

小型展会策划方案 7 篇

小型展会策划计划模板精选篇 1

前言

济南山东省会，鲁菜发源地之一，历史悠久，影响广泛，是中国饮食文化的重要组成部分，成为中国四大菜系之一。近年来餐饮市场的进展与需求，济南早已把构成鲁菜的三个地方特色(济南风味菜、济宁(主要是孔府菜)风味菜和山东沿海的胶东风味菜)，融为一体。使每一位食客在济南就可以品味到全方位的鲁菜美食。龙千潭在开业第十个年头的日子了，在以往的美食活动阅历上，又招聘了鲁西鲍翅名厨;胶东福山海鲜大厨和安徽名厨偕同酒店全体员工，为新老顾客打造 08 年度红火四月龙千潭美食节。

一、活动主题：

品尝春季的时令食材，鲜香时尚的美食，感触生态与健康，人性服务，亲情接待，营造完善的“红火四月龙千潭美食节”

二、活动内容：

20__年红火四月龙千潭美食节拟在酒店餐饮部餐厅举办。举办美食节，旨在于提高酒店的餐饮竞争本事，培养客户，营造餐饮文化。届时，将利用美食节的舞台，出示以制作精细带有鲁西文化高档滋补参系列 ;胶东鲜活海鲜和海派时尚菜品;崇尚绿色无公害芽苗野菜

系列;其它还特殊激情安徽名厨烹制黄山特色美食。让消费者融入其中,从高档到时尚到健康真正达到“食以人为本,节以人为乐”的效果,提前营造出“五一黄金假期”的节日气氛!

三、活动时光:

20__年4月8日到4月16日

四、活动形式:

宴会套餐,零点两种方式,【逢周六、日宴席间有奥秘礼品派送】。

五、活动操作程序:

(一)筹备

- 1、选购菜肴原料,确定美食节的菜肴品种、价格以及优待措施;
- 2、利用报纸媒体、传单、横幅、短信群发等传递红火四月千潭美食节的信息,唤起消费者的关注;
- 3、强化对外联络,协调合作关系,解决食品原料来源,确保原汁原味。

(二)举办

1、品牌千潭菜肴形象出示

主题:有滋有味,色、香、味、形。

方式:设固定的展区,制作成品出示。

形式:利用红火四月千潭美食节体悟,出示品牌及其文化形象。互

动:利用回答问题,赢取精致奥秘礼品。(找酒水供货提供礼品)

2.内容:

(1)红火四月千潭美食节菜肴的实物艺术形态;

(2)红火四月千潭美食节菜肴的文化出示;

(3)服务人员的仪表姿势。

(4)消费者在一种良好的文化氛围和蔼氛下就餐，情绪和食欲自然不同，现代人对于吃是十分考究的,尤其吃文化，基于这一点，在就餐环境的气氛营造上，需要富有创意和文化内涵的来策划本次美食节整体环境的布置，在大堂上二楼的楼梯旁设置长方形出示台，放置精品样菜、鲜花点缀其中，并在一楼餐厅长廊设 10 米左右的长方型样菜出示台，出示并供给多款菜肴品种。让红火四月千潭美食节的菜肴系列成为吸引消费者眼球的又一道风景。

3、促销活动

主题：轻松体悟，更快乐。

形式：价格优待，借节日开展促销，免费赠送酒水，现场活动派发奥秘礼品，多重惊喜，意外心得。例如本月口子酒搞的活动也一起加入近来。

内容：在红火四月千潭美食节期间，免费赠送啤酒 2 支/桌;当餐消费超过 200 元的报销市内出租车费用 10 元。【注：以上酬宾内容限于点美食节系列菜肴，非美食节菜肴不享受此待遇。】

六、活动组织：

1、工作分工

餐厅负责组织制定相关方案与实施

厨房负责菜单的制定和人员的筹备

选购部责成相关专员负责选购供给

前厅专人负责展台的物品管理与推销

销售部负责老客户信息传递

2、协调联络

选购部、销售部、前厅部。

3、对外宣扬

宣扬单、指示牌、台卡等。

4、客户营销

销售部协作整理客户资料，群发短信息。

5、活动保障

选购部原材料选购，销售部信息传递，前厅专人负责展台的物品，
餐厅一线大力推广，厨房控制成本及菜肴质量。

七、环境布置：

挂条幅 2 条，停车位 1 条，出示柜上方 1 条，

酒店门口前放置升空气球条幅 2 个

大堂到二楼餐厅楼梯挂用气球或是金布包裹

餐厅平顶挂彩带。

八、宣扬策划：

1、印制美食节广告彩页随晚报附送。

2、大堂放置美食节宣扬广告牌。（一拉宝）

小型展会策划计划模板精选篇 2

活动背景：

__的家居行业目前还停歇在一个比较低的层次。一方面，市中心的家居专卖店面积太小，不能满足众多知名品牌的需求;另一方面，在东环路和西环路一带，虽然有很大的家居买场，但缺乏有影响力和代表性的品牌带动，品质不高。有此启发来自经销商和消费者的双艰难堪。

其它，截至__年 x 月，__市将有__多个楼盘完工交房，约__多户居民乔迁新房，两年内入户新房的户数将达__多户。对于家装公司、家居商而言，这是一个巨大的市场。有眼光的企业家们都盯住了这块蛋糕!如何斩露头角?如何脱颖而出?

胜利永久属于有预备的人!本次活动的意义是：利用活动，将营销中的 4PS(产品、价格、促销、渠道)有效串联起来，一步到位，让人们对美联国际家居城从生疏→了解→熟悉→认知→喜好→形成消费群体。只要每个环节都面面俱到地做好，在良莠不齐的柳州家居市场，美联国际家居城独占鳌头指日可待。

活动目的：

利用本次庆典活动，将“美联’家居，情系’生活”的主题淋漓尽致地诠释给消费者，并将此主题良性地连续。

具体说明：

- 1、为美联国际家居城与装点公司之间、美联国际家居城与消费者之间、美联国际家居城与政府部门之间架起友情之桥梁；
- 2、为美联国际家居城长久销售效益奠定扎实根基；
- 3、从长远任务考虑，以本次活动为基石，在此基础上，以柳州市

场为样板，打造一个样板市场，达到以桂中为中心，向周边城市辐射的目的；

- 4、美联国际家居城与时尚、绿色、环保、健康的生活紧密联系起来；
- 5、为美联国际家居城聚拢充沛的人气、商气、财气；
- 6、美联国际家居城成为柳州市民购买家居家装用品的首选商场；
- 7、任务消费人群对美联国际家居城的商品品质和服务更有信念；
- 8、柳州市民熟悉并接受美联国际家居城所提倡的“时尚、绿色、环保、健康”的家居家装文化；
- 9、促成美联国际家居城的火爆开业，并带来美联国际家居城的长久富强；强力提高美联国际家居城的品牌形象，树立美联国际家居城的地区行业领袖地位。

【二、活动规划】

规划一

开业现场活动

规划二——展销会连续开业的火爆

为了完成既定的活动任务，我司对策划计划举行了反复的斟酌，建议通过“柳州 61 鱼峰首届家居新理念展销会”来连续开业庆典活动，为商场的开业活动找一个有力的支撑点。利用家装公司及顾客参加展销会活动，夯实了活动的基础，避开了常规开业庆典活动形式大于实质的弊端。

规划三——推广策略：双剑合璧→新闻+广告

为了确保开业的胜利，将开业庆典活动更好的推广出去，我司建议，

在确定计划的同时实行“新闻+广告双剑合璧”的宣扬推广策略。在举行报纸、电视、户外、DM、网络、企业刊物等立体广告宣扬的同时，召开美联国际家居城开业活动媒体见面会，并利用系列新闻专栏的形式举行新闻炒作，实现新闻协同广告 1+12 的宣扬效果。

规划四——诚信签名：对消费者的藏匿允诺

俗话说：“光说不练假把式，光练不说傻把式，会说会练才是好把式。”美联国际家居城作为柳州首家大规模、高品质家居商城，注意品质、注意诚信经营，致力于对每一位消费者负责。然而身处这个“酒香也怕巷子深”的时代，仅仅做到是远远不够的，还要大声的说出来，让每一个任务消费者、让每一位公众听到。为此，我司特殊策划了一个“诚信大签名”活动，即在商场开业庆典仪式上，由美联国际家居城与装点公司组成的“诚信经营联盟”举行现场签名，向广阔消费者藏匿做出诚信经营允诺。这样，树立起良好的企业形象和品牌形象。

规划五——万份 DM 杂志免费赠送

发行万份 DM 杂志《美联国际家居城》赠阅消费者，旨在进一步扩大商场的开业效应和品牌影响力。DM 杂志为大 16K，72P，四色铜版纸印刷，发行量为一万册(商榷后为定)。主要发行渠道为在商场/现场赠阅。《家居小常识手册》是家居商品的附属品，与 DM 杂志配套发送。杂志、手册用精致礼品盒/袋装好。

□规划六——明星”巧助阵

我们所谓的明星并非什么大名鼎鼎的文艺明星。在开业庆典仪式上，邀请一些家居建材行业的分量级商业明星以及市委、市政府领导在仪

式上发表热烈洋溢的讲话。效果：在恭祝美联国际家居城隆重开业的同时，将美联国际家居城同业界知名品牌强强联合，共同为广阔消费者服务的理念传扬给了公众；市委、市政府领导的参加，提升美联国际家居城在消费者心目中的相信度以及影响力。

【三、现场活动气氛包装】

室内——

- 1、门口设立显然标志企业 LOGO的接待处，向入场者赠送活动宣扬品、礼品及纪念品；
- 2、一楼入口至二楼入口铺设红地毯，墙上悬挂精致家居图；
- 2、设立迎宾小姐，引领顾客入场，对顾客举行家居宣扬，并派送礼品/宣扬品；
- 3、设立导视系统，设立显然标志企业 LOGO的标志牌；
- 4、店内相关区域设立休憩处，配备服务员并举行礼品发放；
- 5、店内相关位置设立宣业务传台，摆设相关礼品、宣扬品，并提供询问服务；

室外——

- 1、正门处设立正方形舞台，铺设红地毯，并用绿色植物装点；
- 2、舞台后方设大型充气双龙拱门一座；
- 3、充气双龙拱门两侧设立充气灯笼柱)；
- 4、从一楼楼底铺设红地毯至二楼楼道；
- 5、正门进口处用庆典气球串及花束装点；
- 6、悬挂红色条幅，将各庆祝美联国际家居城的企事业单位排列出来，

条幅由三楼连续至二楼；

7、志公司 LOGO 的刀旗；

8、前设立大型主题展板一块，发布活动主题；

9、升空气球 4 个：2 个悬挂“美联国际家居城开业庆典”条幅。

小型展会策划计划模板精选篇 3

一、展会名称：

20__第十九届中国（上海）建造装点及材料博览会

二、展会地点：

上海新国际博览中心（上海浦东新区龙阳路 2345 号）

三、展会时光：

20__年 9 月 26 日-28 日

四、展位号：

N4 场馆 F32、F33 号展位

参展目的：

1. 国内外营销渠道拓展

2. 打造公司品牌及知名度

五、参展支配

1、展前预备

(1)工作支配（接待、洽谈、资料发放以及后续等工作举行分工）

(2)工作行程（工作时光，轮班支配，每日展台会议等）

(2)检查参展各项内容是否到位（包括展品、产品资料、宣扬资料以

及设备工具等)

2、展位预备

(1) 参展产品：1、种类；2、规格；3、数量；4、样品的分类及编号；5、摆放。

(3) 展位的布置；包括展台总体设计和材料预备。(宣扬视频、样品、宣扬册等)

3、参展服饰：参展人员在展会期间必须穿着统一的正装，佩戴好公司的工牌。

4、宣扬资料：1、宣扬册；2、宣扬单；3、名片。

5、展台布置

6、参展人员：布展、撤展、展览资料发放、参与展览后勤，物品的分类，保管，领取等，支配好职责，挑选人数，分配好！

(二)、展中：

1. 产品促销活动：

① 促销政策的实施，当场签订订购合同的客户赋予一定的优待(待确定)。

② 当场签订合同的客户能够按条件得到一份精致礼品譬如：**MP3**、交通卡、礼盒装茶叶、数码相机等赠品。

2. 媒体报导：

① 公司网站举行同步报道。

② 国内和国外行业媒体报道。

③ 钓鱼岛宣扬片(爱国主义)

3. 调动展位现场人气的活动策划：

活动之一：产品讲座（热镀锌方管、角钢、槽钢计算，产品特点）

活动之二：有奖学问问答

（三）、展后：

1. 准客户追踪跟进。

2. 把在展会上的火热场面刻成光盘，举行形象整合、再包装。

3. 网站的后续报道。

六、参展物料：

1. 宣扬资料：

① 准客户邀请函 ✓

② 公司简介

③ 产品宣扬册 ✓

④ 海报 ✓

⑤ 赠品

2. 洽谈资料：

① 名片 ✓

② 相关合同书

3. 现场用品：

① 客户资料统计表

② 嘉宾签到簿

③ 名片夹：一是放置本公司工作人员的名片，其它是放置嘉宾名片。

七、温馨提醒：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/255104021310011330>