

最新烟草营销活动方案(实用5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

烟草营销活动方案篇一

随着社会老年化发展趋势的加快，在传统佳节“重阳节”和第xx个老人节到来之际，永安社区工会举办“九九重阳 浓浓敬老情”系列活动，利用社区内独特的资源优势，组织社区老年居民、社会各阶层的老年同志，开展以“登高健身、赏菊怡情，看城促发展、记美景传文化、文艺表演等”，表彰一批热心支持社区工作和社会公益事业的健康老人，为主要内容的活动。旨在激发社区居民敬老爱老，热爱家乡促发展的政治热情。

一、活动时间□20xx.10.x

二、活动地点：会珍休闲广场

三、活动内容：1. 徒步登上云台山 赏菊怡情看美景 相约古渡吟诗作画。2. 欢度重阳看文艺表演 摄影作画留记忆(以从老年人的视角把城市的变迁与发展，通过摄影、书画、作诗词等形式表达老年人对家乡十年来变化的感慨)。以上活动中，摄影、书画、诗词创作，主办方将邀请我市的专家学者进行评比并颁奖。3. 表彰10名热心支持社区工作，积极参与社会公益事业的健康老人。

四、参加人员：社区老年工会职工代表、社会各阶层的老年同志、市区内的老年摄影、书画、诗词爱好者。(参加登高活

动的年龄：50-70之间且身体健康者，70岁以上必须有家属或有组织上的陪同方可参加)

五、主办单位：永安社区居委会

六、具体活动：

1. 登高：5日上午7：30在天长山水库入口处集合，一路上参加的老人可用照相机、书画、诗词创作等形式表达古城的变迁，参与人员须在四天内(5日下午6：00前将摄影电子稿，书画、诗词创作稿送到社区办公室，由社区统一制作成展牌，邀请专家点评、评出一、二、三等奖)。

2. 表彰：下午3：20在社区会议室社区邀请的参与活动的各单位领导，向获十佳“社区文明健康老人”的老同志颁发荣誉证书。3. 文艺大联欢：下午3：30开始在会珍休闲广场看，由社区戏曲队、歌舞队、时装队表演节目。

七、参与单位：绥芬河市文明办、市老龄委，市总工会、市退管中心。

烟草营销活动方案篇二

1、苍梧和梧州市区距离太近，只是在行政上，人为地把它们划分成了两个区域，但从整个梧州的商圈形态来看，它们应在一个商圈里，所以梧州市区的家具卖场对苍梧消费者的购买行为，产生了很大的影响，再加上广货对梧州家具市场的冲击，苍梧全友面临比其他市场更为严峻的考验。梧州其他家具卖场争的焦点，更多的集中在价格战上，但低价吸引来的顾客往往“价值”极低，且很容易被竞争对手用同样的方式抢走，所以，本次一周年店庆活动应避免成为一次低价促销活动。

2、全友家私苍梧店此次一周年店庆活动，可作为一次向苍梧

消费者集中展示全友家私形象，提升品牌美誉度，从而进一步抢占市场份额，而进行的一次大规模的公共关系活动。

一) 庆贺全友家私开业一周年。

二) 以此活动为契机 整合家居资源 打造家居联盟 提高全友苍梧店的市场抗风险能力

三) 进一步向苍梧市场渗透全友文化 培养一批忠诚顾客。

四)、提升全友家私在苍梧市场的美誉度，不仅要留住苍梧的消费者 还要吸引梧州的消费者 扩大市场份额。

家具卖场经营追求人气的聚集，追求消费者对家具卖场产生亲近感。因此，本次活动应以“消费者”为中心，充分围绕“消费者”做文章，尽最大可能与消费者有效沟通、交流，让消费者通过各种途径积极参与到活动中来，以此来增加全友家私的亲合力，加深消费者对全友品牌的认知 最终提高卖场的销量。

以“买家具 中大奖”作为此次活动的主线，在活动期间辅之以xxx婚纱摄影走进全友家私xxx□xxx好家具配好家电xxx□xxx同结生日缘xxx等活动，联合众商家，进一步挖掘潜在客户 扩大市场影响力。

为使活动形成较大声势，活动应运用多种传播手段(□dm报 电视□pop等)，整合传播。

全友一周年，感恩大行动

一) 宣传造势

1、时间：二零零九年六月二十六日至二零零九年八月十六日

2、策略：借助各种宣传攻势，吸引消费者的注意力，同时与消费者展开沟通。

3、宣传方式□dm

报：活动广告

电视：活动广告。

店内pop

4、具体内容

1□ dm报

a□“买家具 中大奖”

c 婚纱摄影走进全友家私：通过婚纱摄影 带动卖场人气，且新婚夫妇多为目标客户

d 好家具配好家电：跨行业间的合作，会聚集更多的人气。

2) 电视广告

3) 店内pop

通过前期持续的宣传造势 以及店庆当天营造的热烈氛围，必将引起潜在客户对全友家私的高度关注，进而顺利地将关注此次活动的潜在客户 转化成为全友家私的忠诚顾客。

策略：店庆日当天的重头戏其实是抽奖，通过抽奖的公正性、真实性。来告诉消费者 全友家私不会欺骗消费者。是您值得信赖的企业。

活动内容：联盟商家于店庆日在门前举行适当规模的促销活动。

现场布置

a□在卖场辐射商圈内悬挂10条过街横幅。

b□活动现场：现场主题巨幅、升空气球、垂幅、宣传展板、墙体垂幅□pop等（文字略）。

烟草营销活动方案篇三

1、店外主题海报：；人生需要一段轻松而快乐的旅途

2、吊旗：正面“”，反面“开业大吉或新品上市”

3□x展架统一活动主题，与海报统一。

4、小立牌pop广告分别置于所属产品系列的陈列区域。

5、横幅：活动主题内容

6、宣传单内容同海报

7、大型充气拱门（写有活动主题）、升空气球、花篮等

8、其他：名片、礼品、绶带

1、城市主要干道悬挂横幅

2、宣传单发放（派人员分区发放、邮寄）

3、当地晨报、日报、晚报登载广告信息

4、城市内电子显示屏广告

1、促销方案确定（开业两周前完成）

主题阐述：营造与xxxx的品牌诉求保持一致的促销氛围。同时，可以用二重奖励的宣讲吸引人气并直接刺激消费者的购买欲。

活动方式：顾客在购物前先购买奖券，参加当场兑现的抽奖（或刮奖）活动。

第二重惊喜：无论中奖与否，奖券均能以等值金额在门店消费；

分发方案：对于每个进店者都能免费得到一张奖券

奖券解释：

等值金额限定产品种类

抽奖号码代码

奖券设计：正、副券刮刮卡形式，固定面额30元，每张奖券隐藏部分有对应的唯一的序列号（即为抽奖号码），以及顾客中奖金额。

中奖活动细则

注：具体的中奖尾数和礼品可由代理商自行制定，礼品数量不够可向公司申购

第二重惊喜：每张奖券都设有一个基本的固定值，30元。消费者可凭奖券均能以等值金额在门店消费，但消费产品只限于公司的正品。注：奖券票面值不能与之累计使用。

2、店面终端气氛营造(XXXX统一视觉形象、开业一天前完成)

周边街区

专卖店邻近街和市区主干道布标宣传;

专卖店邻近街口指示牌宣传;

专卖店外

门前设置升空气球;

楼体悬挂巨型彩色竖标;

门口用气球及花束装饰;

专卖店前设立大型主题海报(开业专用)一块,发布开业惊喜活动。

店内

店内设立迎宾和导购小姐。

专设开业促销活动区域及业务宣传台,摆设活动宣传品、礼品及纪念品,配备专人提供咨询、发放奖券和赠品。

店顶部及货架处用气球及花束装饰。

顶端悬挂pop挂旗。

店内主题海报(新品专用)宣传。

现场宣传单的发放。

软硬件设施

陈列、道具及灯光音响等，应符合XXXX品牌个性主题终端的要求，与形象宣传的风格调性保持一致。

专卖店导购员、收银员等，其仪容仪表、服务规范等应与XXXX品牌形象交相辉映。

3、活动前期准备

专卖店全体人员深入熟悉本次活动的主题、形式等；

活动期间，导购、促销人员、执行负责人等均应提早到岗，确认各项准备工作到位；

专设开业促销活动区域及业务宣传台，并有专人负责；

专人负责物资准备：横幅、海报、促销礼品、抽奖箱；

每天营业结束后收好主题海报及其他形象画面；

注意整理并及时把持有贵宾卡的消费者的资料输入电脑做备案资料。

4、促销过程的指导、监督

店长对本次促销礼品库存进行把控，及时向总部要求补充货源；

2、品牌部对本次开业促销效果进行整体评估，为下次促销提供有力数据；

3、品牌部对本次促销在执行过程中存在的问题进行讨论、总结。

烟草营销活动方案篇四

【摘要】通过介绍siemens公司开发的小型logo的结构、功能等，阐述了logo在某厂自备电厂的应用、控制方案，应用过程中取得的良好效果等。

【关键词】logo自备电厂；热工保护

一、前言

随着目前科学技术的发展、工业自动化控制程度突飞猛进的提高，plc、dcs等控制模式迅速占领了火电厂机、炉、电、化等大型设备的保护控制平台，传统的继电器控制方式由于其触点易老化、线路复杂、占用空间大、故障率高等多方面原因，已逐步被淘汰。然而在某些企业自备电厂，基于资金的考虑，部分机组已投入运行多年，彻底的升级或改造其全套控制方案会花费巨额资金，这并不是所有企业都愿意承担的，如何让这些老式机组既不消耗过量资金，又能升级为可靠稳定的运行方式成为许多企业当务之急的事情。

某厂自备电厂适时地采用了siemens公司logo（通用逻辑模块），在一定程度上成功地解决了上述难题，满足了老式机组热工保护系统升级改造的需求。

二、logo的结构、功能及重要技术参数

logo通常称为“小型plc控制器”，是siemens公司推出的通用逻辑模块。它采用内部编程软件替代继电器硬接线，是将继电器逻辑控制与计算机的灵活性、通用性相结合的工业自动控制设备，同时具备了体积小、可靠性高、价格合理的优势，通常被用于小型设备、装置、控制柜以及安装工程等。

logo及其扩展模块的结构：（如图一、图二所示）

3. logo□的配置及应用：

各种型号均集成在4个宽度单元的机壳内，可配置一个用于扩展的接口和提供编程使用的30个基本功能和特殊功能，并能连接as-i现场总线通信应用系统进行控制过程的分布式控制。

三、logo□在某厂自备电厂一台空压机组中的应用

某厂自备电厂一台空压机组原有的热工保护系统为传统的继电器控制模式，已使用 年，元件老化、控制方式落后，诸如在每次机组检修起机做静态保护试验时还需人工解掉主汽门关闭信号线才能完成试验，步骤冗杂，可靠性差。在经过可靠地论证和大量试验后，相关人员决定采用logo□实现热工保护控制方案升级。

应用logo□热工保护控制方案的准备工作：

（一）结合该机组热工保护原理图设计出logo□控制程序图，主要有1. 计算出信号检测元件（包括行程开关、闭锁开关、压力低跳机信号、温度高报警信号等）的输入i/o点数；同样计算出被控元件（包括电磁阀、报警等）的输出i/o点，以便于logo□合理配置使用i/o点。2. 通过原热工保护原理图，按照logo□内部算xxx能块原理，利用与、或、非门、时间常数功能算法及rs触发器等算法块，建立中间点及线圈，用梯形图的形式搭建起来该套方案的控制模型，形成符合设计要求的控制程序图纸。

烟草营销活动方案篇五

一. 环境分析 （一）宏观环境分析

1、重庆市人口经济环境

1、企业内部环境

科学化管理。 2、营销中介以及顾客

二、市场定位

(一)细分市场的标准：年龄、收入、服装类型

(二)细分市场方法—多元细分法 (三)目标市场选择模式

我公司为李氏集团选择了“选择性专业化”为目标市场选择模式，

购买欲望和购买力，自然而然的中青年成为服装消费主力军。通过之前调查分别从人口容量、消费者购买力、人均月收入分析、消费者需求进行分析：

分析得出目前中国消费者对服装需求重要集中在休闲装、运动装上，因为受当前社会因素影响，目前重庆市消费者也是对运动休闲装比较亲睐，所以鸿翔营销策划公司建议李氏集团进入以下服装市场：

(四)市场定位图

综上所述，李氏集团定位于男性青、中年高质量追求时髦型的市场、女性青、中年高质量追求时髦型市场、女性青、中年高质量平淡型市场走中高档次的服装路线，“以巴蜀文化，树世界运动休闲品牌”，这是李氏服装的愿景，同时也是李氏集团的光荣使命；同时李氏集团本着“经营以提升品牌价值为纲，管理以建设人力资源为本”的理念来管理经营集团和服务重庆的消费者。

三、4p组合策划 (一)产品策划 1、李氏服装整体概念

(1)核心产品：即产品的有用性。李氏服装它是顾客购买产品时所追求的利益，满足了消费者最基本最主要的需求。

李氏集团核心产品主要有：春秋装包括t恤、衬衣、背心、牛仔裤、短裤、运动裤、休闲裤、帽子、墨镜。秋冬装包括卫衣、风衣、毛衣、羽绒服、保暖裤、牛仔裤、秋裤、围巾、保暖手套。(2)形式产品：产品自身以外的形状特征。如：产品形态(形式、款式设计、品种、规格等)、产品品质(理化属性、自然寿命等)、产品包装和 品牌商标等。

尺码规格列如：

女装 (外衣、裙装、恤衫、上装、套装)

中国 (cm) 160-165 / 84-86 165-170 / 88-90 167-172 / 92-96 168-173 / 98-102 170-176 / 106-110 男装 (外衣、恤衫、套装)

(3)服装材质与品质：柔软型面料(丝绸、桑蚕丝、麻纱)、挺爽

(4)服装样式：混合型、样式型、体形型

(6)延伸产品：顾客购买时所能获得的全部附加服务和利益。如：产品知识介绍、技术培训、缝补、提供分期、免费送货、干洗维护、保证、售后服务等。除此以外李氏集团制作了一系列的服装延伸的计划如下：

这些产品线做稳定了再从而延伸其他产品线项目。

形象以及信誉，建议李氏集团使用“统一品牌策略”品牌单一便于企业形象的统一，有利于减少品牌推广的营销成本，易于被顾客接受。

但从另一个角度来看，单一品牌树立之后，容易在消费者当中形成固定的印象，造成顾客的心理定势，不利于产品的延伸。这个方面李氏集团在服装行业中站稳脚跟可以往“多品牌策略”发展。所以目前李氏集团使用“统一品牌策略”在适合不过了。 4、品牌名称： 致在(zeza)

在，彰显服装的内在品味，寓意有内涵 宣传：致在所以魅力 5、品牌标志：

标识寓意[]“zeza”是品牌名字+两个正

zeza

c c

反“c”分别代表男性头像与女性头像，“致在(zeza)男女的共爱”。

6、统一品牌策略

1、装扮： 当节日成为我们生活必要的时候，节日消费随之而滚动，那么这波滚动的销售当中如何引导客户加入其中的消费浪潮，就需要对自己所表达的产品意愿告诉消费者，比如送礼与喜庆的结合，节日折扣与赠品的结合，节日欢庆与特色的结合等等，这就需要对产品与之相关的各个方面进行包装，也就是我们熟悉的装扮，装扮分为技术装扮与服务装扮两种，技术装扮指的是产品、台面的装扮，服务装扮指的是环境、条件、人员等的装扮，所以装扮这个环节的意义非常重要，如何来运作，需要根据不同的节日与企业、商家而论。

2、促销产品： 产品的装扮需要固定的，而不是随心所欲，要根据产品针对的消费群体、消费目标、消费价值、消费周转期、消费习惯来确定的，产品的消费群体比较简单，

符合什么样的人的胃口，大众化就可以了。消费目标主要是产品做什么使用，其中促销的使用含义要明确说明。消费价值经过包装或者装扮后的价值不可太高，要与一般的销售产品持平，也是其中所表达的一种促销意思。消费周转期一般来看，节日消费周期不会太高，除非是固定使用的产品，但这个不需要装扮，因此，节日消费的产品周期短，装扮尽量简洁明快。消费习惯就比较容易理解，南北差距地域差距将是主要的，因此，考量不同区域的促销方式在产品的包装上需要表现出来，这个就是细节之处。

4、促销环境：促销环境有人为制造环境与整体环境互相作用的交织，才能够显示出环境的效应，我们知道好环境能够创造效益，能够对促销的心情分数有着很大的帮助，所以在布置或选择促销环境的时候，对于人文环境的首选，越来越重视，那么如何精选人文环境给予的促销，需要对节日文化有比较大的了解，针对什么样的节日进行什么样的人文关怀，并促销将是有机结合的最佳办法，也是所要展示的很好文化平台。人文环境表现主要体现在不同文化的销售背景上，产品与文化的结合将是需要第一考虑的，做到人文与产品销售捆绑进行，这样可以大大缩小与消费者购买时的亲近接触，达到完美效果。

5、促销人员：对于促销人员的装扮这里着重需要提示的不是知识类型的准备，而是亲和力的准备，我们知道促销是瞬间的购买行为，比较感性，所以对于有好的亲和力将是现代促销技能的首要保证。对于如何装扮促销人员，需要对促销人员有明确的要求，一是要规范使用标准亲和力相关礼仪与必要的辅助目标；二是构建系统的产品促销规程，注重对区域文化的建设性提炼；三是促进产品与消费者、产品与环境、产品与服务等多种态度有机利用；四是为自己找寻最佳的服务标准，度身定做是合理的促销要求。

6、定性：促销定性十分重要，有些时候我们对促销的含义并不十分清楚，也就是无所谓促销的分量很大，也就导

致促销看人气而定，节日促销的重要意义在于销售是一个高潮，许多企业肯定不会放过，但真正到了促销现场，我们就很难发现我们原来制定的促销规定能够有效执行的，往往是根据现场的情况来做的，虽然这样做是没有不可以的，但对于一个为节日促销而故意设定的销售局面将是徒劳的，有下面几种情况发生变化，而最终的促销流于传统，没有了特色，也就是促销回归到一般意义上。

所谓“行百里路，半九十”，关键就是赢在执行。一个好的促销文案，如果不能执行到位，没有相应的环节，也就只能是白纸一张，废话连篇。

为使公司的品牌知名度得以再度提升扩大产品销售，使公司规模再上一个台阶，在广告安排上使公司有计划、有步骤、持续性、系统性地投入广告。在广告策略以中央一套广告为核心，以点带面，充分发挥广告整体效应。以下对公司__年9月-----__年广告做初步规划：本计划分为两部分，一. 公司整体宣传计划；二. 公司整体宣传媒体安排。

一.

计划

1. 初期

9-10月份，此时中央一套广告尚未开播，顾客对我公司广告支持力度感受不大，必须增大广告投放密度，使潜在客户感受到公司实力，“__”在温州各品牌中脱颖而出的感觉，促成他们经销公司产品。增强一般顾客对__认识。

2. 中期

11-12月份，此时以渐如销售季节，经过初期广告宣传公众度__西服以有一定印象，而且正值中央一套广告开播，此

时需其他媒体配合宣传，同时督促各地经销商加强广告配合宣传(详见附件)，加强印象，刺激顾客购买。

3. 后期

12-__年2月，推出性跨世纪新款，制造新闻——举行“__-狂风之夜暨世纪新款发布会”，并同时发行__金卡，冲击消费者，促进消费者长期购买__西服。

4. 后续期

__年后继续制造新闻热点-在全国范围内征招模特，并成立温州市第一支企业模特队。

二. 公司整体宣传媒体安排及预算：

1. 初期：9-10月份

此栏目权威性较大，覆盖面广，费用相对较低，并可吸引一部分衬衫经销商加盟

c□10月初，温州、乐清、白象条幅共计70条约为__0元左右

d□建议在白象磐石路口建一指示路牌。约5万 小计213000元

a□温州晚报报眉全年每周一次共计54次计200元×54次=10800元

广电报报花全年每周一次共计54次计480元×54次=25920元

b□火车站出口或入口广告牌?元×2个×半年=约5万

小计86720元

3. 后期__年1月——2月

举行“__-狂风之夜暨世纪新款发布会”

(1) 活动目标

通过这次活动大力弘扬服装文化，提高“__”在同行业中的威性，进一步打响知名度使__成为名牌产品迈进。加深广大顾客对__的了解，在稳定顾客的基础上扩大影响，增加顾客回头率。使企业再上一个台阶。

(2) 活动筹备

a□活动广告宣传，（电视、报纸）

b□落实场地、主持人、特邀明星

c□联系新闻单位、摄影、摄像人员

d□邀请嘉宾，邀请政府领导人、广发邀请函，联系车辆

e□布置场地准备活动

(3) 活动安排

a□花车舞龙队游行（白天）

b□舞龙舞狮队表演，政府领导人讲话

c□时装表演

d□服装知识竞猜

e□文艺表演

f□21世纪服装流行趋势及__西服21世纪新款发布

g□__西服21世纪新款服装表演

h□__金卡现场发布，凡是现场现场购买__西服的顾客将获得__金卡一张，凭金卡购买__西服一套可便宜500元。累计购买5套可获赠一套。

i□拍卖一件特制“__”金丝西服并由公证员宣读公证书，由公司经理颁发证书。

g□明星文艺表演。

4、后续期__年3月后

(1)举行企业服装模特选拔赛——成立温州市第一支企业模特队

活动安排草案：

a□在全国性报纸上打广告——举行__杯模特赛(在全国范围内选拔模特、培养新秀，优秀者将被公司高薪聘用组成第一支企业模特队)。

b□邀请新闻界人士，政府人员、客户及各界人士

c□举行模特选拔赛(如有可能请电台直播)

(2)5月份霉雨季节发布广告：__西服提醒您霉雨季节将到请您注意西服的防潮。

(3)发起寻找公司成立以来的前100位顾客。

一、市场现状与分析

1. 市场背景

(1) 全国各地休闲服市场竞争激烈 休闲服企业不断增多，商家不断涌现，瓜分着消费者的钱袋，挤占着休闲服的市场。

(2) 产品结构类同，但老品牌占上风 眼下虽然几家休闲服的产品结构虽然类同，但是依旧是老品牌占上风。原因是它们的市场积累丰厚。

(3) 品牌形象综合

从广告宣传、营销水平、品牌号召力到消费者选择偏好，林中鸟整体上和他们比还是 有一段距离。

由于各家品牌的服饰结构，甚至品牌形象都很类同，所以在五月份必然会有一场激烈的 价格战。

温州消费者对休闲服饰的认识有较快的提高，他们不仅仅是看产品，同时还追求价格比 例。

2. 竞争者状况（温州地区）

第一集团军：邦威、高邦，他们是领先品牌；

第二集团军：森马、拜丽德他们是强势品牌；

第三集团军林中鸟、意丹奴。

特点：品牌知名度高，企业实力强大，广告投入大。实施本地化战略，降低成本，强化 竞争力。

3. 消费者状况

消费者对休闲服饰已经认同，经常购买者占，偶尔购买者占，只有的人从来不购买。但年龄结构明显偏小。

消费行为特征：重价格，但对品牌附加值概念模糊。但也已有一部分消费者认识到这一点。

4. 林中鸟的市场表现

知名度、美誉度不十分高。有一定的市场占有率，尤其是南方市场。而且今年产品开发还有一定的竞争力。虽然有前一段时间特价的不俗表现，但综合实力表现不突出。

结论：市场潜力极大，教育转变引导消费者任务极重。

消费者已经被培养起消费休闲服饰的习惯，这个消费习惯是几家牌子共同完成的。从长远来说，目前消费者有相当大的部分会有换口味的倾向，市场潜力极大，但培养教育消费者是较长期渐进的过程，林中鸟任重道远。

纵上所述，怎么让消费者理解林中鸟真正的名牌，尤其显的重要。必须利用新店开业的契机和一系列品牌推广活动，表达林中鸟品牌内涵，从而达到轰动效应。

林中鸟题很多，但可变因素多，只要方向对头，工作到位，就会有良好效果。其中两点很重要：一是产品特点、产品质量很好，只是原来没有把它很好地传播出去。二是林中鸟影响面不大，但让人有亲切感。可谓风险与利益同在，机遇与挑战并存。

二、活动目的

- 1、充分展示林中鸟独特的个性魅力。
- 2、提高林中鸟的美誉度。

3、以温州市区林中鸟专卖店为源头效应，带动周边地区的专卖店的销售。

4、促进林中鸟在市场的发展。

5、提高营业额

6、增加社会效益

7、增强公司全体员工的凝聚力

三、活动主题：火红五月别样天

四、活动口号

活动口号：你火了吗？

意为：

(1) 消费者应该抛弃过去陈旧的消费理念，重新选择消费目标；

(2) 消费者应该选择新的品牌消费，该换换口味了；

(3) 酷暑即将来临应该添置几件清凉的服饰了；

(4) 让充分展现消费者个性化消费。

(5) 体现林中鸟夏季服饰已经全新上市；

(6) 体现林中鸟在不断的完善自己。

五、活动地点：所有林中鸟专卖店

六、活动时间：5月1日至5月15日

七、活动内容

- (1) 针对文化衫进行捆绑销售，设计活动包装。
- (2) 所有重点活动区域都进行立体包装
- (3) 利用20元的特价服饰和眼下主款服饰进行有机搭配销售。

注：具体销售手法，由商务部和计划部提供。

八、广告策略

由于本次活动属于常规策略活动，它是林中鸟下半年活动的序幕，所以这次的活动的重点不在于活动内容，而是媒体的运作。所以本次媒体投放的质量尤其重要。另外在新货上市之际，还要尽量推产品的功能性和实用性。

(1) 广告创意原则：以理性诉求为主，以感性诉求为辅。

(2) 媒体选择 本次活动主要宣传应用在终端布置，媒体届时不需要宣传。

(3) 软广告

a) 在温州电视台及有线台以新闻形式发布消息和软广告

b) 在温州本地几家主要报纸上发布新闻

(4) 软广告主题 全面启动“凉一夏”促销活动

(5) 广告语

a) 你火了吗？

b) 你应该火了

c) 全世界无产阶级联合起来

d) 林中鸟时尚服务区

(6) 广告诉求目标：追求时尚的消费者；收入较底的消费者；已经厌烦大路货的消费者。

(7) 广告表现策略：要新、准、巧。

(8) 店堂终端布置 整个色调采用红色或粉红色来渲染，创造一种强烈的政治气息，借此来表现五月节日的氛围，除了常规的布置以外，本次活动还要注重细节上的点缀，如营业员脸上需要划一个镰刀和斧头的标志，营业员在见顾客的时候，都要问“你火了吗？”店堂音乐可以播放如《国际歌》之类的体裁音乐。

九、费用预算 暂略

十、综合评述

一、店面销售商品定位：

韩国时尚女装，主要以针织上装为主。

二、店面装修风格：

高贵典雅的装修风格，店面色彩以咖啡色为主，米色为辅，装修材料主要以纤维为主，体现购买者(女人)的唯美感和曲线感，吸引顾客进店。

三、店内人员的配备：

2到3名导购员，要求有较强的服饰搭配能力，了解服装的面料及制作，对工作认真负责。性格开朗大方，有亲和力，语言表带能力强，能给顾客提供很好的着衣建议。

四、促销方案内容设计：

促销，是服饰业经营中的一大利器，不但可以促进销售额的上升，还有助于提高店内形象，与顾客建立长期合作关系。结合调研结果，我们发现，地一大道开业时间不久，客流量不高，到富二来购物的顾客更不是很多，我们决定把促销目标人群定为我们的同学和老师，学校人员集中，年龄符合地一大道的购物群体，而且地一大道的商品也符合学生和老师的购买需要和购买能力。我们采取了以下促销活动。