

活动推广方案(优质5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

活动推广方案篇一

1、迅速提升品牌形象，提高消费者对燕之坊品牌的好感度、亲和力、关注度，加强我司与消费者沟通，让大众消费者更加了解燕之坊及产品。

2、建立社区销售渠道，与大型连锁ka争抢消费者，避实就虚，避开卖场高额的费用及门槛，直接让利于消费者。

3、占领社区零售终端是实现销售的基础，真正将品牌落地。

4、寻求服务、渠道、方式的差异化策略。

5、投入小，收效大。

1、社区推广活动位置的选择为确保社区推广的开展，前期需对目标活动社区进行深入的了解，经走访了解选择如下：

a□选择：安居苑、琥珀山庄两大社区

b□社区环境分析：属中高档消费区，消费者普遍文化素养较高，生活讲究健康，主要以中青年为主，老年为辅。

c□位置具体选择：最聚人气地段，能够进行现场销售的场所。
需注意：事先了解社区物业收费或居委会领导及活动中与后

期要求。

2、活动计划

1) 促销时间:

2) 促销名称: “迎端午” 惠老活动

3) 促销地点: 安居苑、琥珀山庄

4) 促销方式: 买赠、摸奖 (抽奖)

通过现场活动聚集人气, 进行现场销售。通过游戏能与消费者进行现场的互动。

a□多重奖项: 买产品赠东西为一重奖买赠, 主要是针对老年人持老年证件才可以享受超低价格的产品, 普通消费者在购买时只有部分敏感性商品的'价格低于超市售价, 但不能相差太多, 以平衡超市的利益。并根据购买的金额进行飞镖游戏得奖为二重奖。

b□玩转飞镖活动简介: 有5米的飞镖投射距离根据投射飞镖的准确度进行奖品的设置, 标靶上面有1、2、3、4个不同的奖项, 根据购买的金额进行相应的飞射次数, 金额越多飞射就越多。

(8元射一次, 15元射两次, 20元三次, 一次类推)

c□奖品设置:

一等奖奖品: 燕之坊麻油一瓶(300ml装) 价值8元中奖率3%
费用率5%

二等奖奖品: 不锈钢盆一个价值5元中奖率7%费用率5%

三等奖奖品：购物袋一个价值2元中奖率18%费用率5%

纪念奖奖品：玉米片一袋价值0.64元中奖率70%费用率5.6%

5) 促销产品：粥类、枣类、糯米、及绿豆

6) 促销价格：降低敏感性商品的价格以降低消费者对燕之坊产品的敏感度。敏感商品特价表（持老年证购买）：

7) 促销人员：每个社区分一组，每组成员4人，业务人员不包括。

a□具体分工：收银1人，现场布置维护1人（男性），销售2人。

b□提前对产品知识、促销术语、促销技巧作培训。

8) 促销效果预估：

9) 促销费用预估：

3、现场布置展示更充分利用活动现场的柜台、横幅、帐篷等做好宣传，同时放置电视音响vcd等设备，提高对消费者的视觉冲击、购买欲望、企业认知等方面的影响。

4、社区促销工具的准备

签字笔、写字笔各1支，胶带2卷，赠品、三证、零钱、免费品尝物品等。

5□

1、货物、人员到位的时间：

2、产品的摆放要求：

3、促销现场的布置：柜台、货物、太阳伞、帐篷、促销台等等。

4、活动细节的海报告知：

5、促销人员的要求：

注意：占领有利位置，将促销台摆放整齐。

服装统一、保持良好的形象。

现场气势氛围，刺激购买。

1、货物与货款的盘点与清点。

2、促销现场的卫生清理。

3、与物业或分管领导的道别。

一准备工作

1、小区甄别和选择

老小区的推广：老小区修建时间较长，入住率较高。平板灯、吸顶灯、厨卫灯、节能灯产品是大面积替换性产品，可作为重点主推。

新小区推广：是我们主要的进攻目标，也是我们业务见效的区域。由于楼盘新建，业主都面临装修，如能达成成交的话基本是成套购买。

2、物料预备：

a□做好准确定位：根据前期调查的情况，制定出适合小区宣传的产品线(参考竞争品牌)制定出活动套餐, 特价, 赠品、整理

自己的库存, 根据活动方案备足货源, 赠品.

做好专卖店的终端形象工作, 还要保持店内同小区内宣传口径, 价格政策赠品一致. b□做好物业部门工作, 有利于减少费用, 选择好好的宣传位置, 便于小区的出入方便. c□准备好宣传人员、物料等:

d□做好人员前期培训工作(使每个人了解小区的情况, 我们准备如何去做去拜访, 我们的目标是什么, 我们的活动方案是什么, 工作中注意的问题有哪些, 要求我们必须做到的)小区宣传的工作规章制度, 细分每个人的工作目标任务(让每个人根据各自目标做工作计划).

二宣传方式

三费用项目

四活动总结:

a.做好小区促销人员每日工作情况控制:汇报每天客户拜访情况, 竞品情况, 沟通拜访客户中遇到的问题(讨论及时解决)

b.不定时的到小区检查人员工作情况. 通过其他宣传人员及其他品牌销售人员了解人员情况.

c□分析小区推广的费销比、产品机型占比等。

活动推广方案篇二

住宅小区的调查是小区市场推广的基础性工作, 只有掌握了当地住宅小区的基本状况, 才能有的放矢的开展小区市场推广工作。

在调查前要先进行规划, 确定主要的目标小区, 先高档, 有

影响力、号召力和人气旺的小区后一般小区。然后根据每个小区的特点制定调查计划，包括时间、路线、联系人等，调查的主要内容包括：小区的定位、风格、规模、发展趋势、入住情况、售楼情况、物业管理水平、业主群体类型、已经装修和未装修的情况等。

这个过程是一个很艰苦的过程。在调查结束后，根据收集的资料进行整理、比较、分析和筛选，选择那些适合七博士建筑涂料产品的中高档定位的小区 and 那些在区域内有代表性、有影响力和号召力的小区作为重点，一方面目标消费者集中，另一方面便于占领比较高的市场推广宣传位势，在有限的条件下集中精力抓大放小，然后壮大带小。逐渐由点到面形成覆盖。

二、小区关系的初步建立和跟进

小区推广业务关系的初步建立可以在小区倒茬时进行。主要对象是物业管理处和售楼处。因此在小区调查时除调查的资料外还应该准备一些物品：产品宣传资料、小礼品、名片、协议书(指与信息提供者的佣金协议)及优惠卡(或vip卡)。在初步建立关系后，可以通过他们获得其他小区和整个房产界的信息。建立初步关系是要抓关键人物，这样才有可能在实际工作中提供有效的信息。

关系的跟进在前2个月要保证至少1-2次/周的拜访频率，加深印象，也加深感情，让客户感到自己受到重视，从而促进他们积极主动配合公司的宣传推广工作，积极的派发资料和优惠卡，向业主推荐产品，并为公司其他宣传推广工作提供方便。

三、宣传推广活动的开展，立体造势

在小区可进行的宣传推广形式很多，可同时进行，也可单独使用。

1、 由物业管理处或售楼处代发产品宣传资料和优惠卡，这是较普遍的方式，易操作；

5、 小区展览厅或售楼处的陈列厅，有的装饰公司在小区也有办公有产品可以陈列；

6、 小区现场宣传促销活动。选择节假日进行形式多样的宣传展示活动，这样可以与客户面对面的沟通，效果明显。

四、围绕小区紧抓家庭装饰公司，最大限度的促成销售

小区宣传推广是一种造势，但往往促进最后销售在一定程度上也有装饰公司的介入，通过装饰公司促进销售有时会事半功倍，由于装饰公司直接面对客户，掌握装修的在线信息，受客户的委托，为客户信任，具有很强的临门一脚的助销能力，因此必须围绕小区紧抓装饰公司。由于小区的宣传推广，这项工作做起来就顺利多了。

抓装饰公司关键在一个“利”字，这是与消费者推广的工作重点的不同之处，因此抓装饰公司的工作围绕“利”展开：

7、 对已成交的装饰公司要及时兑现政策，让他们尝到甜头。

活动推广方案篇三

1、 使学生明确推广普通话的重要性。

2、 教育学生要积极主动地坚持讲普通话。

3、 希望学生能互相督促、互相鼓励养成讲普通话的习惯，对不讲普通话的现象勇于指正。

以组为单位自己准备一个节目，内容要关于讲普通话的。

一、创设情景，引入主题。

我国是多民族，多语言，多方言的人口大国，语言不通，方言隔阂阻碍着社会交际，现代化的经济，政治，文化等各项事业也难以顺利进行。因此推广普及全国通用的普通话，是建设社会主义现代化强国的一项基础性工程。如果你想与人交流，你应该说普通话；如果你走出广州，你要说普通话；如果你想做国际人，你必须学会说普通话！

在欢快的音乐中主持讲故事。

南方有一位商人在一次与北方商人的业务谈判中，对北方人说：“我们公司决定薄利多销。”北方人听不明白。因为语言不通而无法交流，无奈之下，因而，他失去了一次赚大钱的机会。

a□同学们，听了这个故事，你想到了什么？

b□为了大家都能听懂对方讲什么，我们都请讲普通话。

a□b□合）：《推广普通话，方便你我他》主题班会现在开始！

二、小小论坛。（大家举例讲讲说普通话的好处）

二、学生表演节目。（评选出普通话说得标准的学生，并给予奖励）

三、大家齐读推广普通话宣传口号：

四、顺口溜朗诵

五、小组讨论：怎样推广普通话？

六、请小组代表发言。

七、a□我们今天的活动场景真的令人留下深刻的印象！

b□是呀！推广普通话已经在我们心中生根、发芽！

a□其实，我们的课堂上，同学与老师的学习交流就是使用普通话。

b□那么，课下同学们之间的沟通也应使用普通话。

a□b□合）：下面请同学们以热烈的掌声请我们的班主任为我们的班会作小结！

八、班主任发言。

今天的班会开得很成功！语言体现着一个国家的文化素质，作为新世纪的接班人，祖国的未来，民族的希望，我们更应该努力学好科学文化知识，学好我国的语言。如果你想与人交流，你应该说普通话；如果你走出广州，你要说普通话；如果你想做国际人，你必须学会说普通话！

为了自己的明天从今天开始努力学习普通话！同学们，请讲普通话，让我们用心去感受祖国文化的独特魅力吧！

九、a□b□合）：今天的.班会到此结束！（音乐起）

活动推广方案篇四

1浪漫七夕，相邀美丽

2浪漫满屋，幸福七夕

每年农历七月初七这一天是我国汉族的传统节日七夕节。因为此日活动的主要参与者是少女，而节日活动的内容又是以乞巧为主，故而人们称这天为“乞巧节”或“少女

节”、“女儿节”。七夕节是我国传统节日中浪漫色彩的一个节日，也是过去姑娘们最为重视的日子。

人们传说在七夕的夜晚，抬头可以看到牛郎织女的银河相会，或在瓜果架下可偷听到两人在天上相会时的脉脉情话。女孩们在这个充满浪漫气息的晚上，对着天空的朗朗明月，摆上时令瓜果，朝天祭拜，乞求天上的仙女能赋予她们聪慧的心灵和灵巧的双手，让自己的针织女工技法娴熟，更乞求爱情婚姻的姻缘巧配。

1营造浪漫的节日气氛，增加客户对企业的认同。

2真诚回馈客户，同时挖掘潜在客户，提升顾客的品牌忠诚度。

3提升x地产的知名度，营造良好的企业形象。

4与东莞美容机构合作，让新老客户享受浪漫的同时，体验健康美丽。

1七夕佳节，节日购房大优惠。

2搭建鲜花拱门，搭配粉色地毯，地毯上撒满玫瑰花瓣，地毯两侧有落地鲜花，让前来参与活动的新老顾客感受“鹊桥幽会”的浪漫氛围。

3与东莞美容机构-伊丽莎白美容机构合作，为到场的讲授美丽健康的秘诀。

4活动签到时，每位女性朋友将获得一束美丽的玫瑰花，及由伊丽莎白美容机构提供的美容体验券一张。

5现场好礼送不停，凡参与活动的每对情侣、夫妻，将获得一张抽奖券，有机会抽取大奖。

6现场精彩互动小游戏，为现场情侣、夫妻提供一次爱的体验，见证爱的默契。

7小提琴暖场，营造温馨浪漫氛围。

活动时间□20xx年8月23日

活动地点□x地产售楼部

邀约人数：100人左右

邀约对象：(情侣、夫妻)老客户、潜在客户、伊丽莎白vip客户等

活动形式：健康美丽养生座谈会+现场互动+节日优惠促销

签到：

1、来宾签到，赠送鲜花，领取资料2、走鹊桥，合影留念

亮点1：走鹊桥，营造温馨浪漫的氛围

亮点2：小提琴暖场，用音乐渲染气氛，增添节日元素茶水点心供应

2、水吧提供足够数额的茶水点心，包括奶茶、咖啡、蒸馏水、汽水、曲奇饼等

主持人开场白：

2、小提琴表演，拉奏优美、温馨、扣人心弦的曲子，渲染氛围第一轮抽奖

3、抽取三等奖，调动客户的积极性，为健康美丽讲座奠定感

情基础健康美丽座谈会

4、有伊丽莎白美容机构讲师主讲，跟到场的来宾，尤其是女性讲授健康美丽的秘诀

互动游戏：

1、心有灵犀大比拼互动游戏

2、肢体模仿秀

抽奖：

1、分一、二、三等奖，各项奖品待定

2、第一轮抽出三等奖，最后一轮抽奖同时抽取一等奖、二等奖

XXX

XXX

活动推广方案篇五

由于今年天气的因素，夏季时间比往年提前，入秋以后天气也一直比较炎热，从终端消费上看，消费者在入秋后仍然以消费夏装为主，到目前为止除了秋前款已经销售一段时间外，其他的秋装才刚刚开始销售，十一之后很多地区的气候将会变冷，将进入卖冬装的季节，所以今年秋装的销售时间将比较短，对于销售非常不利，服装销售国庆节推广活动方案。为在十一期间促进秋装销售，配合市场部各项促销活动，制定此推广方案，以期在十一期间在终端营造出促销的氛围，为销售推波助澜。

秋收

语出《千字文》“寒来暑往，秋收冬藏”

1. 礼品一：衣架（见图）

以衣架作为本次促销赠品，主要目的是体现播牌人性化的一面，播牌设想周到，因为你新添了一些衣服，所以送你衣架，让你没有后顾之忧地可以去买自己的喜欢的衣服。另一个说辞就是：有了漂亮的衣服，你还要有漂亮的衣架才行。

2. 礼品二：围裙（见图）

本次推广主题为“秋收”，“收”其实包含收衣服和收礼品的含义，“秋收”的第一联想就是收获季节的劳动，但消费者均为都市女性，因为意义已经转换，但秋收时要用的围裙却仍有具有标志性，所以，为凸显“秋收”的主题概念，本次推广活动定制了一批围裙作为促销礼品。因为围裙是能够渗透到消费者生活里面去的生活用品，所以，对于品牌的长期推广具有一定的渗透性意义。

五、促销办法（详见十一活动通知）

六、主题海报

秋收

国庆·中秋快乐

七、橱窗布置：背景布前挂着许多衣架，衣架上挂着几件衣服。（见图）

八、店员着装：活动期间，店员均穿上围裙。（见图）

九、店铺整体氛围（见图）