

最新装修酒店活动策划方案 装修活动策划方案(优质6篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。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。

装修酒店活动策划方案篇一

2016年6月26日

【活动地点】

新街口地铁站转盘

【活动组织】

主办：东方卫报

协办：爱华装饰、我乐装饰、松泉装饰、亚光亚、东易日盛、君炫，

【策划思路】

随着8月8日、8月16(七夕节)、9月1日以及10月1日这些婚庆节日的到来，婚房装修已逐步成为家装市场一大热点，而相对其他房源婚房装修有其独特之处，业主在追求简单、大方、环保价格的同时也更加注重品位、浪漫与温馨。目前南京家装市场专门针对婚房装修几乎还是一片空白，着眼于此，特举办南京首届婚房设计大赛，旨在吸引追求婚房装修品质的

业主前来咨询洽谈。同时，在行业内造成影响力，在消费者心目中形成婚房装修专家这一企业专属形象。

新街口站位于一号线和二号线交叉口，人流量之大毋庸置疑，而东方卫报倡导年轻、时尚的. 这一办报理念，恰好与年轻人追求唯美浪漫的婚房装修不谋而合，针对此次活动，我们通过东方卫报大篇幅新闻+硬广的形式报道，相信一定能将婚房装修推向高潮。

【活动内容】

精彩纷呈、浪漫温馨只等你和你的她！

- 1、现场与婚房设计师讨论户型方案，如何花最少的钱装出最温馨、最浪漫的爱心小屋。
- 2、凡提前预约并前来签到的业主可免费办理《东方卫报》婚房装修一卡通，在享受婚房装修所有基础上再打95折。
- 3、凡在活动现场交定金满500元抵2000元，交1000元抵3000元，设计费打五折。
- 4、婚房专家现场大pk☐多套优质设计方案任你挑。
- 5、特邀东方卫报《居家》记者作为活动全程监理，为您婚房装修保驾护航。
- 6、凡凭结婚证房产证前来参加活动的年轻时尚小夫妻即可参加东方卫报《居家》版组织的幸运“爱心钻戒”大抽奖活动。
- 7、凡签单在10万元以上业主，均可获赠由###婚庆公司提供的价值万元全套婚纱照或价值万元的婚房配饰。

【活动流程】

- 1、活动前一周《东方卫报》居家启动新闻宣传，为本次活动做预热，活动当周加大宣传力度，分别以硬广、新闻等形式进行宣传，并以《东方卫报》家装俱乐部的名义征集婚房装修业主报名。
- 2、周三启动电话邀约程序，由工作人员对千名优质俱乐部会员进行电话邀约，告知活动优惠力度，吸引他们参加。
- 3、周五当天对所有业主进行汇总，电话回访，确定最后参加人数。并通过快报短信平台，向会员发送活动短信。
- 4、活动当日，快报配合工作人员提前将所欲物料安排到位。
- 5、活动当日现场工作人员统一配绶带，到场业主统一签到，拿优惠得礼品。

【宣传计划】

- 1、通过在《东方卫报》居家专刊上发布由记者采写图文并茂的新闻，配合硬广，引起潜在客户对品牌的关注，促使各位业主参加活动，下达订单。
- 2、通过电话回访东方卫报家装俱乐部会员邀请其参加活动。
- 3、通过短信平台向目标业主发送活动通知短信。
- 4、整合网络、小区等媒体推广形式，面向目标人群对活动进行全方位宣传推广。

【注意事项】

- 1、所有设计师、业务员进行严格培训，提高谈单成功率；
- 2、所有工作人员要持证上岗，媒体人员及专家要统一接受业主咨询，解答业主疑问，后保障工作到位，营造放心签单氛

围。

3、各商家遵守组委会统一安排，工作人员不得擅自离岗在地铁站内随意走动、抽烟、聊天、大声喧哗等。

文档为doc格式

装修酒店活动策划方案篇二

样板房活动的大致内容是，征集业主将自己在公司装的房子，作为样板房，在一定时间内对该公司的客户公开展示、参观，相当于是一个工程的样板广告。

1. 装修公司一般做样板活动的时候，都会有不同程度的优惠。
2. 除了价格优惠，还经常会有礼品赠送，说白了就是给业主一些“广告费”，同时增加业主的好感度。

关于样板房的设计，既然是作为“广告”，装修公司的目的便是，让看到样板房的人一见倾心，感觉喜欢。所以在设计上一般会选择公司的首席设计师来做，有特色，有亮点，美观又实用的，因为广告的目的不只是好看，要有亮点才能让人印象深刻，这样的样板房才能正真意义上的帮助后期的业务开展。

1. 现场监管更严格，施工现场的保护和整洁度是参观时第一被看到的，所以装修公司对于样板房的装修现场，整洁度和成品保护非常看重。
2. 工艺更细致，由于是作为公司的样板间，平时其他业主的参观活动在样板间里进行，因此各方面投入的重视程度要高一些，也会尽力派出更加优秀的施工人员，为业主提供完善的服务。

3. 材料性价比高，装修材料大家都知道，水深得很，样板房所用材料都是装修公司精挑细选出来的，一定是性价比高的。为了保证吸引力，装修材料和装饰物件多选用名牌产品，质量上也会更可靠。

4. 监理专业，装修公司会派出专业的施工监理进行工程的管理和跟进，不管是质量还是施工，样板间都会享受优先权。

很多纠结要不要参加样板房活动的业主其实都很纠结，自己的房子，拿给别人参观，心里总是有点怪怪的，感觉隐私被窥视了。其实呢，装修公司的样板房合约是有参观期限的，大多的参观期限定在完工后几个月内，这段时间，业主们其实是不会搬家入住的，因为大家都知道啊，新房总要敞几个月，这些时间就刚好成为了参观时间，所以大家不用担心。

样板房活动对装修公司来说，不完全是营销活动，而是有一定成本的宣传类活动，所以样板房活动区域内是有名额限制的，不是随时都有！

那些不设限，大量收取客户订单的活动，可不是一品介绍这种，大家一定要用火眼晶晶识别清楚哦！

装修酒店活动策划方案篇三

活动目的：

今年是公司一周年庆典活动，我们公司以传播家居装饰新文化为主题，服务广大车城消费者为宗旨，推广***装饰家居文化设计新理念、推动十堰家装业的整体水平、树立**装饰在十堰家装业界的品牌形象。提升**装饰企业员工的自豪感，以事促人，以人带事，从而进一步将整体团队精神再次升华；对外，将有效地创立**装饰公司良好的公众服务形象以及展示过去一年来取得的良好业绩，并在大众的关注下充分展示**装饰公司先进的企业理念、良好的企业文化氛围、一流

的施工质量等等。最终取得良好的社会效益与经济效益。

活动时间：

暂定xx年**月*日—***日(具体待定)

活动地点：

暂定金源通大厦，

主办单位：

**装饰公司

参加单位：

(待定)

房地产商拟邀请：、香格里拉

活动全程策划：天下策划工作组

1. 天下策划工作组的具体工作

(1). 策划大纲文案

(2). 平面广告文案产品与企业广告语各类宣传品文案电视广告文案报纸杂志广告文案

(3). 公共关系文案

(4). 平面设计，宣传品设计及印刷，广告设计

实施细则：

(一)新闻联络会筹备

举行此次活动的新闻媒介联络会议，通报此次活动的主题与内容，发送统一的新闻发布稿给所有参会媒介单位。

地点暂定文贸一酒店内(联络工作由阔达装饰公关部门协调并及时通报活动筹备小组)

装修酒店活动策划方案篇四

样板房活动的大致内容是，征集业主将自己在公司装的房子，作为样板房，在一定时间内对该公司的客户公开展示、参观，相当于是一个工程的样板广告。

一、样板房的价格更优惠

1. 装修公司一般做样板活动的时候，都会有不同程度的优惠。
2. 除了价格优惠，还经常会有礼品赠送，说白了就是给业主一些“广告费”，同时增加业主的好感度。

二、样板房的设计精良

关于样板房的设计，既然是作为“广告”，装修公司的目的便是，让看到样板房的人一见倾心，感觉喜欢。所以在设计上一般会选择公司的首席设计师来做，有特色，有亮点，美观又实用的，因为广告的目的不只是好看，要有亮点才能让人印象深刻，这样的样板房才能真正意义上的帮助后期的业务开展。

三、样板房的施工质量好

1. 现场监管更严格，施工现场的保护和整洁度是参观时第一被看到的，所以装修公司对于样板房的装修现场，整洁度和

成品保护非常看重。

2. 工艺更细致，由于是作为公司的样板间，平时其他业主的参观活动在样板间里进行，因此各方面投入的重视程度要高一些，也会尽力派出更加优秀的施工人员，为业主提供完善的服务。

3. 材料性价比高，装修材料大家都知道，水深得很，样板房所用材料都是装修公司精挑细选出来的，一定是性价比高的。为了保证吸引力，装修材料和装饰物件多选用名牌产品，质量上也会更可靠。

4. 监理专业，装修公司会派出专业的施工监理进行工程的管理和跟进，不管是质量还是施工，样板间都会享受优先权。

四、样板房的参观期限

很多纠结要不要参加样板房活动的业主其实都很纠结，自己的房子，拿给别人参观，心里总是有点怪怪的，感觉隐私被窥视了。其实呢，装修公司的样板房合约是有参观期限的，大多的参观期限定在完工后几个月内，这段时间，业主们其实是不会搬家入住的，因为大家都知道啊，新房总要敞几个月，这些时间就刚好成为了参观时间，所以大家不用担心。

五、最后要注意的是

样板房活动对装修公司来说，不完全是营销活动，而是有一定成本的宣传类活动，所以样板房活动区域内是有名额限制的，不是随时都有！

那些不设限，大量收取客户订单的活动，可不是一品介绍这种，大家一定要用火眼晶晶识别清楚哦！

装修酒店活动策划方案篇五

1、1市场部要配合展会的策划，协助企划助理到展会现场实地勘测，能重复利用的宣传用品就不再做新的，搬运过程中尽量减少宣传物品的非正常损坏。

1、2展会前电话告知客户展会时间、地点及我们展区的位置，并告知展会期间有推出优惠活动，邀请其来了解、比较一下。

1、3通过各种方法提前收集参展的同业卖点，以便我们及时调整。

1、4详细掌握展会的策划案(理由+卖点分析+过时不候)，以及....

2、1市场部要对该小区详细调研、并针对重点小区拟出开发方案，总经理必须重视，活动时间一般为发钥匙前一周，小区前三户应重点跟踪。

2、2协助企划助理写好活动策划案，并将活动流程复印数份夹在宣传单内。

2、3要求工程部确定样板房(工地)：至少2套，在施工地及竣工个1套，并提前落实现场、样板间细节的安排。

2、4活动前必须进行全员培训、人员安排、礼仪培训。

2、5准备好笔、纸等，中午尽量留住客户，提供免费午餐。

2、6课堂内容：(1)介绍公司的过去：成立时间、荣誉、所做工程。(2)介绍公司的特点、特色：品牌公司与“游击队”的区别。(3)介绍家装常识：如何避免家装陷阱，怎样处理家装消费维权。(4)绿色家居标准，如何识别假伪材料、环保家装

与主材选购(增加互动性活动)。(5)三大承诺。(6)标兵项目经理的评选标准。(7)优惠政策。(8)3大目的：做朋友、做交流、做服务。(9)小区方案的讲解、说明，家居风水学基本知识。

2、7须当天召开咨询会后的各部门总结会，分析活动的得失。要求务必重视活动存在问题分析，不允许出现不上报活动情况(存在问题分析)或者是连续几个星期上报的存在问题都是一样的敷衍现象出现。

2、8召开户型发布会必须准备充足的户型方案，图纸必须有一定的厚度、设计含量且包装要精美。

2、9在每周五以前，总经理必须亲自到待参观的样板房(工地)进行考察落实，并切实做好参观前的工作，不允许敷衍了事，应付差事。

2、10活动失败的主要原因：(1)市场部调研极度不包位，没有进行大规模地毯式的调研工作。(2)设计部的配合度不够。(3)对户型方案发布会的意义没有真正的理解。没有准备足够的精美户型方案，对出的方案极度不重视，在数量、质量方面极度欠缺。

2、11如在小区举办家装课堂驻点布置要有展会效果。

2、12活动中：

2、12、1全体员工一定要清楚公司此次活动的....

装修酒店活动策划方案篇六

装修五一活动策划案：

赏牡丹，订家装，赏牡丹，订家装，三店同绽放

活动送礼及优惠从4月30日至5月8日止

一：

1、主题：热烈庆祝洛阳城市人家成立一周年；洛阳城市人家政和路旗舰店盛大开幕；

2、优惠：工程造价8.3折(综合管理费不参与打折)活动期间每天享受家装团购惊喜价

3、礼品：活动期间交意向合同就送家居实用好礼(茶具、碗具、锅、枕芯)活动期间凡签单即送大礼(详见礼品赠送规定)

4、主材：

1、5月2日家装团购会(半天)

活动主题：赏牡丹，定家装，

活动地点：牡丹大酒店三楼、十五楼会议室。

活动内容：1、家装团购会：与资深设计师进行一对一的沟通。

2、活动现场签单扎气球，赢取幸运大礼。

3、主材商风采展示并提供相应品牌的

活动促销：

1、活动期间凡是持户型图到城市人家任意店面咨询的客户，均可享受贵宾礼遇，并获得精美礼品一份。

2、牡丹大酒店活动现场特设幸运抽奖环节，现场客户均有机

会参与抽奖。

3、凡活动现场与我公司签订意向合同或装修合同的客户，均有机会上台扎气球，获得幸运大礼。

4、凡签单即送大礼(详见礼品赠送规定)

2、5月3日至5月8日店面洽谈会

活动主题：店面洽谈会

活动时间□20xx年5月3日至5月8日全天

活动地点：中州店活动内容□a□店面洽谈会；

活动促销：

1) 凡活动期间进店持户型图咨询的客户，均可获得精美礼品一份。

2) 凡活动现场与我公司签订意向合同或装修合同的客户，均可享受：1、免费量房、出预算；2、参观样板间；3、可参加样板间征集活动；4、得实用家居礼品一份(茶具、碗具、锅、枕芯)。

3) 凡签单即送大礼(详见礼品赠送规定)

三、三大承诺：

1□

2、三级工程验收，监理、项目经理、工程部经理层层把关。

3、坚持走材料最好的经营理念，材料品牌公示，不搞伪劣贴

牌。

一活动目的

今年是公司一周年庆典活动，我们公司以传播家居装饰新文化为主题，服务广大车城消费者为宗旨，推广装饰家居文化设计新理念、推动十堰家装业的整体水平、树立装饰在十堰家装业界的品牌形象。提升装饰企业员工的自豪感，以事促人，以人带事，从而进一步将整体团队精神再次升华；对外，将有效地创立装饰公司良好的公众服务形象以及展示过去一年来取得的良好业绩，并在大众的关注下充分展示装饰公司先进的企业理念、良好的企业文化氛围、一流的施工质量等等。最终取得良好的社会效益和经济效益。

活动时间：暂定xx年**月*日—*日(具体待定)

活动地点：暂定金源通大厦，

主办单位：装饰公司

参加单位：(待定)

房地产商拟邀请：、香格里拉

活动全程策划：天下策划工作组

1. 天下策划工作组的具体工作

(1). 策划大纲文案

(2). 平面广告文案产品与企业广告语各类宣传品文案电视广告文案报纸杂志广告文案

(3). 公共关系文案

(4). 平面设计, 宣传品设计及印刷, 广告设计

二, 实施细则

(一) 新闻联络会筹备

举行此次活动的新闻媒介联络会议, 通报此次活动的主题和内容, 发送统一的新闻发布稿给所有参会媒介单位。

地点暂定文贸一酒店内(联络工作由阔达装饰公关部门协调并及时通报活动筹备小组)

事先联络暂定媒介名单:

十堰日报社十堰晚报社东风汽车报社

十堰电视台经济频道十堰电视台生活频道

十堰电视台新闻频道雅中广告

(二) 活动现场布置

举行

各媒体、建材联盟商、相关部门的汇报工作情况, 并落实各自的工作。各项工作基本到位, 包括:

a□拱门、条幅、舞台布置、礼品及礼品台的布置、站位、安全通道指示牌、停车

d□开幕式致词的审核批准, 由李总进行审核(在*月*日前交付李总)。

e□嘉宾致词稿的准备;

f□嘉宾休闲区的落实工作；

g□迎宾小姐、乐队、人体dm的培训及宣传工作。

(三)活动外场宣传准备

- 1、大幅海报指定阔达装饰专人在各在建小区门口张贴。(海报印刷事宜专人联络暂未定)
- 2、宣传单页由及宣传员在*月*日和*日在人群密集区进行散发(人体广告宣传员请兼职大学生，要求形象较好。)
- 3、通过市内雅中广告在当期(*月*日发行)进行宣传，十堰晚报在*日*日进行广告和报道交叉进行宣传。

(四)媒介宣传策略：

- 2、*月*日——*月*日在十堰电视台生活频道、新闻频道、经济频道、东风电视台作系列新闻报道(或专题报道)。

通过媒体强势宣传，造就强大的广告的优势，让车城各界和老百姓了解本次阔达周年庆典活动并积极参与到本次活动中来，树立阔达装饰的市场知名度和百姓亲和力，打造空前的盛况，成为市民关注的热点和车城新的亮点，让阔达走进千家万户，贴近百姓生活，达到广告空前宣传的效应。

活动背景：

家装是一项系统工程，传统家装与建材是分开的，不能满足市民的需要，消费者选择装饰公司后，又马不停蹄的奔走于各大建材卖场，在无数次挑选中不尽人意，造成消费者精力和财力的浪费，市民也渴望家装、建材、饰品一条龙享受，而且趋势越来越强烈。

金百年精品装饰城，作为襄樊家装建材大本营，满足了襄樊消费者的需求，解除市民的后顾之忧，从设计、装修、建材、室内配套等一条龙的服务、一站式消费大体验，让每一个客户随心所欲，省心、放心，不用再东奔西走，烦心事，在金百年精品装饰城轻松解决。

xx年4月1日，

活动的意义：

此次活动以传播

装文化新理念，树立金百年精品装饰城的品牌形象。对内巩固和加强各商家联盟战略合作伙伴关系，提升各商家企业员工的自豪感，以事促人，以人带事，从而进一步将整体团队精神再次升华；对外，将有效地创立各商家公司良好的公众服务形象以及展示以往一年以来取得的良好业绩。

活动的预期效果：

营销策略及品牌战略

市场切入点：

(2) 打造金百年精品装饰城

(3) 广告与促销推广同步运作。

市场定位：

1. 市场定位：金百年精品装饰城——装饰建材集团军

金百年精品装饰城——家装建材大本营

2. 形象定位：金牌服务、百年不变；

3. 消费理念定位：家装、建材、室内饰品一条龙服务，

采购一步到位，购物生活两全其美一站式消费快乐大体验不必东奔西走，万事无忧

4. 广告定位：好生活金品质好日子一百年大市场、大营销、大行动的战略

借

成立品牌联盟，相互拉动，促销活动相互推销产品，互帮互助，利用整体优势，让消费者得到实惠，拉动销售，抢占市场，实现经济和社会效益的双赢。

市场推广及营销活动系列：

1、家装建材品牌大联展：将组织品牌家装、建材公司现场展示优秀、顶尖、独特的设计创意和装修设计理念。

2、春季欢乐家装赶集会：将组织浩浩荡荡的装修消费团队参会，加强消费者与企业之间的相互交流与沟通，实现共赢。

展示规划：

企业风采区-----现场文艺演出助兴，展示各家装企业特有企业文化及独特装修设计理念。

赶集会促销区-----品牌装饰器材(陶瓷、卫浴、电工、油漆、地板等)大型促销活动，以及待装户现场抽奖活动等，为消费者提供多种形式服务。

效果评估：将商家的销售以及消费者的购买行为有效的联系起来，加强了消费者对的品牌记忆，增加了其购买的概率。

XX年

1、欢乐家装、快乐共享。

xx年

活动，汇集家装建材豪华阵容，强强联手，共创辉煌，收获一个浪漫的春天。 开幕期间促销活动：（3月28日-4月8日）

推出

2、春天盛会市民节日。

多家装饰、建材经销商提供优质产品展示和咨询服务。现场大型文艺演出气氛热烈，摸奖异彩纷呈，为送上一道家装文化大餐。

打动消费者、让消费者怦然心动、与之产生共鸣的行为，让襄樊广大市民亲历家装生活，让消费者感受到省时、省力、省心、省钱，并且享受装修新房的快乐心情。

3、开幕式举行

必将是盛况空前、意义深远、造福百姓、展现襄樊现代人居的重要组成部分。100套家居装饰方案大赠送，凡在活动期间咨询并签单的客户均享受超值优惠！设计师陪同业主现场看样板房，免费接送参观，让工地开口说话。为数千个家庭提供了免费设计服务和绿色家装讲座。

4□

活动时间□xx年3月28日—4月8日

回馈顾客大抽奖

签单最终结算金额在四万元以上的，送电动自行车一辆+价

值xx元的现金消费卡一张；

签单最终结算金额在八万元以上的，送家庭影院一套+价值4000元的现金消费卡一张；

活动注意事项：

xx年

媒体支持：

《襄樊晚报》、《楚天都市报襄樊版》、《消费广场》

广告表现策略：各档期促销活动报纸宣传。

媒体分析：

《襄樊晚报》，《楚天都市报襄樊版》：读者多为市内及各专业厂职工，喜欢这类信息，广告宣传覆盖面广，效果明显。

为年轻人，诉求点明确。

活动宣传准备：

通过市内《消费广场》进行宣传，襄樊晚报在3月28日至4月8日进行广告和报道交叉进行宣传和促销同时进行。联络工作由专人负责，也同时设计稿件。活动外场宣传准备：

1、大幅海报指定专人在各在建小区门口张贴。

2、dm宣传单页由人体广告宣传员在人群密集区进行散发。

3、百人自行车游行市区，携带横幅和绶带在市区内进行环城游行。注意有关部门审批事宜，协调城管部门和相关管理部

门。

媒介宣传策略：

通过媒体强势宣传，造就强大的广告的优势，让襄樊各界和老百姓加深对金百年精品装饰城的印象并积极参与到系列活动中来，树立金百年精品装饰城品牌的市场知名度和百姓亲和度，通过科学的策划和市场运行，成为xx年4月襄樊市民关注的热点和新的亮点，让金百年精品装饰城品牌走进千家万户，贴近百姓生活，达到广告预期宣传的效应, 和销售的更大突破。