最新营销策划活动方案 营销活动策划书(模板11篇)

整改措施旨在解决问题、改善状况，因此需要事先确定预期目标和效果。接下来，让我们一起来看看这些精彩的游戏策划范文，希望能给大家带来灵感和启示。

营销策划活动方案篇一

(一)通过折扣来清理夏装库存，利用折扣吸引顾客，配合黄金节日拉动销售额的同时清理

即将换季产品;

(二)借助双十一节招募新会员，扩展客户群;

(三)形像宣传，提升品牌在目标消费群中的美誉度和暴光率;

二、促销主题

迎双十一，倾情回馈新老顾客

三、促销时间：

11月7日－11月11日(共5天)

四、促销范围

全国所有门店

五、促销内容

(一)活动期间，部分商品七折优惠(新品除外);

(二)凡在活动期间生日的顾客，只要在全国各个门店产生消费(不限制消费金额)，即可

2、顾客成功办理会员卡、领取礼品后，需登记入簿，并在消费小票上注明“已

送”，避免重复;

3、建议礼品为饰品或者印有xx公司logo的饰品，如丝巾、首饰、家居装饰品等;(附图)

(三)会员尊享

六、活动宣传配合

(一)(二)(三)

活动pop物料;

宣传单张：请配合印刷宣传单张促进活动力度;

短信宣传：发送活动通知短信给会员顾客;

(四)(五)

广播宣传：制作促销活动广播，在活动期间反复播放;

商场宣传：发送活动短信给商场会员，利用商场客户资源，开发

潜在客户群;

七、活动筹备期分工表(略)

八、费用预估(视具体行业情况而定)

营销策划活动方案篇二

20xx开年之际，李嘉琪筹备开一个呼伦贝尔风味特产微店，内含俄罗斯进口食品，后期不定时加入其它食品，准备在微信上运营。目前主要运营对象为上外贤达在校师生，为其提供味美价廉的内蒙风味食品!现打算于3/24正式投入运营，并开展开业大迎宾活动。

一年之际在于春，为实现微店的开门红，吸引身边的同学和校园里的潜在客户来店光顾，将举办为期两周(14天)的'开业迎宾活动。同时也为了微店的持续盈利，吸引更多的回头客。

呼伦小店开业迎宾活动

暂定在开业迎宾活动中吸引25名顾客

20xx年xx月xx日

(一)拟定微信朋友圈宣传标语

(二)微信朋友圈开业集赞活动

1、全场满70包邮

2、开业买就送，随机赠送各类小食品。

3、单笔订单买满100送10元优惠券(可供下次使用)，满200送提拉米苏一个。

营销策划活动方案篇三

借_这一良好商机，通过有计划的促销活动，吸引人流，提高全店的销售额，增强本超市的美誉度，在消费者心目中树立“平价实惠“的形象。

二、时间段

20xx年x月x日——x月x日，总计一周时间。

三、促销主题

“欢天喜地贺_，明礼守信待亲友”。

四、详细方案

(一)购物有“礼”

主要内容：凡于x月x日-x月x日在本超市购物，并且购物金额达200元的前10名顾客，凭购物小票至客服总台，免费领取5kg大米一袋。每张小票限领一袋，每日10袋送完即止。

(二)执行要点

1、不管采取何种宣传方式进行宣传，都须注明“每张小票限领一袋，每日10袋送完即止，”否则极易引起客诉。

2、赠品发放处另设，要注意：耐心和礼貌。

(三)喜从天降

主要内容：凡于x月x日至x月x日，在本超市购物的顾客，都有机会免费获得所购商品。在此五天内，本超市将在每天的早、中、晚，不定时举办两次“喜从天降”活动。在活动开始时，当时每个收银台前的第一位顾客，即为参赛者，只要抽出的乒乓球上显示的是您所在的收银台号，那么您就是当次活动的幸运儿，就会体会到一份“喜从天降”的喜悦。

(四)执行要点

此活动所需道具为：

1、乒乓球。

2、抽奖箱一个。(可用商品包装箱，但不要太大，箱子须密封，在箱顶上要开一小洞，大小以能刚刚伸进一只成人手，同时基本无缝隙为宜)

3、电动小喇叭一个。

在此活动开始时，有签单权(购物免费)的负责人需在场。

此活动操作过程为：

1、广播通知开始活动。

2、所有收银员停止收银动作。

3、主持人简单介绍游戏规则。

4、邀请一名顾客协助抽奖。

5、主持人宣布中奖收银台号后。

6、主持人宣布中奖者所购商品金额后。

7、中奖顾客发言。

8、宣布活动结束。

营销策划活动方案篇四

活动时间□xxx

活动地点：新华书店

活动规则：

凡一次性购买教辅图书、30元赠5元购书券，满50元赠10元购书券，满100元赠20元购书券，以此类推。

注：

1、领取购书券一律以小票为准，票据概不累加;

2、购书券必需在20xx年12月31日之前使用;

3、购书券在全市新华书店通用。

书店开学促销活动方案的内容就先到这里。更多精彩内容，还请大家持续关注。

营销策划活动方案篇五

(一)活动简介

本次活动是就主办方提供的产品或参赛者自行设计的产品进行营销策划，参赛者要求以组队的形式参加。比赛共分为初赛复赛决赛三个阶段。初赛于三月下旬举行，采用提交市场调查方案的形式，在经过专家评委的评定后，决出六支参赛队伍，经过复赛的角逐，决出四支参赛队伍进行决赛。在决赛所有环节之后，评出营销之星策划大赛的冠军亚军季军以及特别鼓励奖。

（二）活动目的

在竞争如此激烈的今天，描绘出一幅自己事业的宏伟蓝图，展示自己的风采，是每一个大学生的梦想。为了进一步活跃校园文化氛围，激发同学们的营销潜力，展示同学们的自我风采，我们特举办本次活动。通过本次实践性很强的活动，

首先为同学们提供理论知识的培训，然后让大家在实践中体验营销，体验团队合作的精神，学习风险决策，分析消费心理……成就我们未来的`“营销之星”！

（三）活动主题

营销之星策划大赛——策划你的梦想，享受梦想之火与实践之光碰撞的激情

（四）活动主办承办方

主办：

承办：

（五）活动面向对象

XX

（1）大赛章程

第三章比赛本着公开透明的原则，由主办方进行全程监督，专家组进行全程的评判，对于比赛中出现的弄虚作假行为，一律取消比赛资格。

第四章对于比赛获奖的队伍，由校团委和经济管理学院联合颁发证书以及相应的奖金礼品，并向全校公布。

第五章比赛基本方式：对主办方提供的产品或自行设计的产品进行营销方案的设计，要求参赛者以组队的形式的参加，每队要求3～5人。

第六章专家组职责：在评审规则的基础上制定评审细则，审看参赛作品及其演示，对参赛选手进行提问，确定比赛名次。

第七章比赛设立执行委员会，由营销协会会长及各部部长组成，人数要求在10～12人，执行委员会下设秘书处、财务组、赛事组、宣传组、后勤组。

（二）赛程安排

1比赛内容

方案：参赛选手选用组办方提供的产品，进行营销策划。

2比赛过程

报名时间：3月16号~3月19号

初赛：参赛选手在规定时间内递交市场调查研究报告，由专家组进行评审，确定复赛名单。

复赛：参赛选手根据市场调查研究报告，为产品写出营销策划书，递交专家组评审，根据评审结果决出四支参赛队伍进行决赛。

决赛：选手采用幻灯片形式，演示自己的营销策划书，在演示完之后，由专家组就策划书的内容进行提问，并进行现场打分，最终决出比赛名次。

3比赛时间3.22~~4.12

（三）活动组织安排

1大赛执行委员会负责活动的统筹规划。

2财务部：对于活动过程中的财务问题进行预算，并报由大赛执行委员会审议，在比赛结束后将活动的将财务的开支情况进行公开。

3实践部：对于本次活动的人事组织安排负责，并且负责决赛现场的后勤服务。

4宣传部：在比赛前期做好关于本次比赛的宣传活动，包括海报的张贴，参赛人员的通知。在活动后期，要及时把比赛的相关结果予以公布。

5策划部：对于活动要做总体的策划，并协助各部门工作，确保策划的可实施性。

6外联部：积极为本次活动寻找赞助商，在活动过程中保持与赞助商的沟通，在活动结束后，及时将有关信息反馈给赞助商。

前期：宣传海报□15x20=300

报名表、大赛宣传单50元

中期：宣传海报□2x20=40

后期：横幅□7x50=350

宣传海报□2x20=40

现场布置：50

荣誉证书：40

共计：860元

1、本次活动有很强的学术性和专业性，能够和好的凸显协会特色，得到了校团委及社联会的大力支持。

2、经济管理学院作为本次活动的主办方之一为本次活动专业

性提供保障，本次活动的专家组由经济管理学院市场营销教研组老师组成。

3、营销协会作为一个蓬勃向上的社团，总是在不断创新和挑战中茁壮成长，我们在以往的活动中积累了丰富的经验，在加上我们这个团体成员工作的热情，相信我们能够把本次活动举办的圆满成功。

4、在举办活动之前，我们邀请专业老师为大家提供理论知识的培训，同时就广大同学的参与本次活动的兴趣进行了调查，多数人表示在时间允许、活动组织有序的情况下还是很愿意参加的。

在此，我们向上级领导承诺，我们一定认真组织这次活动，不辜负领导的期望！预祝本次活动圆满成功！

营销策划活动方案篇六

(一)通过折扣来清理夏装库存，利用折扣吸引顾客，配合黄金节日拉动销售额的同时清理

即将换季产品;

(二)借助双十一节招募新会员，扩展客户群;

(三)形像宣传，提升品牌在目标消费群中的美誉度和暴光率;

二、促销主题

迎双十一，倾情回馈新老顾客

三、促销时间：

11月7日－11月11日(共5天)

四、促销范围

全国所有门店

五、促销内容

(一)活动期间，部分商品七折优惠(新品除外);

(二)凡在活动期间生日的顾客，只要在全国各个门店产生消费(不限制消费金额)，即可

2、顾客成功办理会员卡、领取礼品后，需登记入簿，并在消费小票上注明“已

送”，避免重复;

3、建议礼品为饰品或者印有xx公司logo的饰品，如丝巾、首饰、家居装饰品等;(附图)

(三)会员尊享

六、活动宣传配合

(一)(二)(三)

活动pop物料;

宣传单张：请配合印刷宣传单张促进活动力度;

短信宣传：发送活动通知短信给会员顾客;

(四)(五)

广播宣传：制作促销活动广播，在活动期间反复播放;

商场宣传：发送活动短信给商场会员，利用商场客户资源,开发

潜在客户群;

七、活动筹备期分工表(略)

八、费用预估(视具体行业情况而定)

营销策划活动方案篇七

银行存款营销方案 按照我行现有对公客户情况，将客户细分为两大类十一小类，分别为：政府机关类客户，包括市财政类、市区财政类、外县财政类、公积金系统、住建系统、社保系统、文教系统、医卫系统及其他机构类客户;公司类客户，包括授信公司类和一般公司类。按照不同的客户分类，分别制定、实施专项营销方法。对各类对公客户初步拟定的营销方案如下：

(一)政府机关类客户

截止3月末我行政府机关类客户存款合计为xxx亿元，其中各级财政系统存款合计xxx亿元，其他政府机关类客户存款较少，如医疗卫生系统存款xxx亿元、文教系统存款xxx亿元。

政府机关类客户具有其独特的特点和优势，根据政府机关类客户的特点和优势，拟对政府机关类客户每月开展专项攻坚活动，每月确定一个攻坚目标，集合全行资源统一营销。 具体如下：

1、做好信息收集工作、摸清客户情况

政府机关类客户具有较强的政策性，政策变化会对政府机关类客户产生极大地影响，做好政府机关类客户的营销工作，

核心问题就是把握好政策。如：政府客户、事业法人单位的组织架构、组织形态、主体资格认定等问题，国家投入和地方政府投资方向、投资运作方式、行业优惠政策等。从研究分析政策入手，把握政策变化趋势，有针对性地开展营销工作。由副行长、总监带队，通过组织人员广泛收集客户信息。每月确定一个小类的政府机关类客户为当月主要目标，组织相关人员重点了解政策信息、摸清客户情况，结合收集到的客户信息和我行目前的客户情况，为全面介入营销工作打好基础。

2、根据掌握信息，做好联动营销

按照客户所属部门或条线细分客户类型，确定具体的公关对象，由副行长、总监带队，相关支行行长为成员形成攻坚小组，每月确定一个攻坚条线，通过突破其中一个客户或上级机关的方式，开展专项联合攻坚行动，拓展我行在该条线的市场份额。

政府机关类客户具有专业集中、条块管理分明、管理标准相对独立的特点。客户之间往往具有较强的同一性，可利用同一条线客户之间的联系进行统一营销，如借助卫生局的关系统一营销各医院客户、利用教育局的联系统一营销各学校客户等。

3、做好延伸营销和综合营销

对于已建立联系的客户，由支行(部)指派专人进行日常维护，比照授信业务的贷后管理模式，对该客户进行维护管理，及时掌握客户资金变动情况，做好下游客户的营销。

政府机关类客户具有延伸性和综合性。该类客户具有资金源头作用，可以通过他们做好拓展下游客户的前期准备，开发下游客户的金融需求和延伸服务的需求。营销介入政府机关类客户在做好资产和负债联动营销的同时，有计划、有步骤、

有系统的营销相关下游客户，充分发挥这些客户授信营销风险相对较小、存款营销潜力较大的优势，整体推进，打好长期稳定合作的基础。

4、加强考核激励机制

对各攻坚小组每月攻坚情况进行考核，按时反馈攻坚营销情况，对成功介入目标客户的支行(部)进行奖励。奖励方案如下：

(1)月度攻坚目标新增考核

本考核以该月确定的攻坚目标客户在我行的存款月日均环比增长0为启动条件，以各支行(部)该类客户存款月日均增量为评价指标。按照该类客户在我行存款月日均环比增量的1元/万，提取月度攻坚奖励，由该类客户存款增长支行按照增长比例分配。

(2)月度政府机关客户增长考核

本考核以所有政府机关类客户在我行的存款月日均环比增长0为启动条件，以各支行(部)该类客户存款月日均增量为评价指标。按照该类客户在我行存款月日均环比增量的1元/万，提取月度攻坚奖励，由该类客户存款增长支行按照增长比例分配。

(二)授信公司类客户

截止3月底，我行对公贷款达xxx亿元，但授信公司类客户存款仅为xxx亿元，授信客户贷款与存款之比仅为1:0.2，存款比例严重偏低。据了解，部分同业在向客户发放贷款时，提出的存款条件为贷款：存款比例达到1:1，甚至达到1:2。

对于现有的授信客户，应进一步深入挖掘客户潜力，从日常

结算和存款等方面，进一步提高其对我行的综合贡献。拟由副行长、总监、支行行长形成攻坚小组，对各支行授信客户进行攻坚，加大授信客户存款占比。同时围绕现有客户的上下游关系，选择部分优质客户开展产业链营销。

(三)一般公司类客户

要求各支行(部)梳理现有的一般公司类客户，深入了解客户需求，如授信融资、代发工资、代理收付、上门收款等多项业务需求。通过发展授信业务等多项业务，增强客户对我行的依赖性，同时提升其对我行的综合贡献度。

营销策划活动方案篇八

为了响应我校第八届大学生社团文化艺术节暨科技活动节，展现当代大学生新面貌，丰富学生的课余文化生活，经济与管理学院营销协会、创业协会决定携手旺旺集团许昌部开展“旺旺杯”模拟与实战营销大赛和创业生存大赛。现将活动事宜通知如下：

主办单位：共青团许昌学院委员会 招生就业处 学生工作处

策划承办单位：经管学院团总支 营销协会 创业协会

赞助单位：旺旺集团许昌部、本站

1、报名时间：11月10日---11月15日

5、优秀团队赴企业参观时间：3月26日

1、各团队按照要求上报《营销策划书》。组委会邀请参赛企业和评审委员会对营销策划书进行评审，最终确定参赛队伍进入比赛。

2、参赛队按照各自的营销策划书进行实战销售。可参考的`营销方式有：摊位销售、上门推销、网络营销、跳蚤市场等，组委会鼓励参赛队伍所设计的营销方式具有创新性。

3、参赛队结合前期实践工作，在《营销策划书》的基础上，总结销售经验和体会。撰写《模拟与实战营销总结报告》，并通过答辩，由组委会根据综合评估的结果评出获奖队。
（校园低碳活动策划方案：以物易物换醒低碳）

1、各参赛队提交《创业策划书》，赞助单位为每支队提供300元现金作为创业资本。

2、大赛正式开始后，在规定时间内，不限形式、不限地点，自由进行创业相关活动。

3、实战阶段结束后，由各组撰写《创业生存大赛总结书》并进行答辩，评委会根据盈利数额、项目创意等评出优秀团队。

参赛队要以团总支社团部或社团为单位组织报名，原则各院(部)组织一支代表队参加比赛，每队6-10人，设立队长一名对本团队全权负责，报名表于11月15日前交予大赛负责人。

模拟与实战营销大赛联系人：

宋东亚 15836583085 朱亚磊 18937468617

创业生存大赛联系人：

一等奖三个 荣誉证书+物质奖励

二等奖五个 荣誉证书+物质奖励

三等奖十个 荣誉证书+物质奖励

营销明星、创业明星各五人

共青团许昌学院委员会 招生就业处

学生工作处 经济与管理学院团总支

营销协会 创业协会

11月10日

营销策划活动方案篇九

1、时间□20xx年xx月xx日~20xx年xx月xx日

2、地点□xx商场一楼前厅

3、主题：圣诞节系列促销活动

4、定位：

（1）与众不同，强调突破与创新；

（2）针对不同的消费者，中西合璧，用西洋的方式，赚中国人（主要）的钱。

1、简介

（1）时间□20xx年xx月xx日（周五）或是11月19日晚19：30时开始

（2）目的：以此拉开从20xx年xx月xx日至20xx年xx月xx日乃至元旦的系列大型促销活动序幕，提前渲染和营造节日的.喜庆色彩，使顾客在消费中感受来自xx商场的亲情与温暖，强势拉动销售水平。

2、场景设置

说明：整个设计色调和效果强调祥和、热烈和祝福之情，富有亲和力和神秘的色彩。

（1）在xx商场正门入口处，树立一棵高大的、比较夸张的圣诞树；

（3）一根烟囱由三楼垂落，下接圣诞小屋；

（4）圣诞小屋周边为白雪覆盖的卡通造型舞台；

（5）从中庭三楼斜拉装饰网到二楼，上悬饰雪花、礼品盒、铃铛等大小饰物；

（6）中厅悬挂超级大礼品钟，里面放置数份小礼品，小贺卡，数千只小气球（备用）。

3、场面描述

19：00起

顾客一进入xx商场，迎面为大圣诞树，门两侧各有10名圣诞小精灵，身穿样式统一的精灵装，小精灵们手持电源蜡烛和心愿卡，向顾客祝福，并与顾客一起将蜡烛和心愿卡悬挂到圣诞树上，表达良好的祝愿与期盼，营造亲切感人的氛围（部分卡或蜡烛记录可作为其间的一种促销方式）。

19□20

小精灵到舞台后候场；场景音乐渲染气氛。

19□25

漫天雪花从三楼缓缓飘落，幕后音开始介绍圣诞节，及xx商场圣诞月的活动内容。

19□30

（1）祥和、悠扬的钟声响起，小精灵们从圣诞小屋左右，及大厅四处欢快的跑出来，一边跳一边唱《铃儿响叮当》，汇聚到舞台上。随后音乐渐趋平缓，身着洁白天使服装的儿童合唱“听，天使报佳音”“平安夜”等圣诞歌。

（3）圣诞老人与小鹿一起将圣诞树点亮□xx商场圣诞节系列活动拉开帷幕……

营销策划活动方案篇十

xxx杯第一届凤凰联盟四校采购&营销实践大赛

目前，大学生课外活动开展得日益频繁，形式趋于丰富化多样化，但多偏重于对理论知识的考核。然而，社会发展对于大学生的实践能力要求越来越高，对于大学生学以致用的要求越来越高，对于大学生为学为用的综合素质要求越来越高。基于这样的一种想法和认知，开展一项真正能够将理论与实践进行有效结合的活动显得尤为重要，在商业经济高度发达的今天，营销越来越成为企业生存与发展的关键，社会迫切需要懂得营销理论知识与实践技能的人才，营销对企业来讲显得尤为重要。

现在的竞争是综合型人才的竞争，作为新世纪的大学生，有必要抓住在校的黄金时间，锻炼自己的能力，提高自身的综合素质。为了促进大学生就业创业，帮助大学生整合社会资源，为我校大学生搭建项目和人才汇集的平台，南京信息工程大学花旗物流协会等四所院校主办机构特此举办第一届凤凰联盟四校采购&营销实践大赛。

本次营销采购实践大赛就是基于这个前提而开展的活动，旨在为学生创造一个将理论运用到实践过程中去的平台，从而提高学生的综合能力。

本次采购&营销实践大赛，打破了目前已经存在的绝大多数大学生课外活动重理论轻实践的现象，将活动置于真实的社会环境中，带领学生走出校园，走出书本，走进现实，走进社会。锻炼在校学生为学为用的综合能力，强调学有所得，学以致用。开辟“第二课堂”，为企业发掘人才，为社会培养人才，为大学生就业提供一种新途径。

本次大赛我们将其定位于以专业营销知识为基础，以实际销售为手段，从基础工作做起为在校大学生提供商业知识实践的平台，发掘大学生的创业热情和商业才华，培养学生能够与不同的群体进行沟通的能力、实践能力，提高学生的综合素质。强调社会经验的积累，最终达到使参赛学生整体综合素质得到锻炼提高这一目的。

在校大学生理论研究能力强、富于创造性，但是常常容易局限于书本，局限于理论。事实上，社会才是大学生最大的学习舞台，学习如何更好地融入社会生活，学习怎样更好地参与市场经济是他们心声。大学生们面临着困境，他们也渴望走出校园，渴望开拓视野。通过实践性质的比赛，同学们能够充分运用专业知识和理论来指导实践，并通过实践来验证理论，在总结实践经验的基础上深化对理论的认识并进行丰富和发展，发现理论同实际运用的出入，有针对性的进行补缺补漏，完善理论知识，提高自身的综合素质，为将来就业打好坚实的基础。

同时，营销采购实践能够激发大学生的潜能，使更多的人冲破自身的障碍，挑战新的困难，提高综合素质。另外，团队精神是当今社会及其重要的部分，此次活动采取团队参赛方式，正是为了让选手们在团队中互相学习，互相进步。

主办机构：南京信息工程大学花旗物流协会

xx财经大学市场营销协会

xxx学院社团管理中心

x信息工程大学物流协会

x资源和社会保障部x教学基地

x跃远企业管理咨询中心

组委会成员构成：（待定）

赞助机构：（联通或电信拉一家、快速消费品行业拉一家、服饰行业拉一家、预备四到五家赞助商）

南京信息工程大学花旗物流协会

南京财经大学市场营销协会

南京晓庄学院社团管理中心

南京信息工程大学物流协会

（本周联系）

由各高校自行组队，每个高校组队不超过4队，每队不超过5人，并各自为本队命名，资料提交大赛组委会。

初期各高校采购货品（货品采购可各校自行组织或组委会委托某一高校代为采购），采购完毕后，各高校组织比赛队伍先行在各自校内进行销售，以便调整人员。

后续各校确定队伍参加四校决赛，每校轮流做一次主场，同时要出席他校三次客场，共四天比赛。比赛最终根据销售利润总额评选出冠军、亚军和季军队伍。

时间□xx年11月xx日至xx年11月xx日。

地点：四所高校各协会办公室

参赛对象：南京信息工程大学花旗物流协会

南京财经大学市场营销协会

南京晓庄学院社团管理中心

南京信息工程大学物流协会

参赛对象为组队参加，组队不超过4队，每队不超过5人，设队长一名，详情参见报名表。

报名方式：以协会为单位，到各协会办公室领取报名表。

时间□xx年11月xx日下午xx点。

地点□xx

参与对象：由四所高校报名团队选派一名选手参加

宣讲会内容：由凤凰联盟四校采购&;营销实践大赛组委会及各参赛队代表出席，大赛领导将向参赛选手提供所要策划的商品清单、宣讲参赛要求、赛程安排等各方面事宜。

比赛主题□xxxx

初赛时间□xx年11月xx日至xx年11月xx日

比赛地点□xxx

初赛流程：

根据大赛要求提交各团队的营销策划，包括环境分析、产品分析、目标、营销策略、预算等，作为初赛作品参与比赛。（初赛团队提交作品后邮箱中将收到大赛组委会的回复函。如作品提交出现差错，组委会将与团队进行电话联系确认）
初赛交稿邮箱□xxxxxxxxxxxxxxx□

组委会于提交截止日期后一日组织专家进行评审，评审委员会成员x人，对第一轮筛选的作品进行认证评审，从策划的内容是否完善充实，想法是否切实可行，团队分工是否合理及考虑问题的充分性等方面，秉承公平公正原则对各参赛作品作出专业评估，以分数形式进行结果呈现，评选出10支优秀团队，其中前6支团队晋级复赛。

经过审核后的进入复赛的队伍名单将通过电话方式通知到各队，并通过大赛主办方和网络等形式进行宣传，增加活动的影响力，提高活动关注度，并通知各晋级决赛团队队长领取营销产品。（强调诚信原则，不允许提前销售）

时间□xx年11月xx日

地点□xxxxx

前期准备：

1、发邀请函邀请有关院、系领导，评委及嘉宾；通知相关队伍。

2、准备好证书和奖品。

3、工作安排：现场秩序维护人员，拍照人员、紧急情况应对小组

4、会场布置和器材调试，根据顺序将获奖队伍的视频资料准备好，调试电脑及音响。

典礼流程：

1、下午14：00—15：00由2～3个文艺表演拉开典礼序幕。

2、下午15：30—16：00主持人宣布冠、亚、季军获得者并宣读评委会评语和评分，评委会代表颁奖。

3、冠军代表发表获奖感言——5’

4、赞助商及评委老师发表感言—10’

5、院系领导发表讲话——5’

6、合影留念。

7、欢送领导嘉宾、获奖队伍离席，整理典礼资料，清理会场。

（一）评委由曾任苏美达集团采购部经理，现为南京跃远企业管理咨询中心总经理，南京蓝畅集团市场营运部顾问，国家人力资源师，二级心理咨询师侯思阳担任及各协会相关负责人。

（二）所有参赛队须在规定时间内将初赛作品上交凤凰联盟四校采购&;营销实践大赛组委会，经过评委审评，选出6队参赛队和四名优秀队员进入复赛并予公布。

（三）评委对所有进入复赛的参赛作品给出书面评语及改进意见；各参赛队可自行联系专业老师进行交流，在原作基础上继续修改和完善初赛作品，在规定时间内上交组委会。复赛为实战营销和答辩以营销额为指标和答辩得分进行评分。凤凰联盟四校采购&;营销实践大赛组委会将根据进入复赛的6名队伍的得分进行评比，评选出第一名、第二名、第三名。

（四）相关评分标准请参照附件

（五）成立的大赛组委会只评比在校内进行的初赛和复赛，对比赛结果按成绩组织颁奖，并对参加决赛获奖的团队也进行颁奖。

（六）大赛主办方xxxxx冠名单位及侯思阳导师将对在复赛和决赛中取得优异成绩的团队进行奖励，复赛奖励为各队的销售利润，决赛奖励为现金、物质和证书等奖励。

本次活动以团队为评奖单位，设计x队伍进入复赛，在决赛中角逐六队及四名优秀队员。

1、场地要求：略。

2、人员要求：略。

3、账目要求：略。

1、报名者自愿参加本次比赛，接受本协议及其他相关比赛规则，接受大赛组委会日程安排，报名者必须是在校学生。

2、参赛者在参赛期间必须保持通讯畅通，因参赛者的主观原因未接受信息者视为全队弃权。

3、各参赛队伍不得以各种方式影响比赛公正，如若发现，将取消参赛资格。

4、大赛组委会联系人□xxx□

5、本协议及其他相关比赛规则解释权归大赛组委会所有。

营销策划活动方案篇十一

20xx开年之际，李嘉琪筹备开一个呼伦贝尔风味特产微店，内含俄罗斯进口食品，后期不定时加入其它食品，准备在微

信上运营。目前主要运营对象为上外贤达在校师生，为其提供味美价廉的内蒙风味食品!现打算于3/24正式投入运营，并开展开业大迎宾活动。

二：活动目的

一年之际在于春，为实现微店的开门红，吸引身边的同学和校园里的潜在客

户来店光顾，将举办为期两周(14天)的开业迎宾活动。同时也为了微店的持续盈利，吸引更多的回头客。

三：活动名称

呼伦小店开业迎宾活动

四：活动目标

暂定在开业迎宾活动中吸引25名顾客

五：活动时间/地点 3/24——4/6 微店

六：活动内容

(一).拟定微信朋友圈宣传标语 (二).微信朋友圈开业集赞活动

1. 全场满70包邮

2 .开业买就送，随机赠送各类小食品。

3.单笔订单买满100送10元优惠券(可供下次使用)，满200送提拉米苏一个。