

# 最新元旦营销活动标语 元旦节的营销策划方案(大全5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 元旦营销活动标语篇一

促销(promotion)做为经典“营销4p”理论中的一个核心要素之一，在中档白酒市场起着非常重要的作用。从含义上来讲，促销是通过物质或精神层面的奖励刺激消费者或渠道商订购或消费产品的方法和手段。从目标对象上来讲，促销既可以是针对渠道展开的，也可以是针对消费者展开的。在目前国内的中档白酒市场上，各种形式的赠品、多种方式的让利等等促销手段不一而足，“你方唱罢我登场”，好不热闹。但是，对于不同的白酒企业而言，促销的手段和效果却不尽相同，下面对中档白酒企业常用的促销手段、利弊等一一分析。

### 1、免费品尝

2、免费品尝的促销手段常见于新推出的白酒品牌或新开发的市场。由于品牌在渠道层面的影响力不足、在消费者层面的认知度较低，白酒厂家常常迫切希望快速建立品牌的影响力并引起消费者尝试购买的欲望，免费品尝活动成为常用的手段之一。具体形式可以是品鉴会，也可以是赠送小规格酒。当然，免费品尝促销有一个前提：厂家对自产白酒有足够的信心，产品品质在出厂前的口感测试中普遍得到认可。常见的品尝酒多为50ml装的小规格酒。

### 3、陈列奖

4、陈列奖在白酒的市场操作中也比较常见，其常见形式有产品陈列奖励和箱皮陈列奖励等，如笔者在某中档白酒咨询项目中所采用的方案：4\*4陈列排面奖励和5\*8陈列排面奖励等等，陈列奖励常以产品组合中的某一款实物产品或现金加以体现。陈列奖励做为一种比较常规的促销手段，对于改善消费者在终端的见面率有比较大的帮助。如果陈列面处于消费者进店第一眼可视位置或第一个商品陈列货架上，且排面所占面积较大，则对销售的促进作用是非常显著的。

## 5、关联、整合促销

6、蒙牛的理念里有一句话：98%的资源靠整合。这句话同样也适用于中档白酒企业，通过与资源互补型企业的关联和整合常常可以在销售业绩上体现出事半功倍的效果。如在某中档白酒咨询项目中，我们在淡季与雪花啤酒、王老吉做了一个关联促销，进几件酒送一箱雪花啤酒或王老吉；旺季与红酒等做关联促销以期在两节市场能扩大销量。这样运做的好处是，可以实现渠道资源和市场资源的互补与整合。雪花啤酒在餐饮渠道的掌控能力较强，而啤酒和白酒的淡旺季恰恰是非重叠的，当啤酒进入淡季后，其经销商大多希望借自有的餐饮渠道把事业做强做大，而补充几款白酒产品常常成为其比较心仪的选择。

## 7、渠道进货奖励

8、常见形式有渠道补货套餐政策、累积进货奖励和订货会临时促销奖励政策等，目的是快速回笼资金、实现对渠道现金资源的挤占，从而达到打压竞争对手、扩大自身份额和提升市场占有率的目的。

## 9、盒(盖)内奖

10、盒（盖）内奖是中档白酒一种常见的消费者拉动方式，是消费者拉力的一种体现。具体操作方式常为：通过在

盒(盖)内放置刮刮卡的方式，卡上列明奖项设置，消费者通过刮开涂层即可得知自己是否中奖以及中了几等奖；奖项设置常包括烟、现金、美元、贵金属制品、精美纪念品、旅游产品等，形式多种多样，视各地的消费者喜好不同以及目标受众人群的不同，中档白酒企业常会做相应的改变。

## 11、终端生动化

12、终端生动化的展现形式有：店招、灯箱、展架、易拉宝、电子万年历等等。中档白酒企业常常承诺给渠道商提供制作上述终端生动化物料，以作为进货达到一定金额的奖励；或者，作为一种广告宣传的手段，以增加品牌的见面率，这也是一种常规的促销手段。

## 13、餐饮店联动

14、通过在餐饮店搞点酒送菜或点菜送酒的活动刺激餐饮终端第一主推产品的积极性。同时，部分中档白酒企业还在餐饮终端里搞摆台、陈列、广宣包装奖励等。

## 15、精美礼品赠送

16、消费者买酒时给予其精美的礼品，在礼品的选择上，成本不一定很高，但一定是外形美观、经常使用、见面率高的促销品。

## 17、折价或买赠

18、消费者购买产品后直接给其返还部分现金，或通过买一赠一等买赠形式刺激消费者购买产品并形成偏好。

## 19、文化促销

20、中高档白酒有其特殊的价值属性，是商务、政务人士人

际交往的一种工具。尤其是一些高端白酒，甚至被做为艺术品或奢侈品来收藏；如：有人收藏茅台上个世纪八十年代的产品，增值很大。对于这部分人群而言，某个白酒品牌有没有品位，有没有符合其心理预期的价值，是非常关键的。因此，有些中高档白酒企业在做促销时大打文化牌、艺术牌、历史牌，以此给消费者传达一种上档次的白酒品牌形象。例如：水井坊曾搞过文化促销活动，在指定酒店和商超消费购买水井坊产品的顾客，都可参与水井坊抽奖活动。活动的主题为：“水井坊美酒艺术之旅”，获赠中央民族乐团“沉醉风雅颂”水井坊专场音乐会门票一张；部分嘉宾还可获赠20xx年全年珍藏版《中国国家地理》杂志；“水井坊美酒之旅”特邀文化大使将参加为期一周的法兰西美酒之旅。

上述活动的举行忠实的体现了白酒品牌的心理价值属性，有效地提升了白酒品牌的形象。

## 21、体验式促销

22、中档白酒企业可以选择部分重点消费者，并邀其参观酒厂生产线或企业有特色的经营场所，以一种工业旅游的方式使消费者体验到产品或品牌的特征和价值。试想，消费者行走在洁净的生产线旁，呼吸着那沁人心脾的酒香，观赏着古老的窖池，品尝着陈年美酒，李白的将进酒似乎就在耳畔回响；这种体验、这种感受无疑是日常生活中很难拥有的。通过这种体验式促销，势必会加强消费者对白酒品牌的忠诚度和美誉度，口口相传，整个品牌的形象就会逐步的建立起来。

## 23、植入式促销

24、所谓植入式促销就是将企业的品牌形象和品牌宣传导语植入到消费者消费流程的某一个环节当中去。如婚庆买酒达到10件提供商务车一部做为迎亲车队用车，生日聚会用酒达到5件提供生日蛋糕等等。当然，植入式促销所用的物料都必须有品牌的元素在里面，以达到有效宣传企业、提升品牌形

象和品牌知名度的作用。

## 25、开瓶费

26、开瓶费促销手段多见于中档白酒的餐饮渠道运作上，厂家为刺激餐饮渠道的销售，以每推荐消费一瓶白酒凭盒、瓶盖兑现5元到几十元不等的开瓶费来刺激餐饮店服务员或自有促销员推广的积极性。

## 27、政府公关

28、一些中档白酒品牌在操作市场的过程中选择“盘中盘模式”或“后备箱模式”，并把政府部门的领导做为重点公关的对象。比如，组织政府部门的领导集体外出“考察”，希望借助相关力量将\*\*品牌白酒做为政府指定接待用酒等等。

## 29、人海战术

30、部分比较有实力的白酒企业往往在旺季来临时在ka卖场□a□b类餐饮店等场所设置大量的促销员，以扩大品牌在目标受众人群中的.影响力，改善销售业绩，提升市场份额和占有率。

上述15种方法是中档白酒市场运作过程中常见的促销手段，在实际操作的过程中，这些促销手段往往能起到阶段性的营销效果。但是，也必须看到，促销是把“双刃剑”，在取得阶段性营销效果的同时，往往也造成“伤敌一千，自损八百”的局面。下面就促销手段对企业或品牌可能造成的危害一一列举。

### 1、与品牌的定位不吻合，使目标消费者产生消费偏离

在市场上，我们也常常可以看到，一些中档白酒品牌在促销时为了节约成本往往选择那些价值比较低、粗制滥造的广宣品和促销品，结果与品牌的中档定位发生了较大偏差，使目

标消费者对品牌产生了不信任感，从而导致了消费者的消费偏好发生转变。

## 2、渠道进货奖励和买赠的促销方式导致乱价，使品牌从中档品牌向下没落

很多中档白酒企业在订货会时常常会实施这样一种政策：进货额达到多少即搭赠本品多少箱。这样的做法减少了生产厂家的市场投入(送给商家的产品按进货价计算价值，对于厂家而言其价值实际上只是成本价)，但也有很大的危害。比如：如果政策力度过大就可能产品的乱价，经销商为了尽快处理掉库存，减少资金压力，宁可少挣一点钱也会想方设法把仓库里的货尽快处理掉，于是乎选择降价。市场乱价对于一个白酒企业而言其危害是非常大的，乱价达到了较为严重的程度时，经销商会对经销这个白酒品牌丧失信心、消费者会对这个白酒品牌失去信任，有时这种负面影响对于白酒生产厂家而言甚至是致命的。

## 3、促销过于频繁或可预期，使消费者对促销形成依赖

“不促不销、促了也不一定销”，“做了促销是找死，不做促销是等死”，“领先一步是先进，领先三步是先烈”，等等诸如此类的悖论困扰着白酒营销人。许多白酒企业频繁使用促销手段，或者各种促销手段是可以预期的，使(全球品牌网)消费者对促销形成依赖，认为不促销反而是不正常的。常规的促销手段很难发挥出理想的促销作用。比如一些中档白酒品牌在操作盒内奖时选择美元做为促销奖励，刚开始时的效果还是不错的，结果许多企业纷纷仿效，你送美元，我就送英磅;你送英磅，我就送欧元。这样一来，消费者对促销形成了麻木症，达不到预期的促销效果，从而使得资源投入效率低下。

## 4、促销管理不善造成流失，导致企业费用投入打水漂

厂家投入的促销费用或促销品被挪作他用，使其未能发挥出应有的作用，导致企业费用投入打了水漂，这种情况在中档白酒的促销过程中也是非常常见的。

上文通过对中档白酒常用的促销手段一一介绍并对其利弊进行分析，使得我们对于中档白酒的促销方法和效果有了更深的认识。促销是把悬在中档白酒企业头上的“达摩克利斯之剑”，很多企业只看到使用促销手段所带来的短期繁荣，却没看到使用促销手段所带来的危险！白酒企业在使用的过程中一定要因地、因时、因企业自身的实际情况制宜，这样一来，促销才能发挥其应有的效果，资源投入才能充分发挥其应有的效率。

## 元旦营销活动标语篇二

喜迎元旦，开心快乐，气氛活泼，发扬闪客启航团结向上的特点。

### 1、特色统一性：

这是在闪客启航老师和同学组织下的一台元旦联欢晚会。在新的一年里，迎新老朋友作为一种极具亲和力的交流方式。节目形式不限，歌曲，朗读，乐器演奏，戏曲等均纳为主题，内容清新向上。

### 2、加强互动性：

以节目单为主，也就是说：要先报上固定的节目和表演者，由策划组委会排定先后顺序。

固定节目报名方式：在本帖回复，报名时报上节目(含内容和表演者名单，用的名字必须要和晚会的名一样，不能更改报名，报名截止到29日止。特聘两个固定节目《好日子》《难忘今宵》的演唱者。

### 3、扩大参与性：

邀请一些知名人士参加，比如：对闪客启航作出杰出贡献的老师，班组长。跟闪客启航有密切关系的友人，也就是特邀嘉宾。

### 4、丰富欣赏性：

参与节目者和节目单要经过严密的审核。且固定节目数量控制在15—20个。

晚会时间：20\*\*年\*\*月1日晚上20:00——0:00

晚会地点：

两个固定不变节目：《新年好》《难忘今宵》

《新年好》在开场宣布晚会开始后由嘉宾来演唱。而《难忘今宵》在晚会结束语前由嘉宾来演唱。

晚会的几点说明和注意事项：

晚会开始前由舞清影班长宣布晚会注意事项

1、为保证晚会整场效果，请所有演职人员7:30分点前进入晚会现场并试好自己的麦。晚会期间一律不予试麦。

2、为使晚会有一个良好的运行效果，请大家尽量使用聊天室“悄悄话”功能(包括献花，打字聊天。)

3、请尊重他人也尊重自己，在演职人员及嘉宾拿麦说话唱歌的时候，请主动关好您自己的麦。

1、开场：



男：亲爱的各位老师同学们，大家晚上好~!今夜，让你我欢聚一堂，构筑今宵欢乐无眠之夜;今夜，星光灿烂，点燃元旦的焰火，看喜庆的礼花四处绽放。在溢满欢乐的笑声中，此起彼落的歌声里，心随欢歌笑语飞上了遥远的星河。

女：尊敬的各位朋友，各位来宾晚上好，今夜，你如约走来，带着满面春风，一身华彩，走进闪客启航，让我们手挽手，心连心，同唱一曲欢乐的歌。

2、大成校长为晚会致词

3、老师代表讲话

4、主持人宣布晚会开始

5、演唱《新年好》

晚会正式开始(中间穿插嘉宾麦序，基本以一个固定麦序一个佳宾麦序的形式来走)。

6、嘉宾演唱《难忘今宵》

7、结束语

8、整场晚会结束

主持人：北呢枫林

晚会节目：

1、歌曲《新年好》演唱：冰心莹颖老师(场景班班长)

2、歌曲《痴心绝对》演唱：歌手逸飞

3、朗诵《想掬一捧雪花送你，我的朋友》朗诵者：骑士老

师(按扭班班长)

- 4、歌曲《网络情缘》演唱：浅月
- 5、歌曲《长江之歌》演唱：月中云朵
- 6、歌曲《长江谣》演唱：高夫老师
- 7、歌曲《感恩的心》演唱：紫蝶
- 8、歌曲《堆积情感》演唱：艺影
- 9、歌曲《雨蝶》演唱：浪漫樱花老师(场景班班长)
- 10、歌曲《南屏晚钟》演唱：竹风
- 11、歌曲《甜蜜蜜》演唱：竹影清清
- 12、歌曲《爱的路上我和你》演唱：灯火老师
- 13、歌曲《香巴拉并不遥远》演唱：雨眸
- 14、歌曲《风中的眼睛》演唱：冬雨
- 15、歌曲《今宵多珍重》演唱：雅婕老师
- 16、歌曲《军中姐妹》演唱：云梦
- 17、歌曲《万事如意》演唱：云儿
- 18、歌曲《难忘今宵》演唱：玉树临风老师

晚会时间控制在四个小时内。

相约闪客启航，就是相约一首不老的情歌，让我们在聆听情

歌中感受快乐!

《闪客启航》20\*\*年元旦晚会期待您的光临!

## 元旦营销活动标语篇三

狂欢双旦节

12月8日至1月1日

二楼拉斯维加斯俱乐部、三楼体乐酒吧

(注：由酒商提供活动所需费用赞助)

b□策划部设计圣诞卡，由娱乐部派发。部分较为重要或与本酒店有长期消费协议的客户，(每张圣诞卡附送免ktv房租券或者2元现金代用券壹张、具体客人名单由罗总统计上缴总办批阅后由业务部负责派发。附送新年台历，圣诞、新年活动的具体内容)增加与客人的沟通和交流，增进客人来江都消费的欲望。此券有效期为12月18至次年1月1日)(12月24、25、26、31、元月1日除外)。

c□12月24、25日平安夜收取门票(价格未定)元/人(圣诞礼品包一份)

d□圣诞福星评选活动：

时间：12月24日12：00；

地点：三楼体乐酒吧；

此次评选圣诞福星活动可促进客人购买啤酒的高潮，建议设置大奖，增加吸引力；

e□赠券：(23年12月18-24元月1日)(12月24、25、26、31、元月1日除外)。

凡客人在ktv消费满6元(含6元)以上赠指定啤酒半打+圣诞礼品包、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+圣诞礼品包、新年台历一份；

f□24-25日特邀圣诞嘉宾表演助兴，现场派发圣诞礼品；

g□欢乐圣诞游艺活动

时间：12月24日

地点：二楼美女吧

h□圣诞倒计时：

日当晚12：00前5分钟由司仪主持现场倒计时；

倒计时1秒所有的服务员带动客人进入高潮，同司仪一起大声倒数1秒，挑动现场气氛；

i□圣诞大抽奖(指定啤酒公司赞助奖品)

时间：12月25日晚12：00

地点：拉斯维加斯俱乐部大厅；

二楼咨客台处设抽奖箱一个，设凡客人购买指定啤酒一打即可获抽奖壹张(以次类推)；

奖品设置：(奖品未定)

k□元旦化妆舞会(最佳化妆、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, 客人可自由化妆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

l□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;

m□节目部分:

(1) 三楼大厅节目编排圣诞节目和舞蹈, 带动圣诞气氛;

(2) 圣诞当日二、三楼大厅背景音乐以圣诞音乐为主;

(3) 圣诞当日歌手以圣诞歌曲为主, 向客人抛洒圣诞礼品;

(4) 圣诞佳宾主要以圣诞祝福、搞笑为主。

(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)酒店正面外墙圣诞宣传喷绘两幅，两边外墙悬挂酒店活动条幅8条：

(5)电梯口摆放高1.8米高泡沫圣诞老人一个四周围满圣诞花；

(6)一楼到二楼的楼梯口用圣诞草制作一个圣诞拱门，楼梯扶手上围满圣诞草；

(8)门口小食档制作奶油圣诞饼屋风景图一组(西厨负责制作)；

(16)员工娱乐室2米高圣诞树一棵，挂满漫天星，树下堆满圣诞礼品包，办公室墙上悬挂圣诞老人图片。

## 元旦营销活动标语篇四

为答谢新老客户一直以来对我酒店的大力支持，利用元旦新年的有利商机来回馈我们的新老客户，以刺激其继续消费，以达到我酒店营业额的稳定性增长，最终达到更好的赢利目的。

为了迎接新年到来，答谢新老客户，欢度新年。

XXX

(一)西餐：

1、凡元旦当天在西餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张(自行制作)。

2、元旦当日一次性消费满300元的客户，均可获赠西餐/自助餐厅单人早餐券一张。

3、元旦当日一次性消费满600元的客户，可获赠优惠房券(凭此优惠券可获门市价6折优惠)一张。

## (二) 中餐:

- 1、凡元旦当天在中餐消费的客户均可获赠客房/餐厅/大堂吧/优惠卡一张。
- 2、元旦当天在中餐大厅消费的客户，一次性消费满500元可获赠西餐/自助餐早餐券一张。
- 3、包房一次性消费满1000元，获赠面值100元现金券(此现金券可在本酒店任营业区消费)一张。
- 4、元旦当日一次性消费满2000元，即赠送贵宾卡一张。
- 5、元旦当日在中餐一次性消费满3000元，赠送标准客房一间一晚。
- 6、元旦当日在中餐一次性消费满1500元，赠送vip卡一张。

## (三) 客房:

- 1、凡元旦当天在客房入住的客户均可获赠客房/餐厅/大堂吧/优惠卡一张。
- 2、元旦当晚个人入住客房，一律按门市价8折优惠，并赠送果篮一个及早餐券一张。
- 3、元旦当晚一次性开房满8间者，赠送半年期4个房晚、8张自助餐券和精美果篮一份。

## 1、广告宣传:

(2) 设计制作彩色宣传单xxx张（具体内容样板另附）。

(3) 设计制作西餐早餐券(西餐自带有早餐券)。

(4) 设计制作赠房券。

(5) 设计制作现金券。

2、口碑宣传：销售部及营业部，以销售部为主，各营业部为辅。

3、短信宣传：销售部及营业部各部门经理利用手机短信形式向客户发送此次活动信息，以达到宣传，吸引客户消费的作用。

1、酒店外围：

(1) 大门正对面绿色植物区，制作新年倒计时牌。

(2) 酒店大门及西餐侧门吊大红灯笼，以衬托节日气氛。

(3) 酒店大门正对面，制作“元旦快乐”装饰。

2、大堂：

(1) 酒店大堂摆放“x”展架

(2) 在原圣诞屋的基础上，增加新年有关饰品。

略

## 元旦营销活动标语篇五

充分利用元旦假期，整合资源，有计划、有策略的开展一次时间跨度较长的促销活动，更好的传达宝利汇商场的经营理念，提升企业品牌形象，拉动产品销售，实现品牌形象与产品销量的同步提升。



活动主题：百款名品一元秒杀

活动口号：天冷了，来汇吧！

充分利用圣诞节和元旦，两大契机，通过一元秒杀、现场微信抽奖，发动所有商户通过微信营销发放电子代金券等促销手法，直接让利于消费者，从而提高产品销量及扩展宝利汇的品牌影响及商铺招租情况。

20xx年xx月xx日—20xx年xx月xx日

20xx年1月1日-20xx年1月3日

汇购物广场

- 1、百款名品一元“秒杀”更劲爆！
- 2、活动当天，凭电子优惠券，到各商铺购商量即享受最低折扣！
- 3、活动当天，凭电子优惠券，商场即可送抽奖两次！

活动一

“汇百款名品·一元“秒杀”更劲爆”执行细则

活动概述：

一元秒杀，是随着网络繁荣而兴起的一个新的促销及消费方式，鉴于网络环境的原因，这种形式多被认为缺乏诚信度，一元秒杀多被网友诟病。把一元秒杀移植到实际商业销售中，增强活动公信力，传媒信息报及网络营销的资源传播活动、组织人员，会起到事半功倍的效果。

20xx年12月24日晚5点，开始暖场，6点正式开始1元秒杀(根据商户提供商品的情况，建议每件产品安排3-5分钟，当晚拍30件)

20xx年12月25日下午4点开始演出节目，6点开始1元秒杀，约8点开始抽奖