

2023年潜爆商品投放方案 荆门消费券投放方案优选(模板5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

潜爆商品投放方案篇一

为进一步贯彻落实省、市工商局和消委会的工作要求，紧扣20xx年消费维权年主题，宣传贯彻《消费者权益保护法》等法律法规，大力倡导诚信经营，切实营造放心舒心的消费环境，倡导品质消费理念，营造品质消费氛围，举办好东兴区20xx年纪念“3·15国际消费者权益日”宣传活动，特制订本方案。

一、活动目的

紧紧围绕“品质消费美好生活”年主题，树立“消费者优先”理念，倾听消费者声音，重视消费者诉求，大力倡导诚信经营，切实营造放心舒心的消费环境，倡导品质消费理念，营造品质消费氛围。

二、活动主题

“品质消费美好生活”

三、活动时间

20xx年3月14日-15日

四、活动地点

东兴城区、学校、市场、乡镇、商场、社区。

五、活动组织

由东兴区工商局、东兴区消委会主办。为加强对活动的领导，成立东兴区20xx年纪念“3·15国际消费者权益日”宣传活动领导小组，领导小组下设办公室，办公室设在东兴区保护消费者权益委员会办公室(领导小组人员名单见附件1)。各工商所、消委会分会要制定相应的活动方案，明确任务和分工，加强协调配合，确保活动抓好落实。

六、活动内容

(二)组织相关单位和企业在学校、乡镇、市场、车站、社区开展消费维权知识“五进”活动。

(三)组织相关成员单位开展有关法律法规和消费维权知识宣传活动，现场受理消费者咨询投诉，及时化解消费纠纷，维护社会稳定。

(四)指导相关单位开展“3·15”纪念活动。

七、活动安排

3月14日-15日，组织相关单位和企业在学校、市场、乡镇、街道、社区开展消费维权知识“五进”活动。

八、活动要求

纪念“3·15国际消费者权益日”活动涉及面广，与人民群众生产生活息息相关，是全区消费者的一件大事，为切实做好20xx年“3·15”系列宣传活动，提出几点要求：

(一)增强全局观念，统一按照时间安排，积极协调有关单位和企业开展好宣传活动；

(四)积极受理消费者咨询投诉，及时化解消费纠纷，维护社会和谐稳定；

(五)全面收集，认真总结“3·15”活动情况。各工商所、消委会分会于3月15日16前将开展“3·15”系列宣传活动情况和相关图片上报区消委会。

潜爆商品投放方案篇二

贯彻党的十六届五中、六中全会精神，紧扣大发展、大建设、大环境，以“消费和谐”年主题为主线，从服务于经济发展和维护社会稳定的大局出发，充分发挥消费者在规范和整顿市场经济秩序中的巨大作用，促进社会主义市场经济健康、快速、协调发展。

二、活动名称

xx市20xx年“ ”国际消费者权益日宣传咨询服务活动。

三、活动主题

“消费和谐”

四、活动时间

全市开展活动的时间为3月上旬至中旬。

五、活动内容

1、现场宣传咨询服务活动及名优产品展示。由市消协主办，在乾成女子世界广场举办大型宣传咨询服务及名优产品展示

活动。邀请市人大、市政府、市政协的领导参加现场活动，巡视指导。市政府有关职能部门和市区100余家生产和销售企业参加活动。

活动设主、分会场。内容有：政府职能部门根据自己的职能宣传法律法规，受理消费者投诉，商品检测，假冒伪劣商品鉴别等。生产销售企业接受消费者监督，发布服务承诺，展示商品等，向消费者赠送纪念品、宣传品等。市消协统一印发宣传品。

会场设置：拱门、气球、展牌等。

活动时间为3月15日上午9点至12点。

协办企业□xxx□协助消协做好具体工作。

潜爆商品投放方案篇三

只有充分调查房地产，才能发现自己的弱点和优势，审视产品，定位自己面对市场的正确位置。这样才能对症下药，在合理的基础上充分发挥产品的优势，进行有效的规划。

- (1) 物业的定位；
- (2) 建设、配套、价格的优劣分析；
- (3) 目标市场分析；
- (4) 目标客户特征和购买行为分析；

2、市场的调研

可能有人会说房地产项目靠的是经验，但需要注意的是，市场调研的目的是结合不断变化细分的市场信息，从感性经验

提升到理性层面，科学有效地预测策划推广过程中会出现的一切问题。

在市场经济的竞争下，闭门造车或者相信经验终究是不可能的。

- (1) 区域房地产市场总体趋势分析；
- (2) 主要竞争对手的界定及swot分析；
- (3) 与目前正处于强势销售期的房地产进行对比分析；
- (4) 未来竞争分析与评价。

3、企划的定位

定位是所有广告活动的主题，就像圆心一样。通过对项目的调研，制定房地产的定位，细化usp（独特销售主张），提出推广口号，让房地产显示出其独特的卖点。

寻找最能代表目标客户对家庭和生活方式的理解的创意元素，以此作为广告的基调，以艺术的方式放大，让广告更具形象力和销售力。

4、推广的策略及创意的构思

根据项目情况，建立几个相应的创意思路，然后选择最合适的思路，围绕思路安排推广策略，配合时间节点。

5、传播与媒介策略的分析

有人说一半的广告费用浪费在媒体上。的确，只有充分发挥媒体的效率，有限的广告资金才能获得最大的经济效益。广告公司为客户选择、筛选、组合媒体，为客户实现利润最大

化。

整合传播是针对既定受众，采用全方位立体传播，在最短的时间内为房地产建立清晰的形象，建立形象一致的品牌。

- (1) 不同媒体的效果和报道对象；
- (2) 不同种类、不同时间、不同长度的报纸广告分析；
- (3) 不同种类、不同时间、不同长度的杂志广告分析；
- (4) 不同电视台、不同时段、不同栏目的电视广告分析；
- (5) 不同电台、不同时段、不同栏目的广播广告分析；
- (6) 不同地区、不同方式的报纸剪辑dm分析；
- (7) 户外或其他媒体分析；
- (8) 不同媒体组合的分析。

6、阶段性推广总体策略

房地产广告中，有些决策者想去哪里就去哪里，既没有时间安排，也没有周期概念。面对激烈的市场竞争，他们总是处于被动状态，只能感叹广告无效。

标准化营销是房地产推广的系统工程。根据市场反映和建设进度，为竞争对手形成有效、经济的阶段性战略尤为重要。

7、阶段性广告和媒介宣传

房地产舞台广告创作应挖掘记忆点，找出兴趣点，把握支撑点，以舞台目标为导向，全方位开展强有力的广告宣传，合理利用各具优势、纵横交错、综合传播的户外媒体、印刷媒

体和公共传播媒体。

- (1) 广告的重点；
- (2) 广告的主题和表现形式；
- (3) 各种媒体广告的创意和制作；
- (4) 媒体的发布形式和频率；
- (5) 整合传播策略；
- (6) 媒体发布机构。

8、阶段性促销活动的策略

促销最大的目的是在一定时期内通过各种方式和工具刺激和加强市场需求，从而达到促销的目的。

- (1) 推广的主题；
- (2) 监督促销活动的策划和实施

善于利用各种社会事件打造房地产的新闻噱头，利用新闻媒体进行报道和炒作，使房地产得以宣传，树立独特的形象。

9、阶段性公共关系的策略

广告效果监测是对广告行为产生的经济、社会和心理效益的检验。市场反馈信息也纠正了下一轮的广告行为，以适应不断变化的市场。“去黑”往往是死路一条。

10、定期广告效果跟踪和信息反馈

所谓“知己知彼，百战不殆”。在营销推广中，需要及时监

控竞争对手的一举一动，不仅可以掌握竞争对手的动向并防止其发生，还可以及时响应和应对竞争对手的营销变量。

11、定期跟踪竞争对手的广告投放

每一次仔细的广告预算计算都不应该仅仅停留在广告项目的减少和项目成本的降价上，而应该贯穿于营销决策的每一步，广告周期的精心安排，广告主题的实际把握和广告媒体的有效选择。因为一个决策失误，往往会抵消几十次讨价还价的全部收益。

潜爆商品投放方案篇四

一年一度的“”消费者权益保护日即将来临，今年国际消费者权益日的活动主题是“消费与安全”。大学生作为一个愈加重要的消费群体，对于自身权益的认识和维护上却在一定程度上处于盲目和劣势的状态，近年来关于大学生的侵权事件更是屡见不鲜。

二、活动目的

为迎接20xx年3月15国际消费者权益日，宣传中国消费者协会确定的20xx年“消费与安全”主题，进一步增强同学们的法制观念与维权意识，保护我校师生的合法权益，推动我校党政建设、团学工作和精神文明的协调发展，南昌大学经济与管理学院学生会、理学院外语学院学生会、学生会和生食学院学生会决定在全校开展20xx年3月15国际消费者权益日宣传活动。

三、活动时间

20xx年3月15

四、活动地点

休闲广场、一食堂门口、各个食堂

五、活动承办方

经济与管理学院学生会权益部、理学院权益部、外国语学院权益部、生食学院权益部

六、前期准备：

(1) 召开活动专题会议，商讨活动具体细节；；

(2) 联系各班班长和生活委员并由他们向班内征集与本次活动有关的手制画报；

潜爆商品投放方案篇五

为宣传贯彻《食品安全法》，进一步普及食品安全知识，增进全社会对食品安全的参与意识，动员全社会关心、支持和参与食品安全工作。根据遂川县《关于印发《遂川县xx年食品安全宣传周活动实施方案》的通知》（遂食安委字〔xx〕4号文件要求，结合我乡实际，特制定本方案。

以党的十八大精神为指引，围绕宣传周主题，扎实有效开展食品安全宣传周活动，进一步营造浓厚的食品安全氛围，促进全乡食品安全宣传教育工作全面、深入开展。

二、活动主题

集中宣传活动时间是6月17日至27日

(一) 成立食品安全宣传周活动领导小组。以乡长为组长，乡综治办、乡司法所、草林工商分局为成员。

(二) 确定宣传口号，悬挂宣传标语。各村、社区至少悬挂

一条横幅，组织各食品经营单位在店堂门口悬挂宣传横幅，营造宣传食品安全的浓厚氛围。

（三）开设宣传栏。各单位要充分利用信息公开栏，开辟《食品安全法》宣传栏，向广大群众发布相关信息。

（四）开展“五进”活动。我乡通过采取设立咨询台、发放宣传资料、举办讲座、开展座谈、现场知识竞赛等形式，组织开展“食品安全进社区、进学校、进农村、进企业、进人员密集场所”活动，宣传食品安全法律法规及相关知识。

（五）通过开展培训班进行宣传。草林工商分局负责牵头我乡范围内食品生产企业，餐饮机构、超市负责人集中开展培训，增强经营者的法律意识和道德意识。

（一）加强组织领导。各村、社区、镇直相关单位要高度重视，充分认识开展食品安全宣传周活动的意义，精心组织，严格把关，切忌走形式、走过场，并结合实际，制定具体的事实方案，确保宣传活动落到实处，宣传效果取得明显效果。

（二）加强宣传，广泛发动。各牵头部门要结合我乡实际，与相关单位和各村保持联络，加强信息沟通，形成政府部门组织领导，企业响应，群众参与，社会反响良好的食品安全宣传氛围。

（三）认真总结，及时上报。各村、各单位要对宣传周活动期间取得的经验与做法进行认真总结，把一些行之有效的宣传形式和方法制度化、经常化。

（四）严守八项规定。各村、各有关单位要严格遵守中央关于改进工作作风、密切联系群众的八项规定，厉行勤俭节约、轻车简从，严禁铺张浪费、大讲排场。