

最新饭店充值活动方案(汇总6篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

饭店充值活动方案篇一

美丽女人节，喜相约

四、活动内容：

活动一：各店根据自己的实际情况，活动期间主推春季养颜养生菜品三至五款，列展台展示。

活动二：3月8日当天，前38名到本店消费的女顾客，各店可根据自店条件免费赠送小礼品、养颜汤等，各店做好登记，财务备存。

活动三：利用短信平台发餐饮三八妇女节活动信息，稳定维护老客户，短信内容：“美丽女人节，喜相约！在这温馨的节日里，餐饮与您共度美丽时尚三八妇女节！各种养生美容套餐，精彩呈现。”

活动四：各店门口悬挂横幅，内容：“美丽女人节，喜相约”

1、企划部负责制作横幅于3月7日前送至各店。

2、各店要将新客户名单于3月9日上报公司企划部，以便于企划部及时回访客户，了解各店活动开展情况。

饭店充值活动方案篇二

美容院周年店庆 零利购疯狂秒杀

活动日期：2013年12月12日—2014年1月22日

疯狂秒杀项目 周年店庆

健康.美丽.零利购

充值3800元：

配送：

- 1、面部芭蕾10次价值1280元
- 2、疯狂抽奖券1张。（每3000元可获得抽奖券1张100%中奖券）
- 3、获得一次疯狂秒杀的机会。
- 4、凡购买3800元巨邦胸部：送3800元的巨邦胸部仪器

充值5800元：

配送：

1. 赠现金充值卡 800元
- 2、面部芭蕾10次价值1280元 3、疯狂抽奖券2张。4、获得两次疯狂秒杀的机会。
- 5、购买巨邦5800元胸部：送5800元的胸部仪器

充值12800元：

配送：

1、赠现金充值卡1200元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。3、砸金蛋一次：1名 i pad 价值：6000元 2名 眼镜 价值：1000元 7名蓝牙耳机 价值：300元 40名 时尚饰品 价值：200元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦12800元胸部：送12800元胸部仪器

周年店庆

健康.美丽.零利购

充值29800元：

配送：

1、赠现金充值卡2000元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。3、砸金蛋一次：1名 lv手袋 价值：7000元 2名 i pad 价值：6000元 7名钻戒 价值：3000元 20名 相机 价值：1500元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦29800元胸部：送29800元胸部仪器

充值8万元：

配送：

1. 赠现金充值卡5000元。

1、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

2、砸金蛋一次：1名 名表 价值：1.5万元2名 i phone5 价值：

5000元7名 gucci手袋价值：5000元20名 钻戒 价值：3000元

4、获得3次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦80000元胸部：送80000元胸部仪器。

充值20万元：

配送：

1、赠现金充值卡15000元。

2、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

3、砸金蛋一次：1名 香奈儿包包 价值：4.5万元 2名 黄金手链价值：8000元17名i pad价值：6000元 4、购买巨邦二十万胸部送：20万元胸部仪器。

美容院周年店庆 零利购疯狂秒杀

活动日期：2013年12月12日—2014年1月22日

疯狂秒杀项目

周年店庆

健康.美丽.零利购

充值3800元：

配送：

1、面部芭蕾10次价值1280元

2、疯狂抽奖券1张。（每3000元可获得抽奖券1张100%中奖券）

3、获得一次疯狂秒杀的机会。

4、凡购买3800元巨邦胸部：送3800元的巨邦胸部仪器

充值5800元：

配送：

1. 赠现金充值卡 800元

2、面部芭蕾10次价值1280元 3、疯狂抽奖券2张。4、获得两次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦5800元胸部：送5800元的胸部仪器

充值12800元：

配送：

1、赠现金充值卡1200元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。3、砸金蛋一次：1名 iPad 价值：6000元 2名 眼镜 价值：1000元 7名蓝牙耳机 价值：300元 40名 时尚饰品 价值：200元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦12800元胸部：送12800元胸部仪器

周年店庆

健康. 美丽. 零利购

充值29800元：

配送：

1、赠现金充值卡2000元。

2、高科技艾美净肤体验一次 价值2980元。

3、砸金蛋一次：1名 lv手袋 价值：7000元 2名 i pad 价值：6000元 7名 钻戒 价值：3000元 20名 相机 价值：1500元 4、获得三次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦29800元胸部：送29800元胸部仪器

充值8万元：

配送：

1. 赠现金充值卡5000元。

1、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

2、砸金蛋一次：1名 名表 价值：1.5万元2名 i phone5 价值：5000元7名 gucci手袋价值：5000元20名 钻戒 价值：3000元
4、获得3次疯狂秒杀的机会。

5、购买巨邦80000元胸部：送80000元胸部仪器。

充值20万元：

配送：

1.、赠现金充值卡15000元。

2、高科技艾美净肤体验一次——价值2980元。

方案一：美容院周年庆活动方案

一、活动背景

爱美之心人皆有之。爱美，是女人的天性，如何才能变成一

个美女？北京美容院在开业2周年之际，特别开展了有关美的活动。让爱美的女人从心美起来。

二、活动目标

三、活动主题

美从心开始

四、活动时间安排

（一）活动准备阶段

（二）活动实施阶段

2、活动地点：北京某某店 3、活动方式：自愿

五、活动程序： 1、主持人开幕 2、经理上台演讲 3、节目表演

4、有关美容知识讲座。 1) 什么是美？ 2) 什么是美容？ 3) 如何保养？

6、中午休息时间会员们可以相互交流美容保养心得。

六、经费预算

横幅的制作费： $2*80=160$ 元

中餐：1000元

总计：1410元

活动方案：

我个人觉得现在的美容院太多了。店庆活动主要的目的就是突出这个美容院的特色与独特之处。据我所知，现在大多数美容院都没有开展美容课程。我们这里所说的美容课程并不是单纯的化妆课程。而主要是告知大家如何去保养美。通过这样的课程让大家知道如何去美容。同时呢，这个美容课程是收费的。费用是从会员卡里面直接扣取。

美容课程就是让大家在平时注意自己的问题。比如说皮肤问题。包括多油，缺水，开裂等等。一旦发生这样的情况应该怎么预防。

从这些基本方面去交大家。同时在会员参加这个活动的通可以享受一定的折扣。不但可以学到知识又可以美容。

毕竟现在人们对于美容的误区很多。关键就是从这个误区下手。大多数女性认为美容就是去美容院做做保养。所以对美容院的认识很局限。我认为如果您能够从根本上去解决这个误区问题，肯定会吸引更多的客户的。这样不但每月目标20万可以达到，治疗卡用户也会变成会员。您可以秉承着为客户服务的态度更好的交客户发掘美。美从心开始。

方案二：美容院周年庆活动方案

现在的消费者都变得很理性，象以前活动一搞，生意**的时代已经一去不复返了，没有实质性的促销行动，往往是促而不销。按照贵店提供的资料来看，应该已经具备一定的客户基础，以前做过的活动方式也不少。因此我们认为，普通的买赠或打折方式（例如以前实行的会员卡充值加送30%消费）并不能真正打动消费，否则持疗程卡的顾客就不会迟迟不转会员卡。

以下是我们结合多年为企业策划促销活动的经验，从顾客心理及社会习俗角度提出的几点建议，贵店可根据实际选择某些建议进行操作，也可打包组合。

一、借鉴信用卡主、副卡制度，推行会员记名卡模式

方法是每一张会员卡只要加充会员卡充值金额10%的面额，即可办理一张记名卡，每张会员卡最多可办理5张记名卡。而记名卡的持有者可享受与会员同等的待遇，只是消费次数或有效时间与面值成正比关系。记名卡可以充值，还可以透支，透支额度不超过面值的100%，其透支额度由其主卡持有人承担，美容店根据主卡消费金额及所有透支额度总和在值到临界额度前通知主卡持有人充值，否则暂停使用。

这个方法的好处就是你的会员可以拿美容会员卡作为礼品送人（不同于会员卡在使用过程的借用，因为那是借，这是送，在人际关系中差别大了），你在增加现金流的同时还可以扩大准会员人数，对那些自认为本身消费需求有限但需要搞好人际关系的顾客特别有用，象原有使用疗程卡的人改为会员卡的兴趣会增加，而老会员也会带来新消费。

二、推广女士消费、男士花钱模式

一个不可否认的事实是，当今社会的财富更多的还是掌握在男士们手中，而他们往往对自己关爱或心宜的女士是很舍得付出的，尤其是女士美容方面。

贵店可以将会员卡当成男士们送给自己心宜的女性的最佳礼品加以推广（当然，必须将此项目适当包装、宣传），这样一来扩大了顾客群与现金流，而且你会发现，只要推销的人员和方法合适，这个新的顾客群比女士们更容易掏腰包。

三、异业联盟，联合促销

专业性与地域集中性。此举可共享顾客资源，扩大准顾客群，长期可降低促销成本及提升美容店的知名度。这个方式并不新奇，但在多个城市及行业运作结果看却很有效，而且不同的人运作的特色会各不同。

四、借鉴会议营销模式，借免费培训及联谊活动推行会员卡等店内产品

动老会员带领亲人、朋友参加，慢慢扩大范围，形成口碑传播，在活动过程自然而然地推广会员卡等店内及你的品牌理念，这样可以扩大新客户群，增强美容店的知名度和美誉度。

以上这些方法，都不需要庞大的广告投入，更重要的在于顾客沟通与长期坚持。当然，借助店庆的时机，配合适当地宣传可以更快、更有效地推行。广告的投放方式及店面活动，相信贵店已经有足够的经验来运作，这里就不赘述了。

方案三：美容院周年庆活动方案

本案撰写目的是美容店通过店庆活动快速积聚资金，并大规模发展公司会员，迅速扩张市场。由于雇主对经营的成本、回利时间没有具体讲明，故本案在写作的过程中忽略企业成本问题，通过参考雇主往年的活动信息制定可行性高的活动策划方案。活动主题：回馈老顾客，欢迎新顾客；（暂定）

活动时间：一个月；

活动地点：美容店内；

活动内容：

- 1、友情主题卡新鲜出炉；
- 2、疗程卡换友情卡，会员卡换友情卡；
- 3、携朋友充值就送充值金额一定比例的原价消费。

活动细节：

- 1、原会员携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受充值

就送充值金额40%的原价消费；回收原会员会员卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3500元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2500元）；两人需同时办理。

2、原会员携两名朋友到店办理会员业务，则三人均享受充值就送充值金额50%的原价消费；回收原会员会员卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2000元）；三人需同时办理。3、持有疗程卡的原顾客携一名朋友到店办理会员业务，则两人均享受充值就送充值金额30%的原价消费；回收原顾客疗程卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2300元）；两人需同时办理。

4、持有疗程卡的原顾客携两名朋友到店办理会员业务，则两人均享受充值就送充值金额40%的原价消费；回收原顾客疗程卡，并免费更换为友情主题卡（原卡余额转至新卡），新会员免费赠送；充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即每人最少充值额度为2100元）；三人需同时办理。

5、单个原会员办理充值业务优惠20%，充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即最少充值额度为2500元）；免费更换友情主题卡。

6、单个顾客（含持有疗程卡的老顾客）办理会员业务优惠10%，充值后卡上金额需在3000元以上（不含余额，即最少充值额度为2700元）；免费更换友情主题卡。

单店活动预算：

预算单店100名原会员的50%参加本次活动，100名疗程卡顾客的50%参加本次活动，个人业务不在预算之中。由于资料不完

整，忽略企业近期及远期成本。1、30%原会员带一人：
 $30*2*2500=150000$ （元）2、20%原会员带两人：
 $20*3*2000=120000$ （元）3、30%疗程卡顾客带一人：
 $30*2*2300=138000$ （元）4、20%疗程卡股卡带两人：
 $20*3*2100=126000$ （元）

单店总收入：534000（元）

活动形式：

活动形式以促销为主，体现创意的地方主要应表现在主题卡、活动的娱乐性上；主要以促销吸引新老顾客，在活动前期进行各种形式的宣传推广会让活动有更高的人气。相信贵公司在顾客心中已经有一定的地位，且贵公司目标消费群体为中高收入人群，会员充值促销能有效的吸引目标消费者，并发展更多的潜在消费者，拓展市场。且雇主在活动策划方面有相对老道的经验，故本次活动定能为企业带来更大的利益。

篇3：美容院周年庆实用活动方案美容院经常需要组织一些活动来提高美容院的人气，同时可以起到拓展新客户的作用。活动的形式都种多样，其中比较好的要数美容院周年庆祝的活动方案了。店庆活动不仅可以拓展新的顾客，同时也能展现美容院的品牌形象。只要店庆活动执行到位，会让老顾客对美容院更加的认可，新顾客也能对美容院有个好的印象。

先和pretisia老师来看看来看看周年庆典需要准备哪些设备和人员把。

1、舞台

美容院促销活动方案大全 一、低门槛法

方案一：一天一块钱美容，顾客只要缴纳365元，就可以享受全年的美容护理，主要是

满20次以上，年底返1000元。

说明：以上类似种种方案利用低价拓客，进而再销售，如转卡或项目捆绑等。

二、限时限量法

如：“三八”妇女节只需要花38元的促销标语，美容院全部服务项目“38特价优惠一周活动。如建国六十周年，还可以与当地单位搞个666元提供66位女性同胞进容光焕发迎国庆的活动，反正只要敢想动脑筋，促销的方案就多得很。

三、透支法：

八千，六千等。这种促销政策的设计有优点，但对于美容院利润来说损失具大；

2、储值卡：消费者预存2万，2年后基础护理后，2万现金全部退回，号称美容股票；

3、任选卡：消费者缴纳1万元，就可在一年内不限次数，不仅项目，不限时间来挑选

自己喜欢的各类服务。

增值，并可留住顾客长期消费。

四、对比法：

起来相当于2倍，如果有3倍以上的好处，顾客就很容易接受了。

五、撕单法：

一、如相关减肥项目，号称五百元做一百个项目，其实从肚

脯到手臂到大腿，一次就做

了十个地方，全套下来只相当于做了十次而已；

二、如果顾客现场能成交，根据不同消费者会有多达五六种礼品赠送，层层加量，如迷

你装，小礼品，加次数，多项目，抽奖券等；

次，卵巢保养10次。后面送得再多，顾客也会觉得羊毛出在羊身上。鉴于美容院开年卡相

对较难，这个政策可转化调整为：第一步：美容院半年卡1500元，送产品1000元，限活动当天开卡有效；第二步：如果顾客再加500元，就可享受全年卡，是上个半年卡的一半优惠。第三步：

如果顾客再愿意，手部护理5元/次，限10次，卵巢保养10元/次，限10次 说明：不要一次把好处给人；还有利用女性消费一次多消费，买上瘾的欲望；因小失大。

六、划点法：

开背188个点，这样顾客每次消费都不清楚具体花了多少钱，很容易做消耗。说明：利用顾客懒得算帐的心理来消费，而且通过赠积分来做工消耗，总有花完的时间，不像打折，养成习惯就很麻烦。

七、现金法：

1、美容院年卡1380元，送价值700礼品套盒；

2、美容院年卡2000元，7折优惠，同时送700礼品套盒

套盒

说明：三种方案其实对于美容院获利都是差不多的，但是第三种方法用了焦点销售，让

顾客产生注意力，容易达成。

八、体验法：

方案一：在美容院开设体验日，每月二天，每次二个人，老顾客可以花18元体验其它项

百法的感觉定价拓客。

说明：体验方法是由最早街边派单衍生转化而来，就拿街边派单来说，到现在还是有很

多公司在用，用得还不错，就看有没新意，麦当劳肯得鸡的优惠券，学生卡，网上下载都有

此种方法的影子。九、特价法：

活动。凡是医院女性护士，凭本人工作证，由本人亲自前往，即可以3折的价格购买指定的 20余种产品。

说明：此种方法前店后院是一种不错的方法与模式，但品种不能过多，折扣也要分开，从3折到6折，应该有效区分很重要。

十、超值法：

活动期间消费者选购消费公司产品达300元者，额外加20元，可获赠价值xxx钱的礼包：送一个大礼包包括□xxxx产品价值148元□xxx沐浴露价值130元，旅行包 价值36元。购防晒套装+16元就送简约套装+防紫外线伞+68元购买原价380元脊椎保养经典套 又如：

奖为产品或赠品，凡在3个月内到该美容院进行消费达一定额度的消费者均有机会参加现场

抽奖活动，奖品有十余种，其中最具吸引力的大奖是一辆嘉陵摩托车或者香港泰国旅游名额

一个。

十二、抵价法：

也称抵价法：凡活动期间购买纤体项目服务卡的顾客，均可参加“精油空瓶抵现金活动” 纤体项目服务卡：2000元/10次(无产品)推荐产品搭配：腹部减肥：循环油+塑身油+腹部按摩霜+迷迭香(?元)腿部减肥：循环油+塑身油+腿部按摩霜+迷迭香(?元)关于精油空瓶的相应抵用金额：

1. 抵用50元的空瓶有：茶树油、葡萄油、柠檬油、迷迭油、甜橙油)

2. 抵用70元的空瓶有：天竺葵、薰衣草、洋甘菊、檀香油，抵用100元的空瓶有：玫

瑰油

活动期间，新顾客凭未消费完毕的其它美容院护理卡在本美容院开卡，可获赠该护理卡

瓶(或包装盒)可获八五折优惠，三个空瓶(或包装盒)可获七八折优惠(注：总数不超过三个)；说明：第一可针对老顾客，第二可以针对新顾客，用置换概念让顾客觉得价值。十三、捆绑法：

三合一活动：

一。

里播，放上优美的音乐。比如故乡的原风景。墙上悬挂条幅。注明促销大活动。派个年轻女

孩站在那里。

一条适合自身生存和发展的道路是关键，同时美容院应积极配合策略机构做好品牌管理和促

规，则落人后，好比开车一样，速度与规则通常都背道而驰。在讲创造性思维时，常会有这

样一些原则：改变 a 能不能变为 b？拆分 a 能不能变为 b 和 c？a 加 b 能不能变成 c？等等。

容院会员的时间顺序以外，再无其他的信息。如果一个美容院只有十几个或几十个顾客，管

理者或许还可以在看到熟悉的编号时能想到对应的顾客。倘若一个美容院有一百或几百，甚

至上千个顾客时，管理者还能凭记忆去按号索骥吗？怎么才能行呢？由于在美容院的传统思

维中，顾客编号就是一种可有可无的序列号，所以能反映的信息量很少，无法对我们的管理

起任何帮助。但如果稍加改变，便可发现一个小小的编号顿时生动而有意义很多。某编号为

了反映顾客的重要级别。“a”表示 a 类客户，顾客的购买力强、影响力大、消费水平高，属院内的忠实顾客。

“b”表示 b 类客户，以办理半年卡、季卡为主，消费水平中等但有潜力，属稳定顾客。“c”

身的实际情况按顾客的年消费额度来量化这个级别标准，如年消费额度在一万元以上的顾客

设为“a”年消费额度在五千到一万元之间的，设为“b”等等。第二部分是反映了顾客的职业：

美容院可根据自身的实际情况设计顾客的职业代码，既可按英文缩写来表达，如“t”即

性越高，历史性越久。

如身份证一样适用终生，应随着顾客资料的动态变化而相应改变；另一方面，因为每个美容

院的顾客量都不同，在编号每一组成部分的设计上还可以根据自身情况要求适当增减，力求

其反映的信息量充分。这样不仅便于客户的分类管理和美容院管理软件的应用，还能让经营

者和美容师能从编号中即时了解顾客的情况，更重要的是便于开展各种有针对性的促销活动。

其二是在促销活动的对象上，每次活动总是希望面对顾客越多越好，胡子头发都想抓。其

性循环。促销就是通过提供给顾客更多的附加值，刺激顾客购买力，从而提高销售量的营

销技巧。同样的，当我们改变了时间、对象、方式上的固有思维，马上就会豁然开朗。怎么

改？就象篇首提出的那个问题，促销就如同一个铁球，要想突破销量瓶颈的局限，就需要与

群体，研究个体需求，提供个性化增值服务的方式。举例说明，参造顾客编号可以有以下很

多种促销形式：

1、按顾客的重要性级别作分类促销：顾客消费能力的不同，其对促销活动的敏感度和

参与度也不同。很多活动推出去以后为什么无人问津，就是缺乏对顾客消费能力的把握，造

之类的小额度促销。假如让“a”类的顾客吃“c”类的方案就是一种资源的浪费，而“c”类的顾客即使想吃“a”类的方案也吃不下去。

尘，而到了每年八月份和一月份的休假，又使其需要一些适合旅游的美容护肤品。如环卫工

人的职业性就决定了其对美白防晒品的高需求和高要求。所以美容院在掌握了职业性的原则

后，可以在某些特定时间只针对某种职业编号的顾客群体来做促销。例：在八月底，针对所有编号为“x t xxx”的顾客，均可参加购“夏日防晒套装”赠“旅行防晒装备”的优惠活动。

3、按顾客的年龄代码作分类促销：顾客年龄层次的差异，决定了其肤龄肤质的差异，以

及对所需产品和服务要求的差异。年龄层次较轻的顾客，比较看中身体服务和新奇时尚的项

5 xx”的顾客群体所作的方案肯定会有区别，不要一厢情愿的以为二十多岁的和五十多岁的会需要一样的附加值。

双号来设计促销方案，单号的顾客逢单月可享受优惠，而双号的顾客逢双月享受优惠；如按

顾客编号尾数的合计数来设计，数值等于哪个月份，则可在该月份内享受优惠。例：对于编

不定期的调查问券对院内顾客的需求做好仔细调查和分析，在用活顾客编号以后，促销活动

可以多种多样，无处不在。从前的促销虽然常常作，但由于是面对所有顾客群体，所以让客

人觉得腻味和抵触；而现在即使天天有促销，但由于细分了不同群体，采取了个性化的轮换

饭店充值活动方案篇三

圣诞节基督教会年历的一个传统节日，它是基督教徒庆祝耶稣基督诞生的庆祝日。在现代，圣诞节由于受到人们的格外重视，它便在很多国家成为了一个全民性的盛大庆祝节日，在西方国家中可以和春节。

所以我们酒店餐厅在选择圣诞节促销活动主题时，要注意营造一种节日喜庆的环境氛围，并紧扣这一主题来确定适合自己的促销活动主题，下面为大家推荐几个圣诞节促销活动主题：

- 1、冬季生活的恋歌，提拉米苏传送圣诞祝福
- 2、让我们把圣诞的. 钟声传播四方，也让我们把友爱和赞美洒向人间
- 3、和你心爱的人一起共进圣诞夜晚餐

4、圣诞节，让我们相聚在xx酒店(餐厅)

圣诞节促销活动的內容相信是我们所有酒店餐厅，也是所有消费者最为关心的內容了，因此，我们在制定酒店餐厅的促销活动内容时，除了要把握活动主题以外，还要注意结合酒店餐厅的经营实际，制定出别具一格的促销活动内容来。

1、圣诞帽子的海洋

2、相遇圣诞老人

酒店餐厅在圣诞节前夕，安排数名工作人员身着圣诞老人的服装，在酒店餐厅附件派发宣传但，并和路过的小朋友进行猜拳游戏，猜赢的小朋友可以获得糖果、巧克力等小礼物。

3、圣诞节套餐

在圣诞节促销活动期间，针对情侣、儿童、家庭消费等不同人群，推出圣诞节套餐，不同的套餐有不同的折优惠。

4、圣诞节特价菜

在圣诞节促销活动期间，凡消费满xxx元的顾客，即可免费获赠酒店餐厅的招牌特色菜一味，或者是圣诞火鸡一份。

5、圣诞节幸运礼物

到酒店餐厅消费的顾客，可以参加“圣诞老人”的幸运抽奖活动，可以根据派发传单的号码、餐桌号码来临时获取，中奖者可以获得酒店餐厅的会员卡、优惠卷等礼物。

6、圣诞节的心愿

凡在圣诞夜(平安夜)来本酒店餐厅消费的顾客，在圣诞节可

以参与酒店餐厅举行的“圣诞节许心愿，新年圆梦”的活动，顾客可以在圣诞节通过酒店餐厅的心愿墙来许下自己的心愿，在新年元旦再次光临酒店餐厅的时候，可以收到额外的惊喜。

7、来自圣诞卡的祝福

在圣诞节促销活动期间，凡是来本酒店餐厅消费并留下了相关通讯地址和联系方式的顾客，会获赠一张精美的圣诞卡，顾客可以在圣诞卡上写上祝福语，酒店餐厅负责将圣诞卡寄送给顾客想寄送的人。

不管是圣诞节，还是其他节日的促销活动，酒店餐厅内外环境的相互配合映衬是很重要的，这样才能让顾客感受到充分的节日氛围，并对酒店餐厅留下深刻的映象。下面是圣诞节促销活动准备的相关内容，我们一般要从以下三个方面来考虑：

1、酒店餐厅的人员准备

对酒店餐厅人员进行促销活动前的培训，要求熟练掌握促销活动的技能，对促销活动的具体内容能熟记，并能快速说出相关的优惠活动信息。

2、圣诞节活动物资准备

圣诞帽、圣诞树、圣诞老人服装；

糖果、巧克力等临时；

火鸡、南瓜等菜品原料；

酒店餐厅会员卡、圣诞卡；

圣诞彩灯、气球等装饰品。

3、酒店餐厅内外环境准备

在酒店餐厅门前摆放圣诞树，并对圣诞树进行必要的装扮；

在玻璃橱窗上涂鸦“merry christmas!”“圣诞节快乐！”等字样；

在店内装饰圣诞彩灯等；

在酒店餐厅内轻声播放圣诞节歌曲。

饭店充值活动方案篇四

二、活动主题□xx店岁末感恩6重礼

三、活动时间□20xx年x月x日至x日(周五一周日)

四、活动内容：

1、达额有礼！

(1)满38元，送精美小礼品一份；

(2)满98元，送价值6元的纸手帕一条；

(3)满198元，送价值12元的卷纸一提；
方案(4)满298元，送价值118元的施泰福霏丝佳修润洁肤露100ml一支或施泰福霏丝佳修润沐浴露150ml一支或价值198元的施泰福霏丝佳修润密集滋养霜50ml一支。

(5)满398元，送价值248元的`施泰福诗蓓白防晒乳霜spf30+/pa++60g一支或者价值298元的施泰福霏丝特护修润乳液100ml一支。

(6)满680元，送价值614元的施泰福护肤品套装(含：施泰福霏丝佳修润洁肤露100ml一支、施泰福霏丝特护修润乳液100ml一支、施泰福霏丝佳修润密集滋养霜50ml一支)

2、特价促销。

中药类特价商品至少10种；

设定5个左右适合场外活动叫卖吸引入气的特价商品。

促销活动商品的设定避免与同期进行的商品促销活动冲突。

3、凭消费小票免费办理会员卡。

4、名老中医现场咨询。

5、场外活动。

五、宣传气氛布置

1、门店宣传

(1)a4宣传单：用于店派，数量待定。店长具体安排派发人员和线路位置□x月x日开始派发，营运部安排支持和协助。

(2)易拉宝：4个。(有质量保证)

(3)门店手写pop□内容参考活动内容和特价商品目录。

(4)会员短信。选择活动门店会员，内容以短信申请单为准。活动开始前一天完成发送。

(5)气球布置。可做拱门或成串悬挂气球营造门面活动气氛。在橱窗、中药柜、货架、堆头□pop张贴处点缀气球，使堆头

和pop更显眼夺目，形成浓厚的内场活动气氛。

2、商品陈列。门店需重点做好以下陈列

(1)赠品堆头。畅销特价商品和赠品在正门靠近收银台的柜台或正门橱窗区域做堆头。堆头大气、有创意，辅以pop宣传或气球点缀抢夺顾客眼球。

(2)季节性畅销特价商品堆头。要求整齐、整洁、丰满，并要突出重点，活动特价商品必须写爆炸牌标示活动价格。

六、预期目标

七、活动物料和宣传费用预算

八、部门配合

1、营运部：确定活动场地，并协调好活动期间的物管和城管，确保现场活动顺利进行，并安排场外活动相关物料到位；安排活动当天需到场的公司及门店人员。

2、推广部：提供中药活动品种；宣传物料设计和制作，确保物料及时到店；会员短信发送。

3、采购部：提供西药类活动品种。

4、市场计划部：确定活动商品价格。确定活动厂家；活动当天现场做厂家协调工作。

5、信息部：相关设定支持。

6、物流部：相关物料配送。

拟制： 审核： 批准：

饭店充值活动方案篇五

引导幼儿学会制作简单的水果拼盘，学会与人分享食物，愿意把自己的感受告诉别人，体验自助餐活动带来的乐趣。

准备水果2~3种，快餐盘、塑料切板、塑料小刀（消毒备用）、碗、小勺，桌子排列成马蹄形。

2、教师提出大家一起分享水果的建议，通过讨论引出“水果自助餐”的主题。

3、大家一起准备“自助餐”。

（1）启发幼儿讨论做法：如香蕉切块，葡萄一个一个摘下来等。

（2）教师和幼儿一起洗净水果，加工水果，教师提醒幼儿注意安全。

（3）启发幼儿想一想，盘子里的水果块应该怎么摆放才好看？引导幼儿把2种或2种以上水果摆放在一个盘子里。学做简易水果拼盘。

4、大家一起来品尝。幼儿用碗和小勺自取水果。

（1）向同伴介绍自己做的水果拼盘。

（2）启发幼儿说一说你吃的是什么水果，味道怎么样，哪一盘水果你最爱吃。

区域设置和日常活动组织

“娃娃家”增设制作水果拼盘的材料，进一步拓展幼儿的经验。

与家长沟通计划

建议家长和孩子一起制作水果拼盘、水果串、水果沙拉、果汁等，了解水果的多种吃法，激发幼儿对吃水果的兴趣。

饭店充值活动方案篇六

从以往的经验看圣诞节对于药店促销来说推动性不是很大，但机会不可放过，将两节合并一块，借机宣传并加强药店影响力。

加强药店外在形象，扩大知名度。

送给你家一般的温暖

打折、买赠、义卖

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xx老年人保健品义卖活动，所得利润全部捐于xx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。

宣传单□dm单、展板、店外条幅、报纸、无线电、电视、网络。

- 1、所有营业员、促销员要做到温暖到家的气氛。
- 2、要充分利用媒体来宣传此事，加强企业形象及力度。
- 3、赠品要提前准备，统一定做。

最后，再次提醒，药店的两节活动的准备要提前，规划到每个时间点，宣传要到位，每年的宣传要有一个主题，且有新意，药店可以借鉴商超的活动，结合自己的受众人群适度调整。

主题口号：

- 1、真情回报，购物有礼，大型优惠活动
- 2、专家现场免费义诊，仪器免费检测
- 3、会员奖品大派送

时间：月日——月日

地址大药房

内容：

- 1、所有会员派送礼品，现场兑现积分奖品
 - 1)、采取宣传页告知，电话逐个通知，每个会员均免费发放精美茶杯一个、
 - 2)、会员按前期积分多少兑现场兑奖
 - 3)、现场免费办理会员卡
- 2、专家现场免费义诊

现场免费为顾客就诊，免费开据医药处方，仪器免费测量心血管，胃肠道，糖尿病，风湿等疾病，顾客可以凭处方购药享受10%的优惠□aa大药房以真情回报顾客对aa大药房的大力支持与关注。

3□aa大药房购药送礼、抽奖大型活动

活动期间，顾客购买商品满8元可获取礼品一份，礼品按购买金额对应提高、购买商品满58元可参加现场抽奖一次，中奖率为100%。（多买多抽）

促销活动的难点：

当前促销活动往往不被消费者关注，消费者参与热情不高，容易导致促销活动到场人数不够，活动效果不佳、其实并不是促销活动本身不具备吸引力的问题，而是由于当前各种促销活动太多、太乏乱，部份活动在宣传中没有将促销活动的核心利益点表达清楚，宣传的执行力度也不够、故而，活动宣传单也需要进行精心的设计和创意，其关键还在于怎样投递，采取什么方式投递，投递的范围和密度。

常见的促销活动形式：

主要有三种，即降价和打折、派送礼品、现场有奖促销。

一般说来，消费者接受活动信息的模式为：注意——兴趣——欲望——行动——满足。