

开业营销活动策划方案(7 篇)

开业营销活动策划方案 1

一、前言

中国辛勤的劳动人民，在数千年的饮食文化的探索和发展中，逐渐形成了风格各异的粤、鲁、湘、川等各大菜系和具有属地风味的特色小吃。川菜是中国南方第一大菜系，历史悠久，影响广泛，是中国饮食文化的重要组成部分，传统川菜以其味咸、鲜、脆嫩、风味独特、制作精细享誉国内外。当今的餐饮行业，发展趋势可概括为：发展十分迅速，规模不断扩大，市场不断繁荣。然而，繁荣的同时意味着竞争的加剧，每天总有一些餐饮店铺倒下去，又有更多的餐饮店铺站起来，但总有少数几家在大浪淘沙中站稳脚跟并不断发展壮大。

二、市场/企业分析

四川的餐饮市场存在激烈的竞争，自生自产的宾馆、酒店林林总总。一个酒店要获得成功，必须具备以下基本条件：

一、拥有自己的特色；

二、全面的(质量)管理；

三、足够的市场运营资金；

四、创新，不断推陈出新。

这些条件缺一不可，否则，就如昙花一现。这也是许多酒店、餐馆风光开业又迅速消失的原因所在。公司需通过自身繁殖、管理输出、品牌输出等方式在餐饮界大展身手，同时又要不断的积累雄厚的管理、技术、资本。

三、营销策划

餐饮服务的目的是让顾客满意，只有顾客满意了，酒店才能获得利润；要做好优质的服务，离不开企业内部员工的努力；内部员工营销的成功又以全面的(质量)管理、有效的激励机制和良好的企业文化氛围为基础。在这开店庆时期，借此时机，我们以顾客满意营销、内部员工营销和文化营销三者相结合，作为本次店庆活动的重点进行。

一、本次店庆活动目的：增加酒楼的品牌影响力，提升酒楼的知名度和美誉度；提升酒楼形象，增加酒楼竞争力；加强员工的忠诚度和向心力；提高全员服务意识、工作积极性；展现文化底蕴，进一步提升酒楼的文化；提升酒楼销售额，增加利润；为长久发展打下良好的基础。

二、本次店庆活动时间：12月13日至22日，共计10天。(圣诞节策划可和店庆一起搞，消除日期空档。)

三、地点：成都市刘氏鱼馆。

四、参与人员：酒楼所有员工、前来就餐的顾客等。

五、营销主题：顾客满意、员工满意、管理提升、文化创新。

四、具体方案策划

一、SP方案

1、“微笑服务”。在店庆期间，所有员工一律微笑服务，细致耐心，让顾客乘兴而来，满意而归，提高顾客的感觉消费价值。策划如下：12月12前各店召开动员大会；13日至22日服务员之间开展“服务大比武”竞赛，在大厅设立一个专门版面，每日评出“当日服务最优之星”，并给予物质奖；

2、特价。①每日推出一款特价菜，每日不重样。②随顾客所点菜品加赠部分菜品，如当次消费满100元，加赠2碟凉菜；满200元加赠4碟凉菜等；③打折，这是一个迅速提高销售额的法宝，建议适当打折刺激消费。

3、礼品、抽奖。有计划发放公司店庆纪念品、小礼物，增强与客人亲近感，扩大宣传面。公司统一印制部分店庆纪念品要求小而实用、漂亮大方，如带有店庆标志的签字笔、气球、打火机、帽子等，按桌发放。抽奖方案：主题——“品全鱼宴、中大奖、游微山湖”凡是于 13 日至 22 日店庆期间，当日当次消费满 150 元以上的顾客均可以参加。每店设立一等奖 2 名，奖励“微山湖一日游”，公司统一组织，中奖顾客食宿住行完全免费；二等奖 11 名，奖店庆红包 1 个，现金 100 元；三等奖 100 名，奖店庆红包 1 个，现金 5 元。

二、内部营销方案

内部营销是一项管理战略，核心是发展员工的顾客意识，在把产品和服务推向外部市场前，先对内部员工进行营销。这就要员工与员工、员工与企业之间双向沟通、共享信息，利用有效的激励手段。

1、在全体员工内部加强温情管理，要求每一位员工将所面对的其它员工视为自己的顾客，像对待顾客一样进行服务。并在以后的工作中，将内部员工营销固定下来。

2、征文比赛。内部员工征文：“我的选择——__X鱼馆”

要求：

1、题材围绕微山湖鱼馆所发生的事情，可以是工作经历、感想、看法、寄语等。

2、体裁不限。散文、杂文、记叙文、议论文、诗歌皆可。

3、截止时间为 12 月 20 日。希望全体员工积极投稿。本次征文活动将评出一等奖 1 名，奖金 200 元；二等奖 2 名，奖金 100 元；三等奖 5 名，奖金 50 元。并进行集中展出。

4、成本节约比赛。通过系列活动，对内部员工再教育，提高其的积极性。

三、产品营销方案

1、在推行传统餐饮的同时，推进情侣套餐、商务套餐、家庭套餐、孝心套餐等。如：情侣套餐可推出 18 元、28 元、38 元、48 元套餐等。

2、绿色家宴。随着生活水平的提高，人们饮食已经不仅仅是为了解决温饱，而是吃“绿色”，吃“健康”。绿色家宴的推出，无疑会受到消费者的青睐。在原材料使用上，力推生鲜类绿色食品；烹饪方式上结合现代人的消费时尚，使菜肴风味化、营养化；在家宴的菜谱上，注重菜肴的营养搭配，平衡膳食，满足人们的健康要求。强烈建议厨房部推出。

3、秋冬季节是滋补的好时候，建议引进高档营养滋补菜品。

四、文化营销方案

1、借店庆 11 周年之机，向消费者宣传公司的企业文化，增强公司在目标消费者中的影响力。策划如下：13 日至 22 日店庆期间，设立大型宣传板，上面张贴公司的精神口号，微山湖风光图片，鱼宴的制作流程，各分支公司的图片资料，公司员工的寄语等，让顾客把“吃”当作一种享受，使顾客乐而忘返。

2、店堂现场气氛，包括灯光、音响、海报、POP 等。

五、广告营销方案

在信息发达的现代社会，媒体无疑是吸引大众眼球的媒介。酒店根据不同媒体有不同媒体受众的特点，合理进行自己的市场定位和目标客户的定位，合理的选择媒体投放广告，不可片面追求覆盖率，造成广告的浪费。

作为公司本次店庆来说，一般选择媒体有《齐鲁晚报》一栏 1500 元左右，《济南时报》一栏 600 元左右，电视可以上 5 秒、15 秒广告，其次还可以在互连网上宣传(费用优惠)。硬广告和软广告相结合，软硬兼施，以取得更好的效果。具体发布可为：店庆前两天发布一次，13 日发布一次，18 日发布一次。利用媒体整合，实现小投入，大产出。

五、店庆现场布置

一、所用媒介：氢气球、条幅、公司吉祥物、大型宣传海报、宣传单、展板、POP(各种张贴画)、礼仪小姐、纪念品等

二、店庆时酒店外观：氢气球带着条幅在空中飘飘欲飞；吉祥物热情向你招手；楼体外打出“11 周年店庆”醒目标和优惠项目的大条幅，以及供应商的祝贺单位的条幅；进门处设置一个高精度喷绘的店庆告示牌；礼仪小姐发放公司店庆纪念品；整体呈现出一种喜气洋洋的气氛。营造出简洁又有品位的节日氛围，消费者从门前一过，就会被这种气氛所吸引。

三、店内景观：服务员穿戴整齐，面带微笑，热情洋溢；总台服务细致耐心；地面光可鉴人；桌椅一尘不染；公司各种宣传资料随手览阅；灯光明亮柔和；音乐如高山流水；绿色盆景赏心悦目；顾客从进店时刻起，即能享受到一流的服务和视、听、触、嗅觉的全方位感官享受。进餐完毕，还可以参与抽奖，并赠送纪念品。让顾客自始至终享受到__X鱼馆一流的服务，留下美好的记忆。

六、费用预算

氢气球 1500 元 纪念品 1000 元 条幅 200 元 宣传资料海报 500 元 微山湖一日游 2200 元 内部竞赛 1650 元 广告费用 10000 元 合计 17100 元

七、效果分析

一、宣传造势，五店联合店庆，气势宏大，让消费者产生强烈的记忆感，引起良好的口碑宣传，提高公司的`知名度和美誉度。

二、店内外造型富有人情味，服务周到，能提升目标消费者的本企业忠诚度。

三、通过服务比赛、征文比赛、成本节约比赛，能极大的增强本公司员工的企业归属感和向心力，提高工作积极性。

四、通过促销，提升公司营业额。

五、本次活动规模大、而费用相对低廉，能取得事半功倍的效果，形成大的轰动效应。

开业营销活动策划方案 2

一、背景分析：

优势：

1. 本酒店位于眉山市三苏大道，前至火车站，后至市中心。交通便利，周边中高档住宿小区多；

2. 周边酒店少，竞争力强；

3. 本酒店属于新装修商务酒店，装修风格突出，配套设施完善，经营项目都属于眉山市消费的前沿，发展潜力大。

劣势：1. 周边高收入人群不多，人气不足；

2. 知名度不高，目标群体对酒店了解不够;3. 酒店核心竞争力不明确，特色不突出。

二、营销目的：

树立酒店知名度，提升人气，建立相对稳定的消费群体，稳定增加收入。立足于本土，打造当地一流的酒店形象。

锁定目标群：

当地高收入人群，追求新鲜刺激的夜游人士，各企事业单位、机关团体，各大旅行社团体，外地来眉人士。

三、项目分析：

酒店作为一件特殊的商品，区别于其他商品的营销。关键在于如何正确的制造消费者的需求。国内当今，酒店业日趋繁荣，竞争激烈。但品种只有那几类。经济型、豪华型和商务型。经济型打价格战，豪华型注重服务和奢侈程度，商务型注重配套完善。很少注重品味。我们酒店则可在这时弥补品味的空缺。注重品味将是本酒店的核心竞争力。

优势：注重环境气氛，说白了就是为营造一个很好的氛围。这是几乎国内空白的酒店理念。多种浪漫环境的选择。

会员制的管理，很大程度的保护了消费者的隐私便捷交通环境，地理优势明显灵活的房间挑选方式。

挑战传统，迎合追求新鲜的现代人心理需求

劣势：安全隐患较多

政策上不占优势

四、具体营销策略：

1. 提前向目标消费群体发布开业活动信息及具体活动内容；

2. 提倡会员制，增加会员办理；

3. 营销人员推销，通过电话、上门等方式直接面对客户。和专业公司合作共同销售。针对重点单位签定消费协议。随时进行活动的跟踪及售后回访工作，各部门要建立健全客户档案制度，及时汇总工作。为配合此次营销活动的顺利进行，各部门领导及营销部人员营销需要同时进行电话营销，签约销售等有关销售方面的工作，做到全员营销，团队之间要互相配合，全力打好这一仗。

宣传：

1、活动的前期预热[新闻、软文、广告的宣传,DM POP等的发放到位]。

2、报纸媒体的选择。

3、电视媒体的选择。

4、网络媒体的选择。

5、户外媒体的选择。

6、广播电台的选择。

7、DM的发放[针对出租车司机及有车一族重点发放，并发放开业优惠承诺书]。

8、店外的宣传[开业用的氢气球，灯笼，条幅，POP等。烘托开业气氛]。

9、开业庆典期间每天前五名顾客还有更多惊喜送出。

10、每天还举办幸运大抽奖活动。

促销礼品：

1、打火机类。

2、雕塑{小型浮雕类，有收藏及观赏价值}。

3、鲜花。

4、水晶制品{小型工艺品}。

5、打折卡或免费体验卡。

五、具体实施方案：(略)

六、费用预算：(略)

七、此次营销预计效果：

1.提升酒店的知名度。

- 2. 使本地的半数人士都知道。
- 3. 司机师傅都知道本酒店。
- 4. 及目标群体来此路线。在消费时会选择本酒店。
- 5. 发展和增加本酒店的固定会员。
- 6. 使当地的企业及企业领导都知道本酒店。在有需求时会选择本酒店。
- 7. 提高客户满意度、美誉度和忠诚度。使其最终成为酒店的老客户及会员。
- 8. 通过对主要产品(客房)的宣传和销售，同时带动附属产业的销售和知名度。

此策划主要针对开业营销进行构思，营销战略只是一个小框架。在 market 分析上相信投资公司胸有成竹。期待指教沟通。

开业营销活动策划方案 3

一、策划思路

基于背景分析的特点，本商场可看引领区域消费的龙头，因此首先要逐渐进步着名度和美誉度，在消费者心中形成良好的消费者口碑并利于拓展商户。所有这些需要前期宣传活动来培养消费者的认知度。当然开业当天才是重中之重。

“开业”要确保“首战必胜”是所有新生项目的首要题目，尤其贸易日趋激烈的今天，因此要做到：既有热烈的现场气氛，又有实实在在的前期活动宣传，就需要各种庆典活动具有惊爆性和着名度，作到先声夺人，站稳脚跟。

二、活动原则

- 1、必须在开业庆典活动的气势上营造规模，追求热烈气氛和吸引力。

2、通过开业庆典，争取在周边居民中留下深刻的印象。

3、要有持续的促销活动，并使顾客有新鲜感，能够形成新闻点以易于传播。

4、促销活动的确能让顾客感到 实惠 ，终极增加本商城的美誉度。

5、本项目策划方案应该便于操纵实施，并具有风险可控性。

三、活动目标

通过成功举办开业庆典活动，达成进步商场着名度、促进招商以及吸引消费者的目的。

四、前期预备方案

开业前在室内各主要街道和各大学校做巡回式的宣传演艺促销活动。促销活动启动。

开业前 X周或 X天，向四周居民以及过路职员和各个学校发放开业宣传资料。

开业前 X周或 X天，在商城四周放置飘空气球，下悬开业庆典条幅，营造喜庆气氛。为正式剪彩做预热工作。

开业前 X周，加大促销力度，确保开业当天的客流量。

五、项目实施方案

1、活动要素

活动名称：__X活动时间：X月 X日

活动地点：__X活动人群：商城领导、特邀嘉宾、四周居住区居民、拦截过往散客等。

活动目标：通过成功举办开业活动，达成进步商场着名度、促进招商以及吸引消费者的目的。

2、组织活动内容

a、商场外气氛装饰。

b、现场布置：

舞台和音响配置，花篮、条幅和飘空气球及冷烟火，礼节组织等

c、演出节目：

军乐队，舞狮表演，街舞和唱歌表演，以及第__天的秧歌演出来持续开业气氛

d、前期宣传工作：

1) 宣传车进进县(郊)区巡回演艺宣传促销

2) 商场 pop 海报、展板等，营造喜庆热闹的氛围

e、后期宣传工作：

持续 X 天(天天下午)演艺表演，保持一段时间的庆典气氛。

以上方案由我公司经过多方面的讨论确定，请各位领导给予指导，筹备此次庆典活动仪式，我们以为首先在指导思想上要遵循“热烈”、“节俭”与“缜密”三原则。所谓”热烈”是指要想方想法在庆典仪式的进行过程中营造出一种欢快、喜庆、隆重而令人激动的氛围，而不令其过于烦闷、乏味。

庆典仪式删繁就简，但却不可缺少热烈、隆重。与其平平淡淡、草草了事，或偃旗息鼓、灰溜溜地走上一个过场，反倒不如索性将其略往不搞。

所谓“节俭”是要求主办单位勤俭持家，在举行庆典仪式以及为其进行筹备工作的整个过程中，在经费的支出方面实事求是。节制、俭省。所谓“缜密”则是指主办单位的筹备庆典仪式之时。既要遵行礼节惯例，又要具体情况具体分析，

有缝，临场出错。

总之，我们将和贵方多协商、多探讨，并将活动用度降到最低，活动效果做到。

4

一、目的

营造开业气氛，为开业聚集人潮，宣传__超市的“一站式”购物的新理念。

二、主题

美好生活从__开始天天平价真诚服务家庭购物一站式家庭购物一站式天天平价好生活

三、时间

x月x日—x月x日

四、活动内容

（一）厂商活动：供应商促销安排

1、__场外免费试饮

活动时间：x月x—x日

具体安排：厂家负责，采购部、市场部协助。

活动场地：__x

2、__场外大型促销

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/715203301234012021>