营销创新的活动方案（优秀20篇）

营销创新的活动方案篇1

汽车网络营销的立异既要做好内容、情势、视觉表示、广告知求的创意，同时也要摸索技术上的立异。同时，准确的市场服务定位是营销网站取得胜利并不断进步的枢纽因素。在中国广告业网络媒体中，要让网站在相称长的时光内坚持在行业中的领先上风，这就须要一个有着立足现有、放眼未来的完全构架，网站服务的目的不但要定位在广告公司、广告媒体、广告主及广告相干行业，而且要对发展目的和服务功效进行正肯定位，以全面拓展其市场容量和收益空间。

一、完美网站的服务系统

服务永远是网站吸引顾客的手腕。放眼我国专业汽车网站的长远发展，不但要把网站构架完善，对行业的服务与业内交换工作也必须做到位，这样才会使自己的品牌与内涵得到更好的传布。同时还要注重汽车网络服务的差别化。

在内容宣布、信息互动等方面要形成自己作风，在设计以及创意上应当有独到之处，和其他网站比较要有光鲜的特点。在网络的推广上，企业和网站双方应共同尽力。在深化信息的服务方面下良多功夫，有效应用信息分类、媒体监测、市场调研等服务内容，把信息资讯和广告整合成多套计划打包提供给消耗者。完美网站的服务系统还要注重有效互动，可以与一些海内著名网站的汽车频道和专业的汽车网站进行广告互换，网站互通友谊链接，紧密密切合作，资源共享，与汽车产业协会、行业协会等多家机构强强结合，共同发展与报纸、电视、电台等主流媒体形成战略合作伙伴关系，这样不但可以提高自身的服务质量，而且这种互动目标性强而又行之有效，同时节俭了大批的营销用度。

二、树立专业步队

网站要有一支精英营销步队。在如今的关系营销环境中，营销职员要成为解决客户标题和与客户树立良好关系的高手，能及时了解客户需求并准确向公司反应，不断更新信息，全方位知足客户需求。客户关系营销使公司通过有效的适用个人账产信息，与每位有价值的客户树立关系，从而可以提供优异的实时客户服务。

一支精英步队不但是一支专业的步队，而且是一支有深挚企业文化的步队，这支步队代表着企业的形象和信用，是经销商和

客户直接沟通的桥梁，这支步队的素质如何，将决议着汽车营销的成败。

三、充沛利用有效资源

一是要利用好网络资源，利用网络自身的资源为网站做宣扬，在自己的站点上或是在别人的站点上宣布网站的形象广告，提高网站的著名度和信用度。

二是要应用好传统媒体资源。不同的媒体有不同的特点及功效，网站要打出自己的品牌，还应当充足利用传统媒体的上风。电视是视听综合的媒体，不但可以在屏幕上完全地显示出网站的网址，而且还能用声音播出网址，可以从多种感官强化受众的记忆度。同时因为电视这一媒体具有受众面广、势力巨子性高的特色，本土网站可以应用本地域的电视频道做网站品牌广告。

三是有效利用会展。跟着汽车消耗的启动，近年来车展成为各大城市争相举行的大型会展流动，车展是一种低本钱、针对性极强的匆匆销手腕。汽车营销网站应充足利用车展的丰富内容形成网络和展会的互动，对一些经销商现场做采访，展会期间做好直播。

营销创新的活动方案篇 2

随着互联网的不断发展，以及消费品市场的日益繁荣，越来越多的企业开始重视直播营销这一新兴的营销手段。而随着移动互联网时代的到来，直播营销也成为了企业推广和销售的新黄金时代。

一、直播营销的定义

直播营销是指利用移动互联网平台进行现场实时的视频直播，通过视频直播的形式向潜在和实际消费者传播品牌形象和产品信息，以达到增强营销效果和提升销量的目的。

二、直播营销的相关利弊

1.直播营销的优势

(1)与传统广告宣传相比，直播营销更加生动有趣。有了视频直播的形式，企业能够通过视觉、声音以及互动等方式，使企业所推销的产品或服务更加鲜明生动，加深消费者的印象，从而提高品牌认知度和关注度。

(2)直播营销能有效拉近企业与消费者之间的距离。通过直播互动留言和咨询等方式，企业能够实现与消费者的互动，加强沟通交流，减少沟通误差，从而提高消费者的满意度和忠诚度。

(3)直播营销成本较低，效果较好。相比较于传统广告宣传，直播营销具有操作简单、效果显著、费用低廉等优势，能够让企业在较短的时间内迅速达到快速推广的目的。

2.直播营销的劣势

(1)直播营销是否能够成功，还取决于企业的实力。一些较小的企业很难在直播营销中获得良好的效果，因为它们的直播内容可能没有足够的吸引力，从而无法吸引用户点击。

(2)直播营销需要企业投入很多时间和精力。直播中的画面要协调有序、气氛要活跃，同时还需有一个合适的主持人来掌控全局，这需要企业拥有足够的人力资源来完成。

三、直播营销的策略与营销方法

1.直播场地的准备

要进行直播，需要一定的场地和设备支撑，如光线、音响等建议进行充分的准备，便于直播的顺利进行。

2.直播领域的规划

在进行直播活动时，不仅需要有毕竟计划和谋略策划，而且还需要有一定的话题选择和各方面的配合的组织。例如，企业宣传可以借助直播的平台吸引一些用户的关注度，实现宣传的效果。

3.直播营销的模式选择

想要通过直播营销活动得到更好的效果，需要根据企业所处的行业和特点进行不同的模式创新。不同的模式会产生不同的效果，需要合理选择体现最佳的结果。

四、直播营销中的重点技巧

1.强化主持人的形象

直播的成功很大程度上依靠主持人的魅力。如果主持人能够在直播中保持活跃的情绪、准确的话语，会使直播效果更加理想。

2.有效提供消费者想要了解的信息

直播中，发挥信息资源的广告价值，只有通过良好的信息传达和及时的消费者交流，才能适应市场需求，提高消费者的信任和认可度。

3.宣传创新的产品和服务

直播营销可以通过尝试不同的产品和服务广告模式，来创新宣传的方式，使消费者产生比较新颖好奇心，从而增加他们的兴趣。

总之，直播营销是企业在进行数字化营销时不可缺少的一种手段，能够有效地提高营销效果和销售额。只有企业不断尝试创新，进行积极的探索，才能够在竞争激烈的市场中获得最大化发展的机会。

营销创新的活动方案篇 3

企业商务网站推广的目的是为了提升品牌知名度、美誉度、信誉度，在进行宣传推广的同时，能更好的引导消费，促进销售量的提高。

一、网站建设

01 网站整理部分不错，运行速度很快，但页头并不完美，没有体现出时尚的感觉和气息，建议去掉卡通，换成模特时尚服饰模特图片，时时变换。这样才符合商品主题。

02 网站颜色不好，紫色是一种很老气的颜色，建议换成粉，

浅粉颜色会更好。

03 新闻动态与图片轮换掉转一下，现在看起来偏重，且粗糙，没有边框。新闻动态换为站务信息或站务公告为好。

04 建议在新品和热销两个栏目中间加一个动态的滚动图片栏目或是 BANNET，让网站富有动感，太过静止，反到不适合时尚的格调。另外，这也是公司发布商品的一个有利位置。

开设行业资讯频道

很多行业站点对此不屑一顾，这不是很理想的做法。开设行业新闻频道并以很低的人力资源成本实现每日更新，不仅有助于改善、提高网站的搜索引擎结果体现，且对吸引行业用户、增强网站的粘性有很大的帮助。关键是严格控制内容及其更新的成本，尽量利用门户网站的新闻频道来转载。

05 整体美工上还需重新设计，黑、灰、紫搭配，体现不出本公司的风格与形象，同时也与服饰商品严重不符。现在是夏季，颜色搭配就归更需要讲究时令，能给人好的印象与心情以及刺激人的消费心理，富有清新时尚的美感人们才能喜欢。

二、网络营销

传播范围广、不受时空限制

通过国际互联网络，网络营销可以将广告信息 24 小时不间断地传播到世界的每一个角落。只要具备上网条件，任何人，在任何地点都可以阅读。

网络营销具有交互性和纵深性

交互性强交互性是互联网络媒体的最大的优势，它不同于传统媒体的信息单向传播，而是信息互动传播。通过链接，用户只需简单地点击鼠标，就可以从厂商的相关站点中得到更多、更详尽的信息。另外，用户可以通过广告位直接填写并提交在线表单信息，厂商可以随时得到宝贵的用户反馈信息，进一步减少了用户和企业、品牌之间的距离。同时，网络营销可以提供进一步的产品查询需求。

成本低、速度快、更改灵活

网络营销制作周期短，即使在较短的周期进行投放，也可以根据客户的需求很快完成制作，而传统广告制作成本高，投放周期固定。另外，在传统媒体上做广告发布后很难更改即使可以改动往往也须付出很大的经济代价。而在互联网上做广告能够按照客户需要及时变更广告内容。这样，经营决策的变化就能及时实施和推广。

网络营销是多维营销

纸质媒体是二维的，而网络营销则是多维的，它能将文字、图像和声音有机的组合在一起，传递多感官的信息，让顾客如身临其境般感受商品或服务。网络营销的载体基本上是多媒体、超文本格式文件，广告受众可以对其感兴趣的产品信息进行更详细的了解，使消费者能亲身体验产品、服务与品牌。这种图、文、声、像相结合的广告形式，将大大增强网络营销的实效。

网络营销能进行完善的统计，可以跟踪和衡量营销效果

“无法衡量的东西就无法管理”。网络营销通过及时和精确的统计机制，使广告主能够直接对广告的发布进行在线监控。而传统的广告形式只能通过并不精确的收视率、发行量等来统计投放的受众数量。而且网络营销的广告主能通过 Internet 即时衡量广告的效果。通过监视广告的浏览量、点击率等指标，广告主可以统计出多少人看到了广告，其中有多少人对广告感兴趣进而进一步了解了广告的详细信息。因此，较之其他任何广告，网络营销使广告主能够更好地跟踪广告受众的反应，及时了解用户和潜在用户的情况。

网络营销的投放更具有针对性

通过提供众多的免费服务，网站一般都能建立完整的用户数据库，包括用户的地域分布、年龄、性别、收入、职业、婚姻状况、爱好等。这些资料可帮助广告主分析市场与受众，根据广告

目标受众的特点，有针对性地投放广告，并根据用户特点作定点投放和跟踪分析，对广告效果作出客观准确的评价。另外，网络营销还可以提供有针对性的内容环境。不同的网站或者是同一网站不同的频道所提供的服务是不同质且具有很强类的分别的，这就为密切迎合广告目标受众的兴趣提供了可能。

网络营销的受众关注度高

据资料显示，电视并不能集中人的注意力，电视观众40%的人同时在阅读，21%的人同时在做家务，13%的人在吃喝，12%的人在玩赏它物，10%在烹饪，9%在写作，8%在打电话。传播范围广、不受时空限制

通过国际互联网络，网络营销可以将广告信息24小时不间断地传播到世界的每一个角落。只要具备上网条件，任何人，在任何地点都可以阅读。这是传统媒体无法达到的。

营销创新的活动方案篇4

“去年元夜时，花市灯如昼;月上柳梢头，人约黄昏后。”

元宵节未婚男女借着赏花灯也顺便可以为自己物色对象，所以元宵节还是个特别受年轻人青睐的浪漫节日。

本次元宵节促销将以“汤圆、灯谜”等为背景，突显“闹”字，通过各种新颖、有趣的促销活动巩固原有顾客、挖掘和培养新消费群体，提升超市知名度和美誉度，掀起春节后第一个节日销售高潮。

通过元宵节促销活动营造传统节日氛围，充分利用热闹、喜庆、浪漫的节日气氛来刺激和诱导顾客消费，达到带动人气，提高销售的目的。

为凸显元宵节“闹”字，提升节日氛围，特在元宵节活动期间推出顾客”找不同，好礼送不停”大型娱乐促销游戏。

活动细则：

超市企划部需提前制作“十个”不同版本的找“球”图片，并且“〇”可以用橡皮进行擦拭，管理人员随时在图片里进行涂改隐藏，以便顾客快速找到，第一张图片里，暗藏着一个“〇”，第二张图片里暗藏着二个“〇”，以此类推，第十张图片暗藏着十个“〇”。

顾客在规定的时间里找的球越多，奖品越丰厚。

参与规则：

凡在 2 月 20 日、2 月 22 日活动期间，顾客单票购物满 118 元即可持购物小票到超市出口活动处参与活动，顾客自行选择找几个球，每人每票只能找一处，相同的时间找到的球越多，奖品越丰厚，成功以此类推，奖品以此增加，找到哪个阶段，领取哪个阶段的奖品。

为促进人气，本活动可多人共同找，但奖品只奖励一份。

为体现与顾客互动性，迎合节日特点，特在元宵节当日推出猜灯谜活动：

凡在2月22日元宵节当日活动期间，超市在收银线处悬挂宫灯，宫灯下面悬挂灯谜，顾客交款后可在一边进行猜灯谜活动，顾客可将猜出的谜底到值班经理处核对，顾客只要猜对灯笼上的灯谜，即可获得灯笼一只或汤圆一袋。

为增加节日商品的特卖活动，特在超市内开辟节日商品特卖区：

开辟汤圆食品专柜，包括各种品牌汤圆：如龙凤汤圆系列、思念汤圆系列、三全凌系列等。口味有八宝果仁、黑芝麻、麻蓉花生、玫瑰豆沙、五仁、花生芝麻、无糖等。

现场售卖氛围:一是促销员头戴耳麦，提高叫卖频率;二是增加试吃环节，增加顾客试吃试饮等服务。

促销活动：部分品牌推出顾客凡在活动期间购买指定口味即赠送另一种口味促销活动。

为体现试吃试饮促销，增加与顾客的黏性，特在超市外围设置元宵节小吃一条街活动。开设6-10个摊位，包括汤圆冰糖葫芦炸香肠羊肉串里脊肉等，现场制作;顾客凡在活动期间，在超市购物满120元即赠送价值10元小吃券，满240元送20元，单张小票最多限赠两张，赠完为止。

凡在2月20日-2月22日活动期间，顾客凡集齐____果然爱汤圆3种口空袋即可凭空袋子到超市值班经理处获赠320g果然爱

汤圆一袋;集齐 6 种口味空袋子,可获赠 320g 果然爱汤圆二袋;集齐 8 种口味的`空袋子，可获赠 320g 果然爱汤圆三袋。

为做到节日末汤圆的及时售卖，特在元宵节活动的最后一天晚上8：00后，顾客购元宵全场买一个赠一个(本品)，每种口味最多赠送20个。

本促销信息要在2月22日下午1:00点在超市入口及各款台公示发布，各门店不得提前发布信息，以免顾客伺机购买。

1、制作DM海报，每店10000份，夹报5000份，专业投递公司投递到户5000份；

2、出租车后备LED显示屏滚动字幕，每日滚动播放，播放3天，在活动开始前2天投放；

3、本市晚间档市民最爱的广播栏目“我们爱当家”栏目，插播促销信息广告20秒;节目前中后各播报一遍；

4、本市晚报及日报三分之一版面，投放各一期，活动开始前一天投放；

5、会员短信，早晚各一条，内容主要是针对会员促销信息；

1)印制200面小旗，插放在停车场周边；

2)超市正门贴置写真，内容为活动主题及各商场促销信息。

2、超市内围：

1)超市入口处制作元宵节拱门，材质为双面冷板制作；

2)超市各主通道悬挂红色灯笼(宫灯样式)，成对悬挂；

3)生鲜商场元宵冷柜进行包装(汤圆笑脸)，并且顶部悬挂主

题 KT 板吊旗;

4)超市内主通道(非食与食品中间)悬挂元宵节主题吊旗;

5)各主通道堆头围板更换元宵节主题档期堆围，各店要统一制作，元素一致。

3、超市入口写真制作各品牌元宵特价信息公示牌。

七、活动执行与协作：

1、企划部：负责整个活动文案的撰写及定稿发放;以及宣传布展营造及广告宣传推广;

2、运营部:负责整个活动执行情况的监督检查以及活动结束后的评估考核工作;

3、采购部:负责活动商品促销政策的制定及活动商品堆架头的摆放等工作;

4、客服部:负责活动期间顾客服务咨询以及活动解释宣传等工作;

八、活动预算费用：

1、美陈费用约15000元;

2、促销宣传费约5000元;

3、其它费用约10000元;

以上费用合计约30000元。

营销创新的活动方案篇5

一、活动目的：

通过“辞旧岁.送爱心”主题公益活动，把新老业主邀约到九座花园，维系客户感情，讲解项目最新动态，争取老业主转介;邀约陌电新客户，了解项目，促成意向成交。

二、活动内容：

置业顾问通知前期老业主和陌电客户，于规定时间来九座花园参加太白印象组织的“辞旧岁.送爱心”公益活动。

在分类客户送来的爱心物品后，送客户新年小礼包。

带老业主参观产品推荐室，将项目最新动态;对陌电客户进行产品推荐。

拍照留影，评选最佳笑容做太白印象的“爱心形象大使”。

三、活动时间及地点：

时间：20__年12月30号下午2点——20__年1月3号

地点：__

四、邀约客户：

为了确保最大数量的客户到达现场，邀约分两次进行;第一次邀约时间为：20__年12月28日星期五，短信提前通知所有已成交客户和陌电客户活动时间及地点。第二次邀约时间为20__年12月30日星期日，电话邀约客户下午2点参加。

老业主邀约说辞：__先生士，我是你的置业顾问小__，昨天给你发的信息你收到了吧?咱们小区与西安爱心联盟组织的“辞旧岁.送爱心”活动安排在今天下午2点，家里一些闲置的衣物，咱们集中起来，一是献出我们的爱心，二来也可以为咱们节省打理时间，届时咱们还要评选一个太白印象的“爱心大使”，还有新年礼品相送，你看你下午几点能到?

陌电客户邀约说辞：__先生士,我是太白印象的置业顾问小__，昨天给你发的信息收到了吧?是这样的,我们和西安爱心联盟组织的捐献旧衣物献爱心活动，今天下午两点举行，诚邀你参加，你肯定是一个有爱心的人，我和您预约一下下午的时间。

p分页标题e

一、活动时间：

9月1日至9月10日(后边紧接着中秋、国庆活动)

二、活动对象：

教师，以及持教师证客户；

三、活动方式：

主推26楼，大幅优惠，强力促销

四、活动内容：

1、看房送礼：

凡持教师证到售房部看房者，每天前十位送小礼品。价值在

5—10 元之间。总数控制在 50 个左右。

2、26 楼大幅优惠：

整体推出26，为“园丁楼”，凡持教师证购买26楼者，一次性优惠8888元，分期、按揭优惠6888元。

3、额外优惠：

凡教师认购本案任何一套房源，根据教师工龄，额外再优惠工龄年数__100元的优惠(工龄需要学校开具证明)。

4、旅游促销：

在活动期间，凡持教师证购房者均送“西峡中原第一漂”旅游，九月十日教师节当天组团成行。放弃者充抵200元房款。

一般说服客户放弃旅游，充抵房款，等于教师再额外优惠200元。

五、宣传手段

1、派单

8月30日，31日两天一般为学生报道日期，针对学校高强度派单。三万份单页。

单页设计框架：以第__个教师节尊师重教、回馈社会为切入点，以教师购房四重惊喜优惠为卖点，以针对教师推出整栋“教师公寓”大幅优惠为亮点，以额外优惠和旅游吸引眼球。树立本案社会公众形象，打造人文社区。

2、流动字幕：

从8月30日至9月2日，连续做四天流动字幕。

流动字幕内容：唐城锦苑在教师节来临之际，特推出“教师公寓”，教师购房均可享受最高8888元优惠，另有惊喜额外优惠以及送“中原第一漂”旅游。房源有限，机会不容错过。售房地址：银化路老化肥厂南门，热线：__。

3、短信群发：

公司短信平台，针对原积累客户，全部发送一遍。

短信内容：参照流动字幕内容。

六、预期目标：

26楼销售十套左右。

此次教师节活动，有教师借口，暂不涨价。教师节后再涨，然后紧接着是整个“金九银十”的高潮部分，中秋、国庆双节，主推六楼，大张旗鼓的宣传，掀起销售狂潮。

营销创新的活动方案篇6

一、活动主题：迎“新”三步曲店庆“四”吉祥

二、活动时间：20__年12月24日—1月15日

三、活动内容：

第一阶段促销阶段

第一部分“迎新三步曲”

第一曲：

(一)主题：圣诞狂欢夜铃儿响叮铛

(二)时间：20__年12月24日晚18时—12月26日晚21时

(三)促销内容：不叮购不停

活动期间，商场将在三个时间段推出不同品牌的超低折扣商品，限时购买。(商品最好可以低于4折以下)

操作办法：

①、活动期间，当圣诞歌曲《铃儿响叮铛》响起，即意味着限时购物活动的开始，当听到“叮”的提示音时，限时购物活动则结束。

②、购物时间段由商场统一制订，每日所推出的三个时间段与商品品牌都不会相同，要根据卖场即时顾客情况而定。

③、每个时间段的购物时间为10分钟。

④、当限时购物活动结束提示音响起时，参与活动的指定品牌购物活动必须结束，不得以任何原因进行拖延。

⑤、活动由24日晚18时开始，当日限时购时间段可设为两个。

⑥、部分不参加活动专柜详见店内标识。

⑦、活动期间vip卡停止使用。

⑧、顾客参与限时购物活动所购商品，营业员须在购物小票上进行标注不予退换字样。

⑨、活动时所购商品不退不换。

(四)文娱内容：

圣诞狂欢夜

把酒贺新年：12 月 24 日当天，所有来店的顾客无论购物与否均可报名参加于当晚 20：00 开始的喝啤酒大赛,大赛产生的冠、亚、季军将得到不同价值的圣诞大礼一份。(赛制安排及比赛规则另附)

第二曲：

(一)主题：盛世__星光闪耀四周年庆纵情回报顾客情

(二)时间：20__年 12 月 27 日—12 月 28 日

(三)促销内容：

1、打折：活动期间，全场商品全部打折出售，折扣方案由各专柜自行制定。(方案制定后须上报至经营部)

2、换购：活动期间，凡当日累计购物满以下金额的顾客均可参加超值换购活动

a、满 100—30__的顾客，加 1__可换购_美佳居价值 3__精美米箱一个；

b、满 300—60__，加 2__可换购_美佳居价值 5__高档浴巾一条；

c、满 600—90__，加 3__可换购_美佳居价值 8__米奇套巾一套；

d、满900—200__，加7__可换购_美佳居价值13__高级拖布一把；

e、满300__以上，加15__可换购_美佳居价值42__纯毛地毯一张。

3、换购方法及地点

①、顾客凭当日购物小票及电脑水单至六层总服务台，由工作人员开据所需换购商品附加金额小票至收银台交款，再由总服务台工作人员在小票及电脑水单上加盖“已领取”印章后，方可领取换购商品。

②券不可兑换现金。

③换购券三日内有效。

④换购商品不予退换。

⑤单张换购券只能换购一件商品。

⑥换购商品不兼得。

⑦换购金额零头不计算在内。

4、退换货

①、退货时，需将换购商品一并退回，同时返还换购附加金额。

②、换货时，需根据最后实际购物金额重新，换购商品，同时添加或退领换购附加金额。

③、退货时，如顾客不愿退回换购商品或换商品已使用、损坏，可按换购商品零售价格购卖。

④、换货时，如顾客不愿将已换购商品退回或换购商品已使用、损坏，可按换购商品零售价格购卖，同时按最后实际购物金额，换购相应的换购商品。

5、部分不参加活动的专柜详见店内标识。

6、活动期间 vip 卡停止使用。

(四)文娱内容：

1、自 20__年 12 月 24 日活动开始之日起，凡是 12 月 28 日出生的顾客，只要您在__购物，无论金额多少均可在 12 月 28 日店庆日当天获增精美生日蛋糕一个。(凭本人身份证领取)

2、12 月 28 日店庆日当天 14：00，__商场将与在场的所有顾客共同庆祝四岁生日，全场熄灯并点燃生日蜡烛(通电即亮式塑料蜡烛或荧光棒)、全体员工跟随背景音演唱《生日歌》；各楼层同时推出生日蛋糕分发给在场的所有顾客，与顾客共同感受这一激动人心的美好时刻。(各楼层蛋糕可由各层供应商提供)

3、12 月 28 日晚，商场全员将参加与__电视台联推出的《生活大擂台—__商场四周年庆》大型特别节目的录制;并全体商场员工聚餐。(当晚工作安排及程序表另附)

第三曲：

(一)主题：四海祥云降福来新年豪礼送不停

(二)

时间：20__年12月29日—1月15日

(三)促销内容：活动期间，凡当日累计购物满50__的顾客，可凭购物小票及电脑水单至六层总服务台领取新年豪礼一份。

第二部分“店庆四吉祥”

(一)平安是福果色添香：活动期间，前5__来店顾客可获赠吉祥苹果一个。(在正门领取)

(二)岁月年轮承载辉煌__：活动期间，凡购物满5__以上的顾客可获赠《万隆吉祥台历》一个。(凭购物小票及电脑水单及六层总服务台领取)

(三)启福迎祥带福回家：活动期间，凡累计购物满30__以上的顾客可获赠7寸全家福一张。(凭购物小票及电脑水单及六层总服务台领取免费摄影卡一张)

(四)举杯阖家欢：活动期间，凡当日累计购物满80__以上的顾客可获赠“好伦哥”免费餐券三张。(凭购物小票及电脑水单及六层总服务台领取)

营销创新的活动方案篇7

一、活动背景

备受瞩目的5.1国际劳动节及5.17国际电信日即将来临，为充分利用此时间节点开展营销，扩大4G用户规模、促进4G终端销量、提升流量使用量、加强高价值客户保有、提高新增市场占有率，公司将围绕终端、流量、积分、通话时长等营销产品，开展“激情五月、和你畅享”为主题的系列节日营销活动，相关安排通知如下：

二、活动主题

激情五月、和你畅享

三、活动时间

20__年5月1日-20__年5月31日

四、办理渠道

自有渠道、社会渠道、电子渠道

六、活动内容

(一)终端活动

1.裸机政策

(1)5月1日至5月3日，各级渠道网点可以继续执行现行裸机政策，进行个性化促销，吸引客户到店购机。同时，客户可以到卖场化自有厅和省级连锁渠道主营网点购买指定促销机型，具体促销机型政策见附件1。

(2)为提升4G裸机销量，鼓励代理商在后合约模式下让利促销，公司开展4G裸机优惠购活动。活动期间，客户购买裸机(含促销价格裸机)，需捆绑移动手机号码、换4G卡并办理30元(含)以上流量包或58元(含)以上4G飞享套餐，同时可以选择0元、60元、90元、120元、150元及180元特种预存款六档中的任意一档。具体选档及购裸机要求如下：

{C}①{C}购正常价格裸机：选择0元特种预存款档。

{C}②{C}购促销价格裸机：选择60元、90元、120元、150元及180元五档特种预存款档中任意一档。同时，系统将冻结等额特种预存款，并在3个月内返款，返款需满足以下条件：

1、系统次月判断上月客户办理手机号码是否与购买4G终端串码一一捆绑。

2、客户已更换4GUSIM卡。

3、返款3个月内，每月至少产生30M以上辽宁省内手机上网流量，纳入流量防拆包管理3个月。

4、客户已办理并生效的30元(含)以上流量包或4G飞享套餐。

同时，客户参与以上两种方式购机，公司将统一赠送价值300元本地通话时长，购机次月起连续三个月，每月赠送100元通话时长(限赠送当月使用)以及每月返款至客户。

2.合约机政策

(1)移动定制版三星G9208(S6)活动政策

根据公司下发《关于开展三星 Gala_yS6 统一营销活动的通知》(_通[20__]_号)文件要求,省公司统一对移动定制版三星 G9208(S6)配置了预存 999 元和预存 1999 元话费合约计划政策,并在卖场化自有厅(含驻店商家)及北一路万达和三好街诚大手机卖场开展,具体政策见附件 1。

(2)超低端 4G 手机活动政策

按照公司下发《关于开展超低端 4G 手机营销活动的通知》(_通[20__]_号)和《关于增加超低端 4G 手机营销活动政策的通知》(_通[20__]_号)文件执行，并在全渠道网点开展，具体政策见附件 1。

(二)4G 发展及流量经营

1、“购终端，送流量”活动

(1)活动时间：5 月 1 日-5 月 31 日

(2)目标客户：购买 4G 手机用户

(3)办理渠道：自有渠道、社会渠道

(4)活动内容：活动期间，凡目标客户到营业厅购买 4G 裸机并更换 4GUSIM 卡,次月 8 日前购买手机匹配的号码即可获赠 5 元随意玩(1_)产品，赠送两个月。

(5)活动办理: 业务支撑中心将于 6 月 8 日前完成对符合条件号码的随意玩产品赠送操作，从 6 月起连续赠送两个月。

2、购买流量包，积分多倍送—4G手机客户办4G套餐优惠活动

(1)活动时间：5月1日-5月31日

(2)目标客户：在网6个月以上非4G套餐的4G手机客户

(3)办理渠道：自有渠道、社会渠道、短信群发

(4)活动内容：

客户成功办理《关于开展“赢在4G”流量营销专项行动的通知》(_市通[20__]_号)文件中“升级流量包、豪礼二选一”活动流量包后，即可获赠数值为流量包月费20倍的促销积分。促销积分的赠送时间为套餐生效月份，由公司后台统一赠送，一次赠送完成，促销积分有效期为3个月。

5)活动要求：

活动将在线上和线下统一开展，公司将提取在网六个月以上非4G套餐的4G手机客户，通过外呼、短信群发等方式进行宣传推广，各营销单位重点针对到厅目标客户进行推荐。

3、五一特惠5元500M流量包

(1)活动时间：5月1日-5月4日

(2)办理渠道：短信办理

(3)目标客户：全网客户

(4)活动内容：

活动期间，凡沈阳归属客户用户发送“五一特惠流量包”或“51THLLB”至10086，即可订购5元500M省内通用流量，流量仅限在1日0时至4日24时使用，到期后产品自动失效。

(5)活动规则：

①产品费用5元，包含500M省内通用流量，流量仅限在1日0时至4日24时使用，仅限沈阳用户办理，到期后产品自动失效；

②该产品优先级为最高，流量优先使用；

③产品办理后流量立即生效，费用一次性扣除，不能撤单；

④产品可从即日起至5月4日办理，每位用户仅允许订购一次；

(6)产品短信办理指令：

短信办理流程为：“用户发送开通短信至10086”——“系统下发确认短信”——“用户回复确认短信”——“系统下发产品办理成功短信”

①产品办理指令：用户发送“五一特惠流量包”或“51THLLB”至10086。

②系统二次确认短信语：尊敬的客户:欢迎您办理“五一特惠流量包”，费用为5元，包含500M省内通用流量，流量仅限5月1日至4日使用，到期后产品自动失效，回复“是”确认开通。

③成功办理产品系统提示短信语：待客户回复“是”后，系统为客户下发如下短信：您已成功办理“五一特惠流量包”，费用为5元，包含500M省内通用流量，流量仅能在5月1日至4日使用，别浪费哦!更多优惠活动请登录手机营业厅客户端查询，点击__即可下载。

(三)客户发展及保有

1、在网久久，好礼多多—拍照中高端客户网龄计划

(1)活动目的

满足拍照高价值客户的个性化需求、稳定高价值客户规模和收入。

(2)活动时间：5月7日-5月31日

(3)目标客户

重点针对拍照高价值客户，其他网龄6个月以上的客户也可参加。

(4)活动内容

承诺6个月或10个月在网时长及相应档位的最低消费，即可赠送不同档位的语音、流量、短信、积分等业务。客户可通过短信营业厅、手机营业厅等多种渠道办理。

营销创新的活动方案篇8

一、活动名称：z市征长小学大型教育超市

二、活动时间：10 月 26 日下午

三、活动对象：一年级学生及家长

四、活动地点：z 市征长小学教室及操场

五、活动目的：

1、变传统家长会的单向命令为家长与学校之间、学校与学生之间、家长与家长之间、家长与学生之间、学生与学生之间的多向交流、参与、活动，真正实现家校互动；

2、从单一模式到多元展示，以家长“自选”的形式，为家长提供最贴切、最需要的家教指导；

3、让学生走进家长会，让家长、孩子成为家长会的主人；

4、以丰富多彩的形式，搭建平台，使家长的教育理念与学校的教育理念保持同步；

5、家校实现真正意义上的携手，共同奠定孩子的成功基础。

五、环境布置：

1、横幅：征长小学大型教育超市（二楼）

2、竖幅：教育超市，让您领略教育风采；（门口竖版）

3、黑板报：教育超市欢迎您！

4、各版块刊板 2、3、4 责任人：美术组

5、校园内：甬路旁布置彩旗。责任人：后勤

六、活动程序：

（一）室内活动（1：00—2：00）

1、规定时间开始，由 z 主任通过校园电视台介绍本次活动的目的、意义、版块安排、须知事项等；（预计时间 10 分钟）

2、各班级教室内由班主任老师主持召开家长会。(预计时间 50 分钟)

（二）室外活动自选（2：00—3：00）

1、认识孩子（地点：操场西花坛前）负责人：z 主任、美术组

（1）以宣传刊板的形式，引导家长树立正确的孩子观。

（2）刊板刊登“孩子的要求”。

2、交流阵地（地点：操场西花坛前）负责人：z 主任、一年级

通过刊板展示家长“教子一得”，实现家长与家长之间的互相学习。(提前准备工作：每班征集 5 份教子心得）

3、热点咨询（地点：操场）负责人：z 副校长

由学校相关负责人就学校的教育、教学、收费、校园意外处理办法等热点难点问题，接受家长的咨询。

5、个例诊断负责人：z 老师

设置一组关于“家庭教育”方面的情况测试题，由家长作答。学校聘请专家针对每位家长的答题情况给予家教方面一对一、因人而异的指导。

准备工作：（1）聘请专家

（2）设置多组富于科学性、趣味性与生活性的“家庭情商教育测试题”、“家庭理财教育指导题”、“亲子和谐沟通指导题”……等。现场负责人：赵锦兰

活动组织：（1）活动的家长每人领取感兴趣的题目根据自己的实际现场作答；

（2）专家坐诊：由专家现场坐诊，为前来咨询的家长进行个例诊断

6、学习指导负责人：z 校长

7、亲子活动负责人：z 主任、z 主任

小游戏，大学问。精心设计几项亲子活动，让家长与孩子从活动中受到启迪。

A 家庭厨艺展示：现场包饺子负责人：z、厨房人员

评委及协助组织：（组长）z 家长志愿者

倡导理念：参与家庭活动、体味劳动乐趣；看看您的孩子在家庭劳动中的表现吧！

注意事项：提前统计参赛家庭（每班 3 组家庭），布置自备面板、擀面杖、和好面、拌好馅、盖子、围裙；负责人准备好筷子、盘子、笊篱、液化气灶、大桶水等；

比赛规则:参赛家庭三口之家包、煮、招揽品尝，每家包饺子30个，评价孩子在家庭劳动中的参与性、劳动能力，家庭合作能力以及自我宣传、推销能力。

B家庭才艺展示负责人：z家长志愿者

倡导理念：倡导文化家庭，展示家庭的才艺特长

注意事项：提前统计参赛家庭及参赛项目，所需用具自备；提前摆好桌椅

比赛规则：本版块内容分为儿童画、泥塑、果蔬创意三大类，所完成作品必须由全家合作完成，质优者获胜。

C家庭协力合作：拔河竞争赛负责人：z、家长志愿者

倡导理念：您的孩子善于巧抓机遇吗？能够通力合作吗？快来参与——拔河竞争赛！

注意事项：准备好拔河用的绳子，画好场地

比赛规则：绳子摆在场地中间，参赛家庭分为两组，站在离绳子10米处；

裁判吹哨后，两方队员同时向前跑争抢绳子，进行拔河对抗赛，首先拔过标志线者为胜。

D智力魔方负责人：z家长志愿者

倡导理念：孩子是否具有想象力？口语表达是否清晰流畅？智力魔方，挑起孩子头脑内的风暴！

注意事项：桌椅提前摆放、准备好智力魔方

比赛规则：参赛家庭中一名成员随意组合“智力魔方”，得出一个短语，所有家庭成员根据这一短语发挥想象，对其进行详细描述。思维开阔、想象丰富者获胜。

E 家庭接力赛负责人：z 家长志愿者

倡导理念：各尽其责，通力协作，共建美好家园

注意事项：立柱、接力棒准备好，场地提前摆放好

比赛规则：参赛家庭共分 6 组，绕立柱进行接力比赛，每位成员跑一圈，最后决出名次。

F 生活百科(学校篇)

活动负责人：（组长）z（主持）z、（仪器）z、家长志愿者

倡导理念：入学两个月,孩子对学校生活适应吗?是否已经完全融入”小学生”这一崭新角色?请带孩子走进——生活百科(学校篇)。

注意事项：题目、抢答器、题目出好后一年级班主任可提前对学生进行教育

游戏规则：主持人念题，在规定题目内先按抢答器并回答正确居多者为胜。

G 生活百科（家庭篇）

活动负责人：（组长）z（组织）z 家长志愿者

设计思想：我们要培养生活中的孩子，培养孩子懂生活、会生活。您的孩子在家庭生活中表现如何呢？

注意事项：题目

活动规则：家长和孩子分别在小问卷上写答案，看家长和孩子的答案是否一致。教师注意提醒家长培养孩子的生活能力。

I 生活百科（社会篇）

活动负责人：（组长）z（组织）、z、家长志愿者

设计思想：孩子了解必要的社会常识吗？参与本版块活动，既是小测验，又是一次不错的教育机会哦！

注意事项：题目

活动规则：家长从负责教师手中领取题目，担任孩子社会常识考官，考查孩子社会常识的掌握程度，由家长做出客观评价。

J 搀扶越障

活动负责人：z 家长志愿者

设计思想：孩子的孝心要从小培养，让他们知道：小时候是爸爸妈妈呵护我长大；将来有一天，他们也需要我的搀扶……

活动规则：用凳子、皮筋、上坡物等设置障碍物，父母蒙上眼睛，孩子搀扶父母越过障碍。根据学生表现的耐心、关心程度及越障速度来评价。

7、非常“4+1”负责人：z、家长志愿者

同学们，我们操场上共设八大项亲子活动，如果你手中的《评价表》上有四项亲子活动都获得了星星奖励，就可以在此领取一份小奖励哦！

8、超市付“费”负责人：z、家长志愿者

每位活动结束的家长，可在此留下宝贵的意见、建议和想法。

展板上设计可随揭随贴的卡片纸，家长书写后可直接粘贴于展板上。

9、摄像、摄影：z

八、场地安排：

场地安排示意图

注意事项：

1、二年级五班、录播室桌椅备用。

2、活动结束后，各版块负责人留下清扫好卫生

3、各参与教师全部佩带教师牌

4、各亲子活动版块的评价方法，拿小星星章，表现优异的孩子该栏目内得两颗星星，表现一般得一颗星星。

营销创新的活动方案篇 9

现在市场竞争越来越厉害了，我前几年开的影楼面临着巨大的竞争压力，为了应对这些压力，我也想出了很多的办法，其中网络营销是一种很不错的选择。

网络营销也就是在网站上做广告，这就需要我对各种网站的了解了，我只有联系谷歌，让他们给我投放广告，这是一种省时省力而且有效的策略，是一种被证明很好的广告投放方式。

不过在我投放广告前，我还是会做好市场调查的：

一、市场分析

我们主要是采用网络为主要渠道进行客户的开发，以实体店作为辅助开展网络营销。所以我们的目标客户就分为两种，一种是网民，具有上网习惯，习惯通过网络来获得信息进行网上购物，具备这一特征的结婚人群是我们的主要目标客户，一种是直接通过门店上门的客户，通过网络来进行维护和开发。通过他们进行网上平台的推广活动，通过口碑的形式实现网上的预约和订单。这也符合网络营销口碑营销的特点，更具有针对性。

主要目标客户的特征：

地域：主要是以__及周边县市为主，辐射整个__剩

学历：大专和本科

性别：男性和女性区分开。

办公位置：写字楼。

消费类型：感性消费为主，混合时尚消费。

二、宗旨及商业模式

宗旨:实施全面的网络营销进行服务开发和获得获得更多的

客户；

我们提供的不仅仅是一张张照片，更是一种珍藏和时尚;一种积极乐观的现代生活方式;

商业模式:btoc 的商业模式、网络品牌的推广、潜在客户的开发;

网站和实体店面相结合。

三、产品概述

婚纱摄影服务、服装租赁、婚纱销售、相关产品销售,服装定做。

四、营销性的网站建设

精确设定网站目标：明确网站想让浏览者在网站上面做什么。由于影楼产品大概有婚纱摄影服务、婚纱租赁、婚纱出售。我们设定的目标有实现网上在线租赁、在线销售婚纱、在线拍照预约、客户在线注册、客户在线的咨询、在线下载优惠券、客户在线评论、网上试穿婚纱、客户直接来门店咨询、客户电话咨询。

五、网络营销人员的管理和绩效考核

六、网络营销效果检测和评估

七、营销组合策略

新产品开发策略：针对网络目标客户的特点，在现有产品基础之上进行新的服务的开发。主要主要针对竞争对手的优劣势分析，有针对性的进行短期产品开发。

产品的定价策略：针对网络目标客户的特点结合门面店价格制定不同方式的定价策略。主要分为门面店价格、会员价格、网上预约价格、节日促销价格

1、根据不同时间和节日进行促销价格的制定，限定人数的价格优惠活动。

通过不同价格的制定，吸引不用客户的关注，增加网站流量，通过网站增加客户到门面店的机会。给予客户不同多样的选择。

2、借助门面店价格对到店咨询的客户没有直接成交的客户，只要客户在特定时间内在网上进行预约的客户给予打折的优惠。目的是通过网站平台提高客户的转化率。

3、对客户进行会员制营销，在网上进行注册成为会员享受折扣价格，以达到客户资料的收集。积累大量的客户资料，方便进行客户的定期开发。对会员进行级别的分类。不同的会员给予不同的价格和增值服务。

4、根据网上预约方式的不同进行价格的制定，直接在网上进行预订的客户制定相关价格优惠，通过网上客户咨询后到门店的进行价格制定。对通过网站获得信息直接到门店的客户进行不同的价格制定。

多样的渠道建设策略：主要通过网站为主要的平台结合实体店面和我们的客户三方三方共建多样渠道。

1、体验式营销:通过建立更强的体验式网站功能，来体现公司产异化的产品和独特的服务，在网上设计一个客户试婚纱的功能，让客户既可以选择试穿婚纱效果。又可以得到一种独特的网上体验，体现公司的独特的网上服务方式，建立独特的网站功能模式。

2、网站本身:增强网站本身的营销功能和客户体验功能，让客户获得更多的管全面的信息。更完善更新颖的体验。增加客户驻足网站的时间和反诉浏览的次数。通过网站增加客户的信赖感，达到客户进行口碑宣传的作用。

3、结合实体店达到对网站平台的宣传，让实体店的员工对进店的客户进行网站宣传，使客户进行网站访问，借助现有的平面媒体，如标志，名片、宣传册等一些列的工具进行网站平台的宣传，进行线下的网站推广。

4、通过客户即一种合作伙伴营销策略:建立客户转介绍的一种模式，给予客户一定的佣金。让客户成为我们合作伙伴，成为我们的销售人员，通过建立这个模式达到客户转介绍的目的。借助网络平台实现对客户的管理。

促销策略：借助互联的多媒体手段实现对客户的增值促销，给客户提供电子相册制作服务，结合其他产品进行组合。

八、网络营销工具选择:

开展网络营销的根本和基础是如何提升网站的流量，如何让我们的网站呗跟多的潜在客户所知晓访问。这是我们开展网络营销的第一步。也就是网站的推广。当然网站的推广网络营销中相当重要的份量。

搜索引擎推广：主要以付费的网络推广和 seo 进行网络推广。在进行搜索引擎推广的过程中，侧重点主要放在关键词的选择上面，更精准的进行关键词选择。主要以目标客户为主，不盲目追求网站流量。主要工作放在数据调研上，通过数据收据进行关键词的投放和优化。

网下推广：借助线下的平面媒体：名片、标志、彩页等一些列的传统媒体进行网站的推广。

社区、即时通讯、博客：通过发，论坛发贴、做博客等方法。进行网站的推广。

病毒式营销：主要是借助客户的力量，我们通过给客户提供电子相册的制作。客户可以通过现有的、博客等工具进行传播。来推广网站和网络品牌的建立。

许可式电子邮件营销：通过网站使得客户进行注册，提供客户的邮箱，获得许可营销，对客户进行定期的产品和信息的发送。通过发送节日祝福等信息进行邮件营销。

体验式营销:通过建立更强的体验式网站功能，来体现公司产异化的产品和独特的服务，在网上设计一个客户试婚纱的功能，让客户既可以选择试穿婚纱效果。又可以得到一种独特的网上体验，体现公司的独特的网上服务方式，建立独特的网站功能模式。

九、网络营销部门的设立

1、运营经理：负责对相关人员的管理和考核，进行营销策略的制定和活动的开展。

2、网站客服人员：负责即时和网站浏览者进行交流，解决浏览者的问题，主动和客户进行交流，吸引客户让客户到门店来。随时接听客户电话。

3、网站推广人员：负责通过网络营销工具增加网站流量。更主动网站的目标客户。

4、网站文案编辑：来实现网站目标，通过网站的文案写作，实现创意营销，吸引客户进行网站浏览。引导浏览者采取行动，取得客户的信任。

面对如此竞争，我这些应对方法还是不够，我还是要继续努力的提高影楼的知名度，为顾客提供更好的的服务，这才是做长久生意的最根本!

也许还有很多事情需要我来解决，作为一个小老板，给自己打拼，就不能有怨言，社会主义社会不养闲人，多劳多得，这才是公平。我的影楼也是从刚开始很小规模一直做到一家效益不错的影楼，我付出的巨大的努力，当然我的付出是得到了很好的回报的，这就给了我更多的信心。

我会将我的影楼做的更加的有规模，上档次的！

营销创新的活动方案篇 10

一、活动目的

为了更好的增进大家的相互认识，为了更好培养班内成员的感情，为了更好的将大家团结在一起。

二、活动起因

由于圣诞老人在送礼物的路上不小心摔倒了，旁观者无数却无人出来帮扶，故今年的圣诞节礼物由我们负责！

三、活动事项

时间：暂定平安夜晚 8 点

地点：各自宿舍

礼品总负责人：陈明飞

活动总策划负责人：王向前、徐长策、陈明飞

参加的圣诞老人：李冰檀、陈明飞、李刘万、马颂超、邵红帅、程岚婷、任琼丽、王昆等

四、计划安排

1、礼品准备：明天125宿舍负责购买礼品！

2、参加人员的准备：参加礼品配发的宿舍宿舍长安排！

3、礼品送达地点：各自宿舍，也可能每人的袜子中！

4、活动经费预算：由班费提供！

5、外部赞助：暂无，根据具体情况，再作处理。

6、系内为大家‘牵手大业’起表率作用的先进个人另有嘉奖！

五：注意事项

1、看到者相互通知！

2、活动前：每宿舍宿舍长今晚将“自己的名字+宿舍号+宿舍人数”编写短息发送到（陈明飞）的手机上！

3、活动后：每宿舍长将各自宿舍具体苹果的“处理”过程的一瞬间发给我（陈明飞）或上传群相册，作为本次活动的记录！

4、如果有何疑问或好的建议请尽快联系陈明飞！

信息工程班

__/12/23

营销创新的活动方案篇 11

一、店铺简介

_时款店,由__时款店服饰有限公司全资经营。_时款店品牌创立于 2022 年,_时款店是国内知名的互联网快时尚品牌,截止 20_年 9 月,_时款店下设_个业务部门,员工人数超过_00 人,有超过_00 万的会员,是_电子商务的代表企业.

二、品牌故事

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/508047123062006052