

招商云推介活动方案 美食节活动招商方案 (大全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。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

招商云推介活动方案 美食节活动招商方案篇一

民以食为天，中国美食源远流长，中华鲁、粤、川、闽、苏、浙、湘、徽，八大菜系更是撩人胃口，各地美食聚集随州，地方饮食文化更是多姿多彩。

微信营销，现已被各个商家了解认可。众多商家已经申请了自己的微信公众，并创建了自己的微信官方网，但怎样聚集粉丝，增加关注，借用微信平台强大的线上线下互动功能，提升销售，做好营销许多商家并未深入了解应用。

随州首届金秋美食节，召集30—40家美食餐饮商家，借用领秀随州美食微官方网，集中宣传，各显身手，更让食客们了解各种美味，学习饮食文化，促进文化交流。美食节加强了参展商家的品牌影响力，又给商家实实在在的带来经济效益，可谓双赢。

随州金秋美食节 百店免费送大餐

【活动时间】 2019年10月08日—11月7日

【主办单位】 随州市食品药品监督管理局、随州市餐饮服务行业协会

【协办单位】 本次美食节参与餐饮商家或厂家

【承办单位】 随州领秀传媒

【活动宣传】 1. 户外：电子阅报栏30块1个月宣传

2. 电视：（双向互动电视）开机画面一个月、换台角标一个月

4. 平面：楚天快报 《领秀随州》杂志美食节专刊软文、硬广

【现场氛围营造】 店铺内统一设置杂志免费取阅架，宣传单、杂志、吊旗。

活动一

活动主题：随州金秋美食节开幕式

活动地点：大润发广场

活动内容：1. 随州金秋美食节开幕庆典

2. 现场扫描领秀微官方网，加关注参与抽奖

3. 现场幸运大转盘抽取15位免费大餐中奖者

活动二

活动主题：随州金秋美食节 百店免费送大餐

活动地点：参加本次活动餐饮商家店内

活动说明：

1. 奖项设定为

一等奖 免费大餐30桌/每周, 以30家参与商家计算，即每周每商家送1桌免费大餐(400元以内)。

二等奖 半价大餐60桌/每周，以30家参与商家计算，即每周每商家送2桌半价大餐，金额不限。

三等奖 7.5折大餐90桌/每周，以30家参与商家计算，即每周每商家送3桌7.5折大餐，金额不限。

四等奖 20元(满100元消费即减20元)优惠若干

注：无论中取任何奖项，同时获得ktv 2小时免费欢乐唱，或其他礼品(待定)

2. 抽奖方式

顾客在参与商家店内扫描领秀随州微官方网，即可通过手机参与抽奖活动

活动三

活动主题：拍拍微网秀 免费再中奖

活动形式：活动时间内，参与本次活动消费者，可将所喜爱的特色菜品用手机拍照，并配文字内容上传领秀随州网、领秀随州微官方网上。10月6日—10月11日，评选出10名网友，再送千元礼品(礼品待定)

招商云推介活动方案 美食节活动招商方案篇二

项目推介会——借势发掘潜在客户扩大宣传效果

一、活动目的：

利用“项目推介会”造势和蓄客，详细分析项目的优势，卖点，鼓动意向客户认购。

二、活动时光：

20xx年x月x日下午15：00

三、活动地点：

金玉龙城大酒店

四、活动形式：

介绍及问答

五、参与人员：

六、活动主题：

2、招商经理对项目的业态、功能分区等资料进行阐述；

3、商会领导讲述对项目的认知、信心、决心，鼓动商家进驻；

4、大客户代表讲述自我对项目的信心、进驻原因和对项目未来的期望，并宣布正式入驻。

5、销售经理讲述项目的销售信息、优惠政策、认购时光、开盘时光，鼓动意向客户下定决心落定。

人员配合：项目部、销售人员、招商人员

工作范围：预约客户、进场接待、现场咨询、意向客户登记

七、物料准备：

1、现场包装：背景板、现场展板、名座、签到物料、桌花

- 2、场外包装：拱门、空飘、横幅、指示牌
- 3、宣传资料：招商手册、折页、项目简介、平面图、业态图
- 4、礼品(嘉宾、媒体记者、来宾)
- 5、邀请函、媒体新闻通稿、主持人节点控制单、幻灯片
- 6、现场音响、投影设备

拱门文字：金玉龙城国际家博城项目推介会

空飘文字：织金首个专业家居建材商城

城市商业中心，位置无可替代

城市重点工程，投资信心保障

家博城商业航母，震撼出航

横幅文字：热烈祝贺金玉龙城国际家博城项目推介会隆重召开

八、活动准备：

- 1、安排项目推介会场地
- 2、邀请项目推介会的相关人员
- 3、准备相关礼品
- 4、预约客户，100个客户左右
- 5、派送邀请函

媒体跟踪：

前宣：电视新闻、电台

后宣：电视新闻、专题、电台

九、活动时光节点：

1、15：00主持人致辞，宣布推介会开始

3、15：35招商经理开始介绍项目的业态分布、功能分布、整体规划等

4、16：00商会领导讲述对项目的认知、信心、决心，鼓动商家进驻

5、16：20大客户代表讲述自我对项目的信心、进驻原因和对项目未来的期望，并宣布正式入驻。

8、18：00晚餐

十、活动核心资料：

1、项目开发理念：织金首个国际化家居博览城

2、项目整体定位：家居建材商业新地标

3、业态分布：合理齐全、合理分布

4、功能定位：专业家居建材城，全方位服务配套

5、经营定位：国际化统一运营管理标准

十一、推介会讲演提纲：

资料要点：

- (1)、简要介绍开发商自身的实力
- (2)、项目的开发切合城市经济发展的要求
- (4)、项目工程质量、进度及项目硬件配套的介绍
- (5)、对项目未来发展的规划、愿景，必须要塑立信心。

2、招商经理讲解：

- (1)、项目的整体规划
- (2)、业态的布局和划分、功能的分布
- (3)、招商条件、招商流程、招商优惠政策

3、商会领导讲解

- (1)、对市场需求的诉求
- (2)、对专业家居建材市场和项目的肯定
- (3)、对项目未来发展的期盼

4、大客户代表

- (1)、讲述对项目的看法(着重讲优势)
- (2)、分析投资回报的利益及进驻的原因
- (3)、阐述自我对项目的信心、宣布进驻
- (4)、鼓动商家认购

5、销售经理的介绍

(2)、介绍接下来的认购、活动、优惠、开盘等

(3)、引进专业经营管理公司对商场进行统一管理

(4)、以煽动性的语言刺激到场的每一意向客户，促使其下定决心

十二、活动注意要点：

2、销售政策(优惠折扣)等要落实

招商云推介活动方案 美食节活动招商方案篇三

成功的招商会议是企业打开区域市场或者全国市场中很关键的环节，一方面企业可以通过招商会议，向潜在或者意向客户传递产品、营销、代理优惠政策等信息，以吸引客户加盟，使我们通过这样有效的渠道拓展市场。另外招商会也是树立企业品牌与宣传的很好方式。

策划招商会首先要确定一个好的主题，然后拟定会议时间和地点。招商会是个系统工程，分会前、会中、会后三个阶段，每个阶段又分为许多步骤，环环相扣、紧密连接。所以需要整体团队具有高度的协作与执行能力，才能使会议达到理想的目的。

宗旨：展示产品特点及公司实力，树立经销商信心，促成潜在客户签单。

程序及具体细节：

一、招商会议时间策略和地点策略

(1)时间策略：招商会议最好在星期天举行，以方便客户的参与。

(2)地点策略：选择具有一定实力和条件的酒店会议大厅，会议大厅必须具备音响、音像功能、面积适中，地理位置要在交通繁华地。（例如人民大会堂）

二、招商人员及参会人员培训

首先对招商人员作一些必要的培训：

a.企业及产品知识，以使团队成员对企业的现状有清楚的认识。

b.沟通技巧(如接听电话、接待语言、洽谈技巧、仪表举止等)，以培养团队成员的职业感。

c.招商专业知识(招商流程、谈判技巧、接听电话、注意事项等)

d.招商要旨(招商策略说明及合同解读等)

(1)招商人员必须对产品的各种特点如实掌握。

(2)招商人员必须对自己的客户做事前了解，包括客户的经济实力、销售网络、个人爱好等。

(3)招商人员必须对目前市场具有充分的了解，特别是自己目标客户所在地区市场要进一步了解。

(4)招商人员必须具有一定的谈判策略和能力。

三、会议邀请对象确定

主要分为新客户、老客户、媒体、政要4个部分

通过市场细分界定招商对象：通过市场调查，在各省各个市区选择三到四个具有实力的经销商，发出邀请函，最后在招商会上或以后确定一个具有实力的地市级加盟经销商。（邀请比较突出的老经销商作为代表参加，可以现场发言和带动会场气氛。）

四、确定招商宣传渠道

(一)通过在拟招商地区发行量大的媒体上发出产品招商广告。

(二)通过短信平台向具有一定实力的经销商发出招商信息，并予以跟踪确定。

(三)通过公司营销人员，邀请主要准客户参加会议，设计具有超强杀伤力的邀请函。

五、合同策划：对现场签单的客户我们要单独会见，根据不同实力的经销商对招商合同做一定范围内的修改，提供一定的优惠政策。

六、招商会细节安排，招商人员对具有针对性的重点客户整个会议期间全程跟踪服务。

(1)做好与会客户的接待、住宿、饮食、返城等方面的工作

(2)做好照顾客户情绪及掌控正过程气氛等问题，做好一切突发事件就绪解决的方法。

招商云推介活动方案 美食节活动招商方案篇四

“城管商家联袂合作 共推文明城市创建”

百名商家签名活动

招商方案

一、活动背景：

一个区域，依托经济的发展而愈显魅力；

一个城市，有赖众人的理解而彰显文明。

如果说正在创建文明城市的绵阳是一叶划往彼岸的舟，那繁衍存在绵阳的商家企业便是这叶轻舟下奔腾的流水。正如唐太宗所说，水可载舟，亦可覆舟。面对眼下积极紧张准备创建城市的形势，如何处理舟与水的关系显得迫切重要。大大小小的各类商户构成了绵阳经济发展的骨架和血液，如果没有他们的支持、理解和拥护，那么文明城市的构建也只能是一纸空文。只有在广大商家企业的积极配合和努力下，我市文明城市的创建才能更上一个台阶。而文明，不仅是一个城市的形象，一所政府的任务，更是一家企业对社会应肩负的责任，也是一个品牌得以立足、争得市场的“王牌”。一家企业在宣传上彰显了文明，也就俘获了广大消费者的心，赢得市场的几率也就大大增强。

二、活动内容：

邀请绵阳市xx名商家企业到现场做品牌展出并与城建委举行签字仪式。

三、组织机构：

主办单位：市城管办市建委

承办单位：都市瞭望报

协办单位：绵阳市各大企业、商家

绵工作站

四、活动特点：

1、在创文明城市这一大背景下举办，关注度高。

当前政府及对创文明一事高度重视，市民对次高度关注，举行签名仪式，有助于扩大企业商家社会影响力。

2、联合出击，宣传性强。

活动当日将有众多媒体参加，对活动进行全程报道，形成最具强势的宣传合力。

3、广泛参与，意义深远。

活动当日将有众多政府机关人员，大批企业、商户参与，对于加强各商家之间以及商户企业与政府的交流联系具有重大意义。

4、多方互动，规模巨大。

活动在客流量集中的广场举行，当日各商户搭置的凉棚里将向市民展示宣传各自文明经营成果，解答市民疑问，形成良好的互动参与氛围。

五、活动价值

1、具有高关注度的焦点性活动；

2、拥有强势的关注话题与宣传推广；

3、是一个适宜展示各大企业形象、品牌（产品）的平台；

4、将得到政府及社会各界人士的支持和认可，拉近政商之间、商家之间、商家与消费者之间的距离，为构建和谐社会、创建文明城市搭建一个良好的沟通桥梁。

六、商家回馈

1、邀请到场企业作为活动开幕发言人；

2□

招商云推介活动方案 美食节活动招商方案篇五

我们可以将消费者的消费心理历程划分为注意、兴趣、联想、欲望、比较、确信、决定7个阶段，新年期间消费者的消费愿望更强烈，消费决策更迅速，购物目标和目的更明确，广告位招商 也就是说，在此期间这7个阶段的消费心理变化时间将大大缩短。有效地与消费者沟通就是采用视觉，语言，演示的方式将新年促销信息传递给消费者，抓住消费心理变化的瞬间，促使消费者快速形成购买决策的过程。

在新年促销期间，为避免信息传递的多头、无序，杂乱，扰乱消费者视听，应选择传递单一简单主题的促销信息。抓住顾客图吉利心理。新春佳节人人企盼来年大吉大利，新年购物也希望讨个“口彩”， 求富贵，祈平安。张贴春联等各种各样的民间活动充分体现出这一文化内涵，同时也营造出节日用品市场的繁荣（针对这次送福，送财）新年是中国人的团圆节，担负着亲友礼仪往来、同事感情联络、渲泄美好情感等重要社会功能，与走亲访友、问候祝福、合家团聚相应的是年货和礼品市场的`兴旺。（礼合，洋酒，保健品，这些高利润的商品应该加大陈列，做效果布置）买气氛、买感觉、买服务、买实惠。喜庆欢乐气氛大大刺激了人们消费的欲望和冲动（也是超市销售新特商品的好时机）

一：新年促销无非是降价、捆绑、赠送、换购等几种形式

可以通过多种信息沟通方式层层递进地接近消费者达成销售目标：

1. 媒体传播。这是信息传递与消费者沟通的传统方式，利用能影响目标消费群消费行为的广播、电视、报纸等媒体介绍活动和团购内容。媒体的选择、投放的频率和每次投放的主题要依活动具体要求而定，目的在于引导消费者关注本次促销活动，是促进消费的第一步。
2. 销售生动化。对卖场内货架、堆码陈列□pop布置、环境气氛等进行生动化布置，提示消费者有关促销活动的信息。在销售生动化过程当中必须注意突出主题，一目了然。一般在活动的前3天到前1天就要将陈列做到位，此种沟通方式既加深新年的气氛，又可以更贴近老百姓。
- 3 。人员促销。这是最直接的与消费者沟通的方式。在卖场内外设立活动兑奖点或直接销售，并通过促销人员与消费者的直接交流，面对面地将促销信息传达给消费者，促使消费者产生购买行为。

二、针对不同消费心理阶段采用不同沟通方式

1. 属于注意、兴趣、联想、欲望阶段：主要采用媒体、市场冲击等方式，将消费者引导至终端。
2. 属于欲望、比较、确信、决定阶段：主要采用生动化、人员推销方式，促使消费者快速形成购买决策。

新年期间，约有近5成的消费人群，都是在尚未得到任何促销信息的情况下仅仅为了购买其他商品或本身因为必须购买该类商品而进入卖场的，因此，生动化及人员推销至关重要。

3. 新年高利润的商品应以堆头的形式陈列，堆头要就强大的冲击力，要有气势，要注重堆头的造型，可以用中国传统的

喜庆形象来设计。

三、认真做好商场超市的陈列工作

1. 一致性原则，指的是在促销活动期间所有的陈列点表达的都是本次促销活动信息，而不应该含有其他非本次促销信息或过时信息。

2. 重点突出原则，指的是重点表现本次促销活动的核心品牌、包装。可采用集中陈列、加大陈列比例、专门设立特殊陈列位等等方式来体现。

各店在实际操作过程当中，应该要认真坚持是做好陈列的关键，因为再好的陈列标准和原则都是通过实际的陈列操作来体现的。新年经常遇到的问题是：由于销量太大，堆放在堆码或货架上的产品没有多长时间就会被顾客拿光，来不及补货或补充。