

最新书店线上营销活动方案 酒店元旦营销活动策划方案(汇总9篇)

活动策划要注重团队协作，确保各个岗位的工作紧密配合。以下是一些经典游戏的策划案例，我们可以从中学习他们的设计理念和玩法规划。

书店线上营销活动方案篇一

狂欢元旦节。

12月31日至1月2日。

二楼俱乐部、三楼体乐酒吧。

注：由酒商提供活动所需费用赞助)

a□12月18日元旦1日指定特惠啤酒专场(活动期间，二楼大厅4元/半打，三楼大厅一律6元/半打)。

b□策划部设计附送新年台历，新年活动的具体内容是增加与客人的沟通和交流，增进客人来消费的欲望。

c□12月31、1月1日收取门票(价格未定)元/人(元旦礼品包一份)。

d□赠券：(18年12月31—1元月2日)。

凡客人在ktv消费满6元(含6元)以上赠指定啤酒半打+新年台历一份；

凡客人在ktv消费满8元(含8元)以上赠指定啤酒一打+新年台历一份；

凡客人在ktv消费满18元(含18元)以上赠现金代用券2元壹张+指定啤酒一打+新年台历二份，以上现金代用券有效期为自发券之日起15天有效。

e□元旦化妆舞会(最佳化装、舞蹈奖评选活动)：

时间：12月31日；

地点：二楼拉斯维加斯俱乐部；

在二楼门口设置面具售卖点：

12月31日晚，客人可自由化装或前往面具售卖点购买晚会所需面具，参加本酒店举行的化妆舞会评选活动；评选奖项：

(1) 一等奖(最佳舞蹈)卡拉ok大房免费券壹张+2元现金代用券壹张+啤酒一打；

(2) 二等奖(最佳化妆)卡拉ok中房免费券壹张+1元现金代用券+啤酒半打；

(3) 三等奖(最佳搞笑)2元现金代用券+啤酒半打。

f□新年倒计时：

(1) 31日当晚12：00前5分钟由司仪主持现场倒计时；

(3) 倒计时1秒，所有的dj□舞蹈员手持公仔、礼品向四周的客人抛洒，准12：00向舞厅中间喷洒彩条。

(1) 停车场外围树上挂满漫天星，酒店门口绿化带挂满漫天星(12月1日之前)；

(2) 酒店正面外墙元旦宣传喷绘两幅，两边外墙悬挂酒店活动

条幅8条。

书店线上营销活动方案篇二

20xx年6月x日

二、产品推广目的《白话文·》

产品6月份开始正式推向市场，本方案的目的是为了让更多的人（买家用户、门店用户）快速的认知并体验产品，加强产品在线上及线下的曝光率和产品体验、粘性、使用率等，通过用户反馈的使用数据做产品体验优化及推广参考。

三、推广前准备

四、推广计划

前期产品的推广主要通过线上曝光与线下活动配合为主，通过线上的产品初步了解到线下的具体体验推广计划如下：

五、备用方案

推广效果根据推广数据跟踪进行优化和调整，如果优化和调整过的推广效果依旧很差，则将该推广模式停止，以免推广费用的浪费。

书店线上营销活动方案篇三

既然是新产品，可能其他产品部的同事之外的可能会有不了解的，即使大部分人都了解，作为新品上市推广方案应该先介绍新产品本身。首先，告诉大家产品的设计理念，名字的寓意，创意的来源这些信息，这些对于后期文案人员创作，媒体广告策划都是宝贵的资料；其次，产品的市场定位，面对的人群以及人群的特征，对后面的推广策划指明方向；然

后，将目前的产品销售状况、铺货状况、库存状况、生产能力、推广后销售量预估做简要分析，并备注解决方案；最后，明确目前产品的型号、性能，在市场中的优势、劣势，竞争产品对比等等。

市场活动部分，主要是上市推广的促销方案，可以跟其他产品组合套餐，也可以是单品，也可以是区域性的促销推广，总之明确的活动政策和理由。具体的方案可能涉及到成本核算、产品调度、销售政策等问题，这里只谈应该写在新品推广方案的里的内容方向，具体细节因行业 and 企业的营销背景而异。

真正的新品上市方案，是以媒体推广为源头的，先做市场炒作。像非常经典的产品推广案例——脑白金上市推广，开始人们并不知道脑白金是什么东西，而且市场也没有，但是被媒体炒热，大家都知道了这个名字，但是不知道如何去买，为市场爆发蓄下了能量。媒体推广方案，应该明确推那种类型的媒体，计划选择投放哪些媒体，推广的广告形式和排期，推广的文案和设计，完成的效果预期等等。

售后跟踪这个内容，一般的新品上市推广方案里写得不多，但是笔者小马识途网络营销机构的顾问表示这个很重要的一点。企业在不断的推出新产品，不断的搞促销活动，做完了都会有一个总结来指导未来，售后跟踪这个做个重点工作来抓，而且明确跟踪的内容，定期报告集团市场部，有利于企业快速反应，实施正确的营销策略。

每年春天，都是企业酝酿推出新品的时候，想必已经有不少企业正在策划新品上市推广方案。

以上四大方面是笔者小马识途网络营销机构马山的总结，希望对正在策划新品上市的业有所帮助。笔者认为一次成功的新品推广上面几点必不可少，可能你没写在新品推广方案里，但是也在做这些工作，在实际运营过程中没有出现大的问题

也就成功实施了上市方案。

书店线上营销活动方案篇四

咖啡厅在元旦这天举办活动，可以吸引顾客注意，从而带动销量。下面是咖啡厅元旦营销活动方案，欢迎参阅。

1、台历：

制作策略：把两岸咖啡西餐中选出12道精典菜品，每一道菜品设计在每个月中，并做相应打折活动，在元旦前全部派发完毕。消费者可持菜品彩图到两岸咖啡消费，享受部分优惠政策，如免费点钢琴曲，菜品打折消费。

(台历样品，仅供参考)

2、dm宣传单页：

制作策略：将咖啡厅元旦活动优惠措施体现出来，如赠送咖啡纪念礼品、免费品尝部分菜品，通过夹报的形式和现场品尝咖啡时派发，让消费者感受到咖啡厅菜品的精典。

3、钢琴曲点单：

制作策略：中内外著名钢琴名曲荟萃，简约、时尚，消费者就餐时可聆听优美的钢琴曲，并根据自己的兴趣点曲自己喜爱的音乐，钢琴师即可弹奏出悦耳动听的音乐。

正面 反面

4、咖啡品尝操作台：

制作策略：重点突出企业形象、企业文化、企业理念，能更大范围吸引消费者眼球，识别性强，受众率广泛，加上咖啡

厅简明的精典物语，得到消费者对咖啡厅的极大认可。

(操作台样品，仅供参考)

5、 易拉宝：

制作策略：主要内容：咖啡厅精典咖啡起源简介、企业理念。摆放于二楼就餐厅显赫位置，传播频次高，增添活动气氛。

(图片样品，仅供参考)

6、 吊旗

主要内容：活动主题标语，“成功沟通 始于两岸”

悬挂于二楼餐厅楼顶部，广告信息量密集，受众面广泛，受众记忆时间较长，是室内举办大型活动最佳选择。

(图片样品，仅供参考)

7、 大型菜品展牌：

制作策略：采用不锈钢金属制作，具有稳定性强、随意更换广告内容、保存时间最长的特点，主要内容：企业理念，企业精典招牌菜菜品名称，价位。摆放于二楼餐厅楼梯旁边，便于消费者上来就可自行挑选菜品。

8、 元旦通票(略)

参加鸡尾酒调试体验活动的朋友，还有机会参与抽奖，奖品为日记咖啡馆酒类新贵——健康养身、口感清冽、倍受欢迎的“魔鬼情人”蜂蜜酒一瓶，可在8月内到店享用。

参加多个活动，可参加多次抽奖；抽奖将在每个时段活动结束后进行，并当场公布结果(如中奖的朋友已离场，我们将第

一时间电话通知到本人)。

会员卡充值优惠活动：元旦当天，会员卡充值可以享受到更多优惠赠送；

朋友们，您可以根据您的时间，随时到店，与我们分享店庆的快乐，并参加相应时段的活动，试试运气，看看能不能抽中我们精心准备的奖品。期待着在这个特别的日子与您相遇：)

元旦是开年第一天，许多情侣都会选择一起度过这样美好的一天，以盼在新的一年里更加甜蜜，而单身的朋友也会选择这样浪漫的一天对心仪的对象表达自己的爱慕之情。the one咖啡厅会是你情人节的最佳选择。

活动背景：

咖啡厅优势 the one咖啡厅是一家音乐咖啡厅，环境清幽，虽然是刚刚起步阶段，但是已经具有了自己的特色风格，高品质的装修和音乐营造的浪漫氛围，非常适合洽谈事物，情侣约会等等。

咖啡厅劣势： 由于店面并不是处于市中心等繁华地带，生意并不是非常好。因此决定通过在情人节这一天举行活动来作为咖啡厅的宣传。

具体活动方案：

活动目标： 在元旦这一天，通过活动来吸引消费者不仅是情侣，还有单身的消费者来咖啡厅消费，扩大咖啡厅的知名度。

活动时间 20xx年1月1日。

活动主题：

the one and only one 让我成为你的另一半

活动内容：活动主要分成两个部分，一是线上活动，二是线下活动。线上活动：

活动地点：在本站上投放广告。

活动主题□“the one咖啡与浪漫约会

活动内容：

- 1)广告通过“预订座位”、“转发”等链接提供服务。
- 2)网上参与可以预订情人节当天的座位，并且享受优惠，优惠的主要方式：
- 3)参与网上活动并进行活动宣传转发的用户可获得20元电子代金券一张；
- 4)情侣预订座位，最终的餐费可以享受8折；
- 5)单身朋友预订座位餐费享受9折；
- 6)网上预订座位同时可以收到情人节礼物一份，礼物是情侣手机挂饰一份；
- 7)发布有关元旦前一周在市中心的活动通知。

线下活动：线下活动分为两部分。

第一部分

活动时间：是元旦前一周，

活动地点：在商业区，市中心等繁华地段进行演出。

活动主题□“the one咖啡与浪漫约会”

活动内容：

- 1) 搭建舞台，制作大型广告。尺寸根据实际场地而定；
- 2) 宣传单的发放，采用彩印，内容主要是情人节咖啡厅的活动及各种优惠；
- 3) 现场免费品尝咖啡厅特色咖啡以及甜点；
- 4) 在现场预订情人节座位的情侣会收到咖啡厅赠送的甜点一份。

第二部分：

活动时间：元旦当天。

活动地点□the one咖啡厅活动主题□“the one and only one”

活动内容：

- 1) 进行咖啡厅内的必要装饰，花束、灯光等；
- 2) 制作留言墙“表白吧”。提供便利贴和笔，每一位顾客都可以在这里写下自己的心语。
- 3) “点歌吧”。情人节当天，可以为自己的伴侣点歌，每首99元。
- 4) 消费满199元的顾客获得一次抽奖的机会，100%中奖，奖品设置如下：特等奖1名，奖品是价值521元的the one咖啡厅代金券及巧克力一盒；一等奖2名，奖品是价值299元的the one咖啡厅代金券及玫瑰花一束；二等奖3名，奖品是价值99

元的the one 咖啡厅的代金券及玫瑰花一支；三等奖若干，奖品是玫瑰花一支。

书店线上营销活动方案篇五

1、促销活动前5天在主要街道、小区做广告宣传。

2、促销活动前3天进行报纸、电视、海报派发、企事业单位邮寄等宣传。

3、促销活动前3天通过电话、手机短信、邮寄等形式通知会员在活动前一天进店选购产品。

4、人员准备：一般店内店员配备2名，但活动期间应多配备2名，并分工安排（1名收银、2名导购，1名维持秩序）。活动期间一百平米专卖店应配备导购5名，面积每增加二十平方米增加一名导购员，其他工作人员为1名收银、1名秩序维持员、两名出门验票员。

5、仓库准备：大型活动最好租借临时仓库，建议离活动地点不超过500米，以备随时补货。

6、促销期每天早上按时开门营业，在营业前不要放顾客进店购买促销品。

7、在店内顾客特别拥挤的情况下，可先放一批顾客进店购买，其余顾客在店外等候，这样给顾客一种神秘好奇感，在人越聚越多的情况下，造成抢购风潮。

书店线上营销活动方案篇六

会员特供：（活动期间配发会员金卡及银卡）

平面体现：在派发海报□x展架上公布会员有礼信息。

会员通知：活动前3天通过电话、手机通信、邮寄资料等不同方式通知会员促销活动信息，并告知会员在活动开始前一天持会员卡到店内可提前选购商品。

人气抢购：吸引更多消费人群，达到现场购物的火爆场面，从而提高每天销售。

具体产品：待定…

套餐系列（用于海报的设计）可以选择：

- 1、经济套餐。
- 2、乔迁套餐。
- 3、新娘套餐。
- 4、新年套餐。

活动方式：

全天分三次人气、分别为：堆头陈列以多为主，辅以其他人气产品；以小件产品为主，辅以其他人气产品；以特价产品辅以其他人气产品。这可以以人气价格购买以上人气产品。

（金卡、银卡）金卡全国统一5折，银卡全国统一6.5折。

活动期内一次性购店内任何商品1000元，可获赠金卡一张。

活动期内一次性购店内任何商品500元，可获赠银卡一张。

书店线上营销活动方案篇七

1、凡在促销期间，本店所有感冒类药品均九折销售，会员及持有本店以往消费收银条的顾客可以享受八折优惠。

2、老年人消费达50元以上，可凭身份证及收银条获得免费出诊卡一张。

3、贫困家庭凭借证明可免费获得家庭药箱一盒(共500份)。

活动二

本店开展__老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于__贫困基金，用于无钱就医的同胞。

凡参与者都可以在爱心展板上签名献祝福。

书店线上营销活动方案篇八

国美电器集团成立至今，现已成为中国最大的以家店及消费电子产品零售为主的全国性连锁企业[]20xx年之前，国美以其传统的线下销售取得不错成绩，自20xx年1月起，国美在产业事业部下成立了专门的电子商务中心，推出网上商城，发展至今已具规模。针对国美线上和线下的营销战略活动有何异同，我进行了一番调查，调查结果如下：

国美之所以能保持强势、果敢的姿态出现在人们的视野里，首先，国美本身依托集团千亿规模的采购能力，具有获得的低价优势能力。其次，国美依托和上游厂家建立起来良好的合作关系，保证了商品库存的充足。最后，国美电器广告促销战略很成功。

(1)、立业之本：薄利多销

国美是1999年开始向全国扩张，并确定了“坚持零售、薄利多销”的经营策略。这一策略延续至今，成为国美立业之本。

（2）、市场攻略：三招制胜

国美最早在家电销售上开展规范化服务，国美有“战略三招”：总部统一管理、统一订货、统购分销；同一形象的连锁化扩张；总部规划、分部管理、门店经营的三级管理体系。这三招不仅被这一行业的竞争对手争相模仿，而且已经成为许多其他行业学习的样板。可以说，国美的出现，大大地推动了中国销售业整体水平的提高。

（3）、广告策略：报纸广告强势宣传

早在91年国美就打出“买电器，到国美”的标语，强势的广告标语引来不少顾客。如今，国美为了始终保持强势的姿态，更是在报纸上不惜笔墨，大幅广告宣传“购物狂欢节”、“疯狂降价”、“节假日大派送”等一系列促销活动。

（4）、国美推出的首个商业服务品牌“彩虹服务”：公开揭穿商场促销中存在“超低特价机”、“购物返券”、“返修机和残次机滥竽充数”、“活动最终解释权归商家所有”等四大陷阱；建立起自己的检测实验室，毫无顾忌地把手伸到制造商的“禁地”质量检测；还首推“不议价”，对商品一律明码实价。

电子商务不是简单的网络化购物，具备雄厚物流配送实力和网络覆盖能力将决定电子商务的未来，一是商品竞争力，二是物流配送力，这两者都将在竞争中起到关键作用，在后台系统方面，信息化系统平台也将考验电子商务能否走得更远。

国美电器网上商城从线下走网线上有三大优势，即长期可持续的低价、供应链管理系统、覆盖全国的物流配送。

（1）、用多种营销手段黏住用户：

- 1、国美网上商城能够为用户提供比在实体商城中更优惠的价格，使用花样繁多的打折、促销、积分、赠送、返利等手段来吸引消费者，并且提供多样的会员服务与优惠。
- 2、建立网络社区和提供家电资讯，增加用户黏性。

（2）、借用社会资源高好过没物流：

国美的物流系统建设，建筑社会上已有的配送资源，比如租用邮政系统的车辆运输，邮政系统的车大，车况好，操作规范，信誉度高，远比自己养一支庞大的车队效率高。给顾客送货上门的车辆，国美采用的也是招募制或合作制。

结合上面国美线上和线下的营销活动战略，我们可以清晰地看出：国美都采用了薄利多销的价格战；系统的供应链管理；合理强势的广告宣传以及完善的物流配送机制。这几方面分别在线上 and 线下形成互补，助推了国美的销售。当然，对于消费者而言也能买到物美价廉服务好的商品。

“国美”这个品牌既没有给国美的商品销售带来品牌溢价，也没有在消费者中形成一个强大的号召力和文化习惯，“国美”更多的是让人联想到低价，广告一停促销结束，销量就马上下滑，这是国美要考虑的地方。

国美对品牌营销的缺失，表现在国美的商业营销中。我们看到的常常是低层次的，无一不是围绕着价格做营销。更可忧的是，国美的“低价”是建立在生产厂家“高返利政策”的基础上的，这就无形中被生产厂家捏住了命脉。

线上或线下零售规模再大，也不是一个完整的零售总额，完整的零售总额一定是线上和线下相加的总和，这是零售企业的基本。

商业的最终发展都将成为品牌竞争，所以国美在未来的整体规划中应该抓住这一要点，强抓品牌，实现品牌营销。

书店线上营销活动方案篇九

20xx进入尾声，伴随着新年的钟声我们即将走进20xx!在20xx元旦来临之际，社会各界都会举办庆祝活动并为此活动制定方案。下面是小编为大家收集的关于20xx商铺元旦营销活动策划方案3篇。希望可以帮助到大家。

本文详细介绍服装店元旦促销策划方案的三个要点，并整理出服装元旦促销专题信息供大家参考。

又到了一年的尾声，元旦促销活动也又一次开始火热起来，而在这个元旦促销活动当中，服装行业的新年促销可是吸引着更多人们的注意力，而为了更好的吸引人们的目光，把直接把消费者留住，商家们对于服装元旦促销方案就报有了最殷切的期盼。

服装元旦促销方案对于整个服装元旦促销来说，起着提纲契领的作用，更是服装元旦促销效果的直接影响因素，而具体的设计与制作都要以自己产品的实际情况来制定，但是一些设计细节需要注意：

服装元旦促销要点

1、主题：服装元旦促销方案要掌握元旦的节日特点，新年的特点，从新年元旦的文化背景中挖掘，与自己的产品相结合，然后在促销活动中极力的营造这种气氛，让消费者感受到这种温暖的气氛，尤其现在的消费者大都凭“感觉”消费，这样的促销形式很容易触及消费者最柔弱的神经。

2、礼品：新年送新礼，这是大多数商家做服装元旦促销方案

都会用的方法，但这个送礼也是有所讲究，像以往的买件衣服送个衣挂什么的，已经不会给消费者留下什么感觉。但网上有一家送礼品却很巧，母亲节的时候送给消费者的是一朵康乃馨。不知道大家是不是已经想好了服装元旦促销方案里的礼品该怎么送。

3、让利：虽然说特价，打折，都是老生常谈，但消费者等到节日来消费，也是冲着优惠去的，所以促销如果没有让利，消费者选择你的机率也不是很大，但让利也要有分寸，也要照顾老客户，更要做好预算。因此，在做服装元旦促销方案过程中，在促销资源有限的情况下，做纵向促销，集中兵力于一点，自然就拉大与其它商家的距离，脱颖也就容易了。

一、活动主题：鼓舞飞扬音乐无处不在

二、活动时间□20xx年12月30日晚7：00至9：30

三、活动地点：广场

四、主办单位□xx社区办事处

五、活动形式：以音乐为主题，以舞蹈为媒介，包括

1. 以外请的队表演经典金曲及应景的英文歌曲为主线；

2. 穿插火热街舞；

3. 突出‘残酷一叮’游戏：发动业主事先自报节目，节目可包括：唱歌、乐器表演、舞蹈或其他。在限定时间(一分钟内)未被叮走的，可获得大礼品一份。至于被叮走的可获得小丑送上小礼品一份。

4. 加入互动的游戏：超级无敌估歌仔，大小同庆(踩报纸游戏)

超级无敌估歌仔：请上两组人(每组五人)，分站在舞台两边，放音乐猜歌名，组员之间可以互相商量，猜到的跑到扩音器前讲出歌名，以一组估出最多者为胜。

大小同庆：请上三组人，每组三人。首先是三人同时站在一张同开的报纸上，通过者，进入下一关。三个人同时站在1/2报纸上，通过者再下一关，三个人同时站在1/4报纸上……坚持到最后者为赢，长度为8分钟。

5. 结束时圣诞老人在台下与小朋友玩游戏(蜈蚣步、超级无敌估歌仔、拨河)送小礼品，肯德基“奇奇”出场与小朋友玩耍。

六、活动对象□x居所有业主

七、工作任务分配：

1、晚会前期筹备工作及各项工作组负责人：、

2、晚会当晚现场准备工作及各项工作负责人：、

一、活动目的：

二、活动安排：

1、时间□20xx年12月xx日下午2：30—4：00

2、地点：街道办二楼会议室

3、主持人：(待定)

4、参加人员：社区代表

(尽量选择有影响、有地位、素质较高的业主)

三、活动议程

- 1、由各区区长推荐参加业主人员名单，并附业主基本资料;(xx月xx日)
- 2、将推荐的业主名单筛选后，报至物业经理审核批准;(xx月xx日)
- 3、由各区区长亲自将邀请函送至业主手中;(xx月xx日、xx日、xx日)
- 4、会场布置;(12月xx日)
- 5、迎接来宾，并引导至会场;(安排2名客服人员全程接待)(xx月xx日)
- 6、茶话会开始：
 - (1)由主持人宣布茶话会开始，并介绍茶话会与会人员;
 - (2)社区主任致辞
 - (3)社区居民代表致辞;
 - (5)物业领导总结，做结束语;
 - (6)发放赠品
 - (7)茶话会结束;
- 7、由客服人员收拾会场

四、需要的物品准备

- 1、数码相机(提前将电池充满);

2、邀请函15张、桌牌20个、参加业主名单一份；

3、食品准备：

(1) 茶壶一个，纸杯一袋，杯托20个，茶水五壶，茶叶1盒；

(2) 瓜子、花生各5斤，小桔子、苹果、香蕉各10斤，糖2斤；

(3) 会场布置：拉花、气球、红纸(茶话会三个大字)；

4、赠品准备：25个保温杯，并印公司名称和标志

五、费用预算：共计约需800元左右。

的关于_。希望可以帮助大家。