才能确立自身优势。

4、市场分析

餐饮业是一个竞争非常激烈的行业，业内风生水起，风云激荡，进入的门槛随之越来越高，市场也越来越难以开拓，因此，业内的新起之秀如何突破重围，实现异军突起就成了困扰餐饮业老总们的最主要的难题。

近几年，邵阳的餐饮业迅猛发展，老品牌如贵都、昭阳城等稳坐江山，坐拥市场；湘里人家、厨佬星、湘中人家等新兴势力也出手不凡，遍地开花。

如果对市场进行细分的话，我们不难发现贵都、湘里人家、厨佬星、湘中人家等走的都是一条平民化、大众化的路子，在这种情形下，邵阳的大众餐饮已经达到了饱和状态，昭阳城等走的又是一条专业喜庆的路子，显然，这一条路也走不通了，然而纵观邵阳餐饮业，高档商务酒楼则为数不多，其

市场也大有可为。

其实，从楚湘楼餐的服务、管理、特色、设计等内功的修炼方面已经具备转型为高档商务酒楼的必备条件。因此楚湘楼只要在搞好酒楼基本建设和内功修炼的同时，能有效进行宣传（包括新闻，活动和广告）与市场营销，就能克服自身缺陷，在3个月内全面达到预期目标。

5、营销目标

3月，日销售额增长四分之一。

4月，日销售额增长五分之一。

5月，日销售额稳定增长50%以上。

6、宣传模式

一个具有长远目标而又效果良好的宣传计划，仅仅靠新闻，仅仅靠广告或是仅仅靠几次推广活动都是不够的，需要的是新闻、广告与活动的有效组合，只有三者巧妙融合在一起的时候，才能产生强大的宣传力，才能达到“投入最小。宣传效果最佳”这一理想境界，因此推荐：新闻报道+活动+广告宣传模式。

基本模式：新闻报道+活动+广告

（1）新闻报道：主要是指能有效提高楚湘楼知名度的新闻，包括深度分析、报道，系列追踪报道。焦点新闻，小消息。新闻专题。话题探讨（专栏），人物特写（如老总。厨师）等，登载出于日报晚报。

新闻内容

在3.15消费者权益日到来之际，设立全国首个10万现金“楚

湘楼餐饮消费品质保证金“。经相关部门和公证处公证，为菜品、份量、服务有误做出多倍赔偿，并进行新闻发布。炒到一定程度，推出“邵阳餐饮消费品质保证联盟”。

(2) 活动：如征集楚湘楼形象代言人，联手邵阳珠宝搞促销，为书法名家在楚湘楼提供书展场地，设置赠品，凡在楚湘楼消费每桌送紫砂壶一个等，但绝不打折、降价（具体活动设计及本方案操作方案另行文本）。

(3) 广告：从品牌、形象、特色、服务、功能、理念六个方面入手推出六篇系列软文和画面广告，明确告知消费者今日之楚湘楼的优质形象，大致题目如下：《楚湘楼，风景这边独好》、《十四个老板后的楚湘楼》、《楚湘楼，成功人士的选择》、《营造氛围、做足品位，楚湘楼打造商务酒楼航母》、《每一位顾客都成了楚湘楼的回头客》、《一次邂逅 一次次选择、只因楚湘楼里服务好》。

印制精美dm宣传册，定点投放于各门店，让大部分生意人知晓。

发布出租车车顶或车身广告，印制楚湘楼字样座套送给的士司机，把广告做到车内。

悬挂机关小区、商业小区****。

7、“新闻开道，活动配合，广告断后”宣传模式的优势

(1) 以新闻报道进行宣传的优势：阅读（收看、收听）面广、可信度高，容易引起关注，容易被受众记忆，对品牌的塑造尤为有效，另一个最大的好处是“省然”。新闻报道的缺点：一般难以详细介绍产品的具体内容，包括规格、价格等。

(2) 广告的优势：只要不违反有关法律规定，可以对自己的产品进行全面而详细的介绍

广告的缺点：费用太高，受众少，可信度差，受关注程度低。

（3）活动：

活动的优势：活动能把许多新闻和广告宣传中的内容具体化、现场化，并且许多活动本身就是有新闻性的，因此能有效配合宣传。

活动的劣势：投入精力大，难以****。

结论：“新闻报道+活动+广告”模式，可称之为“新闻开道、活动配合，广告断后”的宣传模式，能有效组合弥补各自缺点，以最少的投入达到最大效益的宣传效果。

8、宣传内容和设想

作为一个定位很高、目标远大的酒楼，做好宣传应该是一项长期坚持的工作，但宣传必须分阶段进行，要有节奏，根据预先的策划和对突发事件的策划的把握，在不同的阶段形成不同的宣传热点，不断加深受众对楚湘楼的印象。

第一阶段：亮相期

这一部分的设想前面已经陈述部分，此处略。

第二阶段推广期

策划要点，策划一系列有列于提高楚湘楼文化品位和知名度的事件，进行恰到好处的炒作。

设想略。

第三阶段：巩固期

这一阶段仍然需要隔一段时间就出现楚湘楼的名字，以巩固

前面的宣传成绩。这一阶段以公关为主，针对一些****报道的热点做出反应，比如报纸报道的某大学学子因家贫没回家过年，楚湘楼可以告知记者愿把他接过来过年，这样就达到了目的。

9、媒体选择

以《邵阳晚报》为主，《邵阳日报》为辅。

选择理由：虽然日报发行面广，发行量大，但其以党政新闻为主，受市民关注程度低。晚报发行面以县市城区为主，以民生为视角民生新闻为主，深受市民欢迎，而楚湘楼的大部分客源就源于市县城区。

10、实施原则

在策划实施中必须把握一个计划性与灵活性相结合的原则。也就是说在一个有行于对楚湘楼进行炒作的突发事件发生后，应该马上就有反映，可以改变原有计划，立即抓住这一事件进行炒作。

11、两个一工程

在进行宣传、促销活动和广告推广的过程中，还应该做好两个一工程，这两个一分别是：

(1) 一套规范的`ci视觉识别系统，一个要打品牌的企业，自身形象的规范是最基本的要求，因此应该有一套规范的ci视觉识别系统来规范企业的形象。

(2) 一个具有高品位的酒楼介绍样本，就是像是酒楼的一张名片，样本的好坏，往往代表了人们对楚湘楼第一印象的好坏，因此非常重要。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档